



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

TRABAJO DE GRADO

## **TEMA:**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA DE MEDIAS MEDICINALES PARA DAMAS Y CABALLEROS EN LA CIUDAD DE IBARRA”.

Previo a la obtención del título de Ingenieras en Contabilidad y Auditoría CPA

## **Autoras:**

IBETH CAROLINA CADENA MINDA

DIANA MISHHELL POZO RUIZ

## **Director:**

Ing. Com. Msc. LUIS ARTURO VÁSQUEZ REINA

**Ibarra, Abril 2016**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como objeto analizar la “FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA DE MEDIAS MEDICINALES PARA DAMAS Y CABALLEROS EN LA CIUDAD DE IBARRA”, destinada a ofrecer productos de calidad y a un bajo precio, con un valor agregado que es el mejorar la circulación sanguínea de nuestras delicadas piernas. El trabajo planteado tiene como finalidad ayudar a las damas y caballeros debido a que sus actividades ya sea permanecer mucho tiempo de pie o sentado hace que tengan problemas en sus piernas. La ventaja competitiva que presenta “MEME C&P Cía. Ltda.” cuenta con un personal altamente calificado en la atención de nuestros potenciales clientes. Considerando tener una rentabilidad a partir del año de estar funcionando por cuanto es un producto nuevo que se presenta en la ciudad ya que es de conocimiento de muchos que en la actualidad no existen muchas empresas dedicadas a la comercialización de productos estéticos. Además rigiéndose a las nuevas políticas impuestas por nuestro gobierno la relación existente entre el buen vivir, donde directamente se relaciona en mejorar la calidad de vida y el florecimiento saludable de los ecuatorianos tomando en cuenta algunos aspectos se ha determinado que nuestro producto sería de gran ayuda para mejorar el bienestar de dichas personas. El proyecto más que una iniciativa con fines de lucro nace por la necesidad de contribuir al desarrollo económico y social. La ejecución del mismo es una oportunidad para poner en práctica los conocimientos adquiridos, habilidades y destrezas del talento humano para alcanzar niveles de eficiencia y eficacia en los procesos de comercialización.

## SUMMARY

This project aims to analyze the "FEASIBILITY FOR LA CREATION OF A MICROENTERPRISE IMPORTER AND MARKETER OF STOCKINGS MEDICINAL FOR LADIES AND KNIGHTS IN LA CITY OF IBARRA", designed to offer quality products at a low price, with an added value that is improving the blood circulation of our delicate legs. Raised work aims to help ladies and gentlemen since their activities either to remain a long time standing or sitting is having problems in their legs. The competitive advantage that presents "MEME C & P Cia. Ltda." has a highly qualified staff in the care of our potential customers. Whereas take a return from the year of be working because it is a new product that occurs in the city since it is knowledge of many that today there are many companies dedicated to the marketing of cosmetic products. Also governed the new policies imposed by our Government, the relationship between the good life, which directly relate to improving the quality of life and healthy flowering of Ecuadorians taking into account some aspects it has been determined that our product would be helpful to improve the well-being of such persons. The project rather than a non-profit initiative was created by the need to contribute to the economic and social development. The execution of it is an opportunity to put into practice the knowledge, abilities and skills of human talent to reach levels of efficiency and effectiveness in marketing processes.

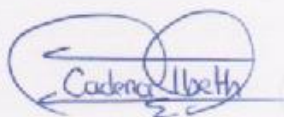
## AUTORÍA

Nosotras, Ibeth Carolina Cadena Minda y Diana Mishell Pozo Ruiz portadoras de la cédula de ciudadanía N° 100330885-3 y 040168121-8 respectivamente, declaramos bajo juramento que el presente trabajo es de nuestra autoría y los resultados de investigación son de nuestra total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; que hemos respetado las diferentes fuentes de información.

EN LA CIUDAD DE IBARRA

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos métricos y científicos para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designa.

En la ciudad Ibarra a los 13 días del mes de mayo del 2015.



Ibeth Carolina Cadena Minda

100330885-3



Diana Mishell Pozo Ruiz

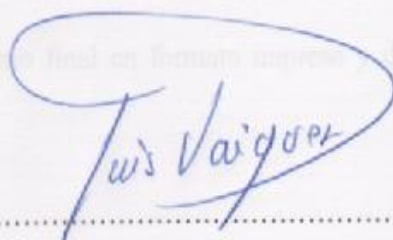
040168121-8

**CERTIFICACIÓN DEL ASESOR**

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por las egresadas Ibeth Carolina Cadena Minda con CI 100330885-3 y Diana Mishell Pozo Ruiz con CI 0401681218, para optar por el Título de Ingenieras en Contabilidad y Auditoría CPA, cuyo tema es: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA DE MEDIAS MEDICINALES PARA DAMAS Y CABALLEROS EN LA CIUDAD DE IBARRA".

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos innómeros y eficientes para ser sometido para la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad Ibarra a los 13 días del mes de mayo del 2015.



Ing. Com. Msc. Luis Vásquez

1001454105

Ibeth Carolina Cadena Minda

Diana Mishell Pozo Ruiz



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### CESIÓN DE DERECHOS DE AUTORES DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Nosotras, Ibeth Carolina Cadena Minda y Diana Mishell Pozo Ruiz portadoras de la cédula de ciudadanía N° 100330885-3 y 040168121-8 respectivamente ,manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5 y 6, en calidad de autoras del trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA DE MEDIAS MEDICINALES PARA DAMAS Y CABALLEROS EN LA CIUDAD DE IBARRA", que ha sido desarrollado para optar por el título en Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA ,en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente En nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada .En concordancia suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

DIRECCION

EMAIL

Ibeth Carolina Cadena Minda

100330885-3

Cadena Minda, Ibeth Carolina

Av. El Baturo Jardines del Retorno, Eje 11 Casa 14

ibethcar@utnno.com

TELÉFONO : 062 604 37

Diana Mishell Pozo Ruiz

040168121-8

Ibarra, a los 18 días del mes de abril del 2016.



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

### BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

## AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto repositorio Digital Institucional, determino La necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>		
<b>CÈDULA DE IDENTIDAD</b>	100330885-3	
<b>APELLIDO Y NOMBRE</b>	Cadena Minda Ibeth Carolina	
<b>DIRECCIÒN</b>	Av. El Retorno (Jardines del Retorno, Etapa II Casa 14)	
<b>EMAIL</b>	ibethsc@yahoo.com	
<b>TELÈFONO FIJO</b>	<b>TELÈFONO :</b> 062 604 379	<b>MÒVIL :</b> 0987692444

<b>DATOS DE CONTACTO</b>		
<b>CÈDULA DE IDENTIDAD</b>	040168121-8	
<b>APELLIDO Y NOMBRE</b>	Pozo Ruiz Diana Mishell	
<b>DIRECCIÒN</b>	Antonio Cordero y Ricardo Sánchez 9-25	
<b>EMAIL</b>	dianypozo@hotmail.com	
<b>TELÈFONO FIJO</b>	<b>TELÈFONO</b> 06 502 488	<b>MÒVIL</b> 0979660992

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÌTULO</b>	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÒN DE UNA MICROEMPRESA IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA DE MEDIAS MEDICINALES PARA DAMAS Y CABALLEROS EN LA CIUDAD DE IBARRA”
<b>AUTOR (AS)</b>	Cadena Minda Ibeth Carolina Pozo Ruiz Diana Mishell
<b>FECHA</b>	2016-04-18
<b>PROGRAMA</b>	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
<b>TÌTULO POR EL QUE OPTAN</b>	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA
<b>ASESOR / DIRECTOR</b>	Ing. Com. Msc. Luis Vásquez



## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotras, Ibeth Carolina Cadena Minda y Diana Mishell Pozo Ruiz portadoras de la cédula de ciudadanía N° 100330885-3 y 040168121-8 respectivamente, en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos la entrega del ejemplar respectivo formato digital y autorizamos a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

### 3. CONSTANCIAS

Los autores manifiestan que la obra, objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo, sin violar derechos de autor de terceros, y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de los mismos.

Ibarra a los 18 días del mes de abril del 2016.

### LAS AUTORAS

(Firma).....  


Ibeth Carolina Cadena Minda

C.C.: 100330885-3

(Firma).....  


Diana Mishell Pozo Ruiz

C.C.: 040168121-8

Facultado por resolución de Consejo Universitario

## **DEDICATORIA**

Este logro está dedicado a mi mamá por algunas razones entre ellas; por todas aquellas cosas que hiciste por mí, a lo largo de tu vida por haber compartido conmigo tu espacio, tu tiempo y atenciones; por tus miles de cuidados, tu útil consejo en los momentos difíciles. Me enseñaste el amor a la lectura, y gracias a eso crezco día a día además no tengo palabras para agradecerle a Dios el que me haya permitido ser tu hija.

**Diana Mishell Pozo Ruiz**

Este trabajo lo quiero dedicar a mi familia quien ha sido mi mayor fuerza para poder concluirlo, sin su ayuda, comprensión y apoyo no hubiese sido posible concluir con este objetivo.

**Ibeth Carolina Cadena Minda**

## **AGRADECIMIENTO**

Al culminar uno de los ciclos más importantes de la vida, como es la profesión académica nos sentimos orgullosamente agradecidas al extender nuestros más sinceros reconocimientos a todas aquellas personas que colaboraron de manera directa en la realización de nuestro trabajo.

A nuestros padres y demás familiares que nos dan a diario su apoyo incondicional y que son fundamentales para alcanzar nuestros objetivos.

A la Universidad Técnica del Norte, prestigiosa Institución de Estudios Superiores, en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, a cada uno de los catedráticos que durante nuestros años de estudios, con su profesionalismo nos formaron científicamente e integralmente.

**Las autoras**

## PRESENTACIÓN

### **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA DE MEDIAS MEDICINALES PARA DAMAS Y CABALLEROS EN LA CIUDAD DE IBARRA”.**

Para un fácil conocimiento de lo investigado, se ha manejado un lenguaje claro y sencillo, el cual está estructurado en siete capítulos, los mismos que contienen el material recogido, detallado y elaborado; siguiendo una secuencia lógica y ordenada.

**Capítulo I** Diagnóstico Situacional.- Inicia con investigación de campo para desarrollar el diagnóstico del ambiente externo y de esta manera analizar la situación actual del mercado comercial e importador de las medias, así determinando la factibilidad del proyecto; la investigación que se realizará en la zona norte del país, es decir en la ciudad de Ibarra. Al igual utilizaremos los instrumentos de recolección de información como encuestas, observación y entrevistas, lo cual nos proporcionará credibilidad en cuanto a los resultados obtenidos.

**Capítulo II** Marco Teórico.- Se desarrollará con una detallada investigación teórica, científica que sitúe nuestra investigación dentro de un conjunto de conocimientos que a la vez nos permita conceptualizarlos de una manera adecuada. Además nos permite participar en la producción de nuevos conocimientos. La información acopiada de diversas fuentes como revistas, libros, internet; toda la información recopilada servirá como punto de referencia para desarrollar este estudio utilizando términos técnicos.

**Capítulo III** Estudio de Mercado.- Determinar y cuantificar la demanda, oferta potencial satisfecha, insatisfecha; estableciendo precios que los posibles clientes estarían dispuestos a pagar; esto servirá para conocer el tamaño del mercado y si el producto se adapta a las reales

necesidades del cliente; de esta manera ayudándonos a minimizar los posibles riesgos que puedan presentarse.

**Capítulo IV** Estudio Técnico.- Contemplar aspectos técnicos operativos necesarios para el uso eficiente de los recursos disponibles, donde se analiza la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción o comercialización como en este caso, instalaciones y otros requerimientos.

**Capítulo V** Estudio Administrativo.- Establecer las funciones y responsabilidades de cada miembro de la organización, la realización del organigrama de la empresa debe incluir también una descripción detallada de los costos administrativos, el aspecto legal de la empresa, los permisos que requiere y los trámites de constitución necesarios además la utilización de una estructura administrativa hace que las probabilidades de éxito sean más efectivas.

**Capítulo VI** Estudio Económico.- Ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporciona el estudio de mercado y técnico, para la evaluación económica-financiera de nuestra propuesta, además el determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, también cuál será el costo total de la operación de la planta, así como el uso de otros indicadores.

**Capítulo VII** Impactos.- Del proyecto es la magnitud cuantitativa del cambio en el problema de la población objetivo como resultado de la entrega de productos o servicios. El éxito de un proyecto es la medida de su impacto en función de los objetivos perseguidos. El impacto se asocia directamente al problema social que dio origen a la idea de negocio y a la vez suscitando como impacto el beneficio económico.

Y por último se redacta las respectivas conclusiones y recomendaciones después de haber realizado todo el proceso investigativo.

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
SUMMARY .....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR .....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTORES DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	ix
DEDICATORIA .....	x
AGRADECIMIENTO .....	xi
PRESENTACIÓN.....	xii
ÍNDICE GENERAL .....	xiv
ÍNDICE DE TABLAS .....	xxii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xxv
INTRODUCCIÓN .....	xxvii
OBJETIVOS DEL PROYECTO .....	xxviii
Objetivo General.....	xxviii
Objetivos específicos .....	xxviii
JUSTIFICACIÓN .....	xxix
CAPÍTULO I .....	31
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	31
Antecedentes .....	31
Necesidad a satisfacer .....	32
Objetivos del diagnóstico.....	32
Objetivo general.....	32
Objetivos específicos .....	32
Variables diagnósticas .....	33
Indicadores o sub aspectos.....	33
Aspectos demográficos .....	33
Aspectos legales.....	33

Situación socio-económica .....	33
Negocios similares .....	33
Matriz de relación diagnóstica .....	34
Mecánica operativa .....	35
Aspectos demográficos .....	35
Aspectos legales.....	37
Aspectos socio económico.....	42
Resultado de la entrevista al especialista vascular.....	42
Cálculo de la muestra.....	44
Tabulación y análisis de resultados.....	45
Matriz AOOR.....	50
Estrategias AO – AR – OO – OR .....	51
Cruce estratégico AO:.....	51
Cruce estratégico AR:.....	51
Cruce estratégico OO:.....	52
Cruce estratégico OR:.....	52
Oportunidad de inversión.....	52
CAPÍTULO II .....	54
MARCO TEÓRICO.....	54
Empresa.....	54
Definición .....	54
Importancia .....	55
Clases de empresas .....	55
Elementos de la empresa.....	57
Estructura organizativa .....	58
Misión .....	58
Visión.....	58
Diagrama de flujo .....	58
Tamaño del proyecto.....	58
Presupuesto .....	58
Medias medicinales de compresión .....	59
Definición .....	59
Síntomas.....	59
Estilos.....	59

Beneficios .....	59
Quiénes pueden beneficiarse.....	60
Recomendaciones .....	60
Estudio de factibilidad .....	61
Estudio de mercado.....	61
Estudio financiero .....	62
Estudio técnico.....	63
Demanda .....	63
Oferta .....	63
Precio .....	63
Producto .....	64
Consumidor.....	64
Tratamiento contable .....	64
Activos .....	64
Pasivos .....	64
Patrimonio.....	64
Diario general.....	65
Mayor general .....	65
Balance de comprobación .....	65
Estados financieros .....	65
Estado de resultados integral .....	65
Estado de situación financiera .....	66
Estado de flujo de efectivo.....	66
Comercialización .....	66
Comercio internacional.....	66
Importación.....	67
Incoterms.....	68
Clasificación de los incoterms .....	68
Arancel aduanero .....	70
Impuesto.....	71
Balanza comercial.....	71
Obligaciones tributarias .....	71
Registro único de contribuyentes.....	71
Comprobantes de venta.....	71



Declaración de impuestos .....	72
Técnicas de evaluación .....	73
Valor actual neto (VAN).....	73
Tasa interna de retorno (TIR) .....	73
Costo beneficio (B/C) .....	73
Punto de equilibrio.....	73
Período de recuperación de la inversión .....	73
Tasa de interés.....	74
Margen de utilidad o ganancia.....	74
Rentabilidad.....	74
Agente afianzado de aduana .....	74
Funciones .....	74
Responsabilidades.....	75
Servicios a ofrecer.....	75
Desaduanamiento.....	75
Impuesto a la salida de divisas (ISD).....	75
Depreciación .....	76
Décimo tercero.....	77
Décimo cuarto sueldo .....	77
Normas INEN .....	77
CAPÍTULO III.....	78
ESTUDIO DE MERCADO .....	78
Presentación .....	78
Planteamiento del problema de investigación.....	79
Objetivo de la investigación.....	79
Objetivo general.....	79
Objetivos específicos .....	79
Variables e indicadores .....	79
Matriz de estudio de mercado .....	80
Fuentes de información.....	81
Identificación del producto .....	81
Niveles de compresión.....	83
Utilizar las medias de compresión correctamente .....	84
Características .....	84

Mercado meta.....	84
Segmentación de mercado .....	85
Marco muestral .....	85
Metodología de investigación de campo.....	85
Encuesta .....	86
Entrevista .....	86
Observación directa .....	86
Tabulación y análisis de información .....	87
Encuesta dirigida a clientes potenciales de la ciudad de Ibarra. ....	87
Ficha de observación dirigida a locales competidores.....	98
Análisis de la demanda .....	98
Identificación de la demanda .....	98
Proyección de la demanda .....	99
Medias demandadas (haciendo referencia a la pregunta número 4, Tabla N°15 .....	100
Identificación de la competencia .....	100
Análisis de la oferta .....	101
Identificación de la oferta .....	101
Proyección de la oferta.....	101
Balance de la oferta – demanda .....	103
Determinación de precios .....	103
Precio actual de las medias medicinales en Centros Ortopédicos de la ciudad.....	103
Propuesta de Marketing .....	104
Conclusión del estudio.....	109
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>111</b>
<b>ESTUDIO TÉCNICO .....</b>	<b>111</b>
Localización óptima del proyecto .....	111
Macro localización.....	111
Micro localización del proyecto.....	113
Matriz de factores .....	114
Diseño de la matriz de evaluación .....	115
Categorías de decisión .....	118
Tamaño del proyecto.....	119
Ingeniería del proyecto .....	121
Flujo gramas de procesos.....	121

Proceso de importación y comercialización .....	122
Estructura física .....	124
Distribución del local comercial .....	124
Presupuesto técnico.....	126
Inversión fija .....	126
Estructura y financiamiento de la inversión.....	129
Estructura de la inversión.....	129
Capital de trabajo .....	130
Financiamiento.....	132
CAPÍTULO V .....	133
ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO .....	133
Inversión inicial del proyecto.....	133
Determinación del precio de venta .....	133
Determinación de ingresos proyectados .....	134
Determinación de egresos proyectados.....	134
Determinación compra del producto a comercializar .....	135
Gastos administrativos .....	135
Depreciaciones.....	137
Cálculo del costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio. ....	138
Gastos administrativos .....	139
Gastos de ventas.....	140
Gastos de importación.....	141
Gastos de venta .....	142
Gastos financieros .....	143
Gastos de diferimiento .....	145
Estados financieros .....	145
Estado de situación financiera .....	145
Balance de resultados proyectado .....	146
Flujo de caja proyectada .....	147
Evalúadores financieros.....	147
Valor Actual Neto (VAN).....	147
Tasa Interna de Retorno (TIR).....	148
Periodo de recuperación de la inversión .....	148
Costo beneficio .....	148

Punto de equilibrio.....	149
Resumen de evaluación financiera.....	150
Conclusiones.....	150
CAPÍTULO VI.....	151
ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.....	151
La empresa.....	151
Beneficiarios.....	152
Tipo de empresa.....	152
Estructura estratégica.....	152
Nombre o razón social.....	152
Misión.....	153
Visión.....	153
Matriz de objetivos, estrategias y políticas MEME C&P Cía. Ltda. ....	154
Principios.....	154
Valores.....	155
Estructura organizativa.....	156
Organigrama estructural.....	156
Organigrama posicional.....	157
Niveles administrativos.....	157
Manual de funciones de la empresa.....	158
Identificación de puestos y funciones empresa MEME C&P Cía. Ltda.....	159
Aspectos legales de constitución.....	164
Minuta de constitución.....	164
Escritura pública.....	164
Inscripción en el registro.....	164
Registro único de contribuyentes (RUC).....	164
Permiso municipal (Patente Municipal).....	165
Permiso sanitario.....	166
Código patronal.....	166
Registro y permiso de importar.....	167
Permiso de bomberos.....	167
Control interno.....	167
Manejo de recursos humanos.....	167
Manejo de inventarios.....	168

Manejo del efectivo.....	168
Manejo de la documentación presentada .....	169
CAPÍTULO VII .....	170
IMPACTOS .....	170
Índice de evaluación .....	170
Impacto económico.....	171
Impacto social .....	172
Impacto empresarial.....	172
Impacto de salud .....	173
Impacto educativo.....	174
Impacto general.....	175
CONCLUSIONES .....	176
RECOMENDACIONES.....	178
BIBLIOGRAFÍA .....	179
LINKOGRAFÍA .....	181
ANEXOS .....	182
ANEXO 1.....	183
ANEXO 2.....	185

## ÍNDICE DE TABLAS

1. Matriz de relación diagnóstica .....	34
2. Población de Ibarra .....	36
3. Dolor en las piernas .....	45
4. Permanece mucho tiempo de pie o sentado(a).....	46
5. Actividades deportivas.....	47
6. Conoce usted o ha escuchado de las medias de compresión .....	48
7. Conoce algún sitio donde pueda adquirir medias medicinales, es decir medias de compresión.....	49
8. Matriz AOOR.....	50
9. Elementos de la empresa.....	57
10. Matriz de estudio de mercado .....	80
11. Segmentación de mercado .....	85
12. Conoce alguna marca de medias de compresión .....	87
13. Le gustaría que exista en la ciudad un lugar que expenda este tipo de medias .....	88
14. Cantidad de medias de compresión podría comprar mensualmente .....	89
15. ¿Modelo de media que prefiere comprar? .....	90
16. Pantorrilla.....	91
17. Pantalón.....	92
18. Dónde le gustaría encontrar este tipo de medias.....	93
19. A través de qué medios le gustaría enterarse de las novedades de este producto.....	94
20. Edad .....	95
21. Género.....	96
22. Ocupación .....	97
23. Proyección de la demanda .....	100
24. Medias demandadas (haciendo referencia a la pregunta número 4, Tabla N°15 .....	100
25. Identificación de la competencia .....	101
26. Proyección de la oferta.....	102
27. Proyección de la oferta.....	102
28. Balance de la oferta – demanda .....	103
29. Precio actual de las medias medicinales en Centros Ortopédicos de la ciudad .....	103
30. Producto .....	104
31. Escala del 1 al 5 .....	115

32. Matriz de evaluación.....	117
33. Categorías de decisión .....	118
34. Matriz de evaluación Ponderada.....	118
35. Distribución del proyecto.....	125
36. Equipo de cómputo .....	127
37. Muebles y enseres .....	127
38. Equipos de oficina.....	128
39. Equipo de Seguridad.....	128
40. Activo Intangible .....	128
41. Valoración del Local Comercial .....	129
42. Inversión Fija .....	129
43. Gastos legales de Constitución Cía. Ltda. ....	130
44. Capital de Trabajo Neto .....	131
45. Capital de Trabajo.....	131
46. Inversión Total del Proyecto.....	132
47. Financiamiento de la inversión .....	132
48. Inversión inicial .....	133
49. Precio medias de compresión.....	133
50. Proyección de ingresos .....	134
51. Mercadería (semestre 1).....	135
52. Sueldo mínimo sectorial 2015 según MRL .....	135
53. Proyección de gastos administrativos .....	136
54. Componentes salariales.....	136
55. Depreciación de activos fijos .....	137
56. Depreciación de vida útil de activos fijos .....	137
57. Depreciación .....	137
58. Depreciación por años.....	138
59. TMAR.....	138
60. Insumos de limpieza .....	139
61. Gastos administrativos .....	139
62. Descripción de gastos administrativos.....	140
63. Gastos de ventas.....	140
64. Gastos de importación.....	141
65. Proyección Suministros .....	141

66. Servicios básicos.....	142
67. Resumen de gastos administrativos .....	142
68. Anexo gastos de ventas.....	142
69. Préstamo Bancario .....	143
70. Resumen de obligaciones crediticias .....	144
71. Gastos de diferimiento .....	145
72. Estado de situación financiera .....	145
73. Balance de resultados proyectados .....	146
74. Flujo de caja proyectado .....	147
75. (VAN) Valor actual neto.....	147
76. (TIR) Tasa interna de retorno .....	148
77. Período de recuperación de la inversión .....	148
78. Costo Beneficio.....	149
79. Punto de equilibrio.....	149
80. Resumen de evaluación financiera.....	150
81. Matriz de objetivos, estrategias y políticas MEME C&P Cía. Ltda. ....	154
82. Identificación de puestos (Matriz de competencias) Gerente .....	159
83. Identificación de puestos (Matriz de competencias) Contador (a) .....	160
84. Identificación de puestos (Matriz de competencias) Vendedor (a) .....	161
85. Identificación de puestos (Matriz de competencias) Jefe de bodega.....	162
86. Identificación de puestos (Matriz de competencias) Especialista.....	163
87. Índice de evaluación .....	170
88. Matriz de impacto económico.....	171
89. Matriz de impacto social.....	172
90. Matriz de impacto empresarial.....	172
91. Matriz de impacto de salud.....	173
92. Matriz de impacto educativo.....	174
93. Matriz de impacto general .....	175



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. Situación geográfica de Ibarra .....	37
2. Dolor o malestar en las piernas .....	45
3. Permanece mucho tiempo de pie o sentado(a).....	46
4. Actividades deportivas.....	47
5. Conoce usted las medias de compresión.....	48
6. Conoce algún sitio donde pueda adquirir medias medicinales, es decir medias de compresión.....	49
7. Clasificación de las empresas .....	55
8. Medias de compresión para damas .....	82
9. Estilos y Colores de medias de compresión para damas (tipo pantorrilla) .....	82
10. Estilos y Colores de medias de compresión para caballeros (tipo pantorrilla) .....	83
11. Niveles de compresión.....	84
12. Marcas de medias de compresión .....	87
13. Le gustaría que exista en la ciudad un lugar que expenda este tipo de medias .....	88
14. Cantidad de medias de compresión podría comprar mensualmente .....	89
15. Modelo de media que prefiere comprar .....	90
16. Pantorrilla.....	91
17. Pantalón.....	92
18. Dónde le gustaría encontrar este tipo de medias.....	93
19. A través de qué medios le gustaría enterarse de las novedades de este producto.....	94
20. Edad .....	95
21. Género.....	96
22. Ocupación .....	97
23. Diseño del blog .....	106
24. Diseño página Facebook .....	107
25. Diseño del correo electrónico .....	108
26. Diseño spot radial .....	109
27. Macro localización del proyecto .....	112
28. Mapa topográfico de la ubicación del proyecto.....	113
29. Mapa satelital de la ubicación del proyecto .....	113
30. Flujo grama del proceso de importación.....	122
31. Flujo grama del proceso de comercialización.....	123

32. Plano arquitectónico.....	125
33. Diseño de las instalaciones de la planta.....	126
34. Logotipo de la empresa.....	153
35. Organigrama estructural.....	156
36. Organigrama posicional.....	157

## INTRODUCCIÓN

Ibarra es una ciudad pujante, educadora, progresista, que constantemente trabaja en proyectos que ayuden a mejorar la calidad de vida de los Ibarreños desarrollando estrategias de recuperación ciudadana. Está ubicada en la zona norte de Ecuador a 115 km al noreste de Quito y 125 km al sur de Tulcán su clima es templado con unas temperaturas entre los 12° y los 32° Celsius.

Es el eje comercial de la región, y da empleo a 46 855 ibarreños, la tasa de desempleo provincial es de 5,1 de la Población Económicamente Activa (PEA) de los 181 175 habitantes de Ibarra, los jóvenes son el 62%. Las entidades públicas son la tercera fuente de empleo, hay 11 355 funcionarios. La PEA en Ibarra es de 63984 personas, según el último censo del INEC. De un total de 10 330 actividades productivas registradas en el Municipio de Ibarra, la mitad está vinculada a la venta de productos y de servicios donde hay locales de ropa, electrodomésticos, bazares, restaurantes, entidades bancarias entre otras. El comercio al por mayor y menor es la actividad más importante en el cantón Ibarra, según el censo INEC del 2010. Por su situación estratégica, la ciudad se ha convertido en el eje de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos. Su cercanía con Quito le permite funcionar como un centro político administrativo de la región y como nexo comercial con la capital de la República.

Para una fácil comprensión de lo investigado se ha utilizado un lenguaje claro y sencillo donde lo expresado anteriormente es la razón principal para que nazca la idea del presente proyecto que sin lugar a dudas solucionará un problema de abastecimiento de este producto a precios accesibles en el tiempo y lugar que necesiten los clientes y de esta manera ahorrándoles tiempo y recursos.

## **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **Objetivo General**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de la microempresa importadora y comercializadora de medias medicinales de compresión para damas y caballeros en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura.

### **Objetivos específicos**

- Realizar un diagnóstico técnico situacional en la ciudad de Ibarra para establecer las condiciones existentes en el sector y sus alrededores por medio de encuestas y de esta manera identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.
- Estructurar el marco teórico mediante ideas básicas que formulan las bases teóricas y científicas, a través de enfoques de investigación que fundamenten su concepción científica, técnica referente a la estructura y contenido del tema.
- Ejecutar un estudio de mercado que permita identificar la participación, de elementos básicos como: oferta, demanda, producto, precio y canales de distribución.
- Efectuar un estudio técnico del proyecto para determinar el tamaño de la microempresa, con su macro, micro, óptima localización, aspectos tecnológicos, parámetros operativos, requerimiento de personal, equipamiento. Además de contar con sus respectivos procesos, de presupuesto, capital de trabajo que permitan establecer el monto a invertir.
- Suministrar información acerca de la situación financiera, desempeño y cambios de la microempresa con el objeto de tomar decisiones económicas.
- Establecer la estructura organizativa de forma clara, determinando los distintos departamentos, roles de trabajo, funciones que conforman y aseguran la correcta dirección de la organización.

- Identificar el impacto económico, social, legal, empresarial, en nuestra actividad, obra o proyecto, cuantificándolos y ponderándolos para conducir a la toma de decisiones.

## JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto tiene como propósito principal determinar la factibilidad técnica, financiera, legal e institucional para la creación de una empresa importadora y comercializadora de medias medicinales de compresión, algunos médicos recetan este producto para el bienestar de los pacientes en el ámbito vascular, en caso de cirugía, ayudan a disminuir el dolor, la sensación de pesadez, hinchazón en las piernas, o en el caso de lesiones ayudan a la prevención de coágulos de sangre.

La ejecución del tema planteado tiene múltiples beneficios para los habitantes en el sentido social y económico. La realización de este trabajo influirá de manera positiva, en el desarrollo colectivo de los habitantes y mejorará notablemente la calidad de vida de los mismos. La aportación de los recursos económicos, conocimientos técnicos y teóricos sobre el tema, ayudarán a que sea posible la elaboración del presente proyecto de investigación.

Esta nueva empresa permite de manera directa, la importación, comercialización de este producto y poner en práctica los conocimientos aprendidos en la universidad, desarrollar las habilidades de negociar, el mantener buenas relaciones humanas con una inteligencia emocional, que permitirá estructurar un buen plan estratégico para que el trabajo sea exitoso.

Los beneficiarios serán principalmente las damas, caballeros, siendo parte de la población económicamente activa de la región norte del país, ofreciéndoles un trato diferente en el momento de adquirir nuestro producto ya que la venta de las medias de compresión va acompañada de una asesoría profesional, quien ayudará a elegir una correcta y saludable opción, lo importante de usar este producto es saber si la compresión es adecuada para nuestras

piernas. Su uso se ha extendido en los últimos años, para mejorar la circulación, tanto de amas de casa como de deportistas profesionales o aficionados aunque algunos llevan años utilizándolas.

La empresa no sólo podrá tener su campo de acción en Ibarra sino que, también podrá extenderse a las demás ciudades como Atuntaqui, Otavalo con un mercado potencial de la región norte del país, proyectándose llegar a los consumidores finales mediante distintas sucursales en el futuro: la falta de una adecuada comercialización de este producto obliga a los consumidores potenciales del sector a trasladarse a otras ciudades incrementando sus gastos y pérdida de tiempo.

El presente proyecto es factible de realizarse desde distintos puntos de vista como: político, puesto que se sustenta en las políticas de desarrollo Micro-empresarial, legal porque se apoya en la Constitución Política del Ecuador; económico porque existe el suficiente interés de personas por invertir, desde el punto de vista del talento humano también es recomendable de realizarse porque el presente trabajo proporcionará nuevas fuentes de empleo.

## CAPÍTULO I

### 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

#### 1.1. Antecedentes

En una amplia y verde planicie a los pies del Volcán Imbabura, se encuentra Ibarra, ciudad de tradición española que goza de un clima privilegiado, en la que conviven variedad de culturas y etnias que enriquecen y hacen única a la provincia. La riqueza cultural, expresada a través de las diferentes manifestaciones de sus habitantes la hace inconfundible. Es una ciudad potente, educadora, progresista; se han trabajado en proyectos que ayuden a mejorar la calidad de vida de los Ibarreños desarrollando estrategias de recuperación ciudadana en los espacios públicos y la construcción de servicios que han mejorado rotundamente los paisajes urbanísticos ([www.ame.gob.ec](http://www.ame.gob.ec))

Es un orgullo pertenecer a la provincia más étnica y culturalmente diversa del país, así como la provincia con más flujo inmigratorio extranjero en el Ecuador, es el principal núcleo vial del norte del Ecuador, pues sus conexiones giran y desvían hacia los cuatro principales ejes, comunicando por el sur hacia Quito, por el oeste hacia la costa pacífica ecuatoriana, por el norte hacia la frontera con Colombia y por el oeste hacia la Región Oriental-Amazonía.

La problemática que presenta este sector, es que debido a las actividades diarias de hombres y mujeres padecen de dolor en las piernas acompañado de enfermedades de circulación sanguínea como son las várices y es difícil encontrarlas porque existen pocos lugares que expendan este tipo de producto y mucho menos existen sitios que tengan una atención personalizada para cada cliente, entonces se presenta un proyecto que piensa en

solucionar este problema con una atención directa profesional y siempre pensando en el bienestar del cliente.

### **1.1.1. Necesidad a satisfacer**

En la actualidad los médicos han recomendado el uso de las medias de compresión a pacientes con problemas circulatorios, hoy en día se encuentran que son útiles de otras maneras, como para prevenir el riesgo de coágulos sanguíneos. Esta idea surge por la demanda de personas que solicitan constantemente este producto que está dirigido para personas que buscan mejorar su estilo de vida a través de esta opción medicinal. También va encaminado a prevenir el apareamiento prematuro de várices sea en hombres o mujeres.

## **1.2. Objetivos del diagnóstico**

### **1.2.1. Objetivo general**

Efectuar un Diagnóstico Situacional en el Cantón Ibarra, con la finalidad de determinar características del entorno y situación de la misma donde se desarrollará el estudio del proyecto.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Identificar los aspectos demográficos de la población de la ciudad de Ibarra.
- Determinar los aspectos legales para el funcionamiento de la microempresa.
- Evaluar las características socio-económicas de cada área de investigación donde se implementará el proyecto.
- Establecer los canales de distribución y comercialización de las medias medicinales de compresión.



### **1.3. Variables diagnósticas**

Se ha podido reconocer las principales variables con los respectivos indicadores las cuales se detallan a continuación.

- Aspectos demográficos que determinen a nuestros potenciales clientes.
- Aspectos legales para el funcionamiento del negocio
- Situación socio-económicas
- Negocios similares

### **1.4. Indicadores o sub aspectos**

#### **1.4.1. Aspectos demográficos**

- Crecimiento poblacional (edad - género)
- Ubicación geográfica

#### **1.4.2. Aspectos legales**

- Permisos legales (permiso de bomberos, sanitario, patente)
- Reglamentación aduanera y permisos aduaneros

#### **1.4.3. Situación socio-económica**

- Actividades económicas, nivel de ingresos
- Población económicamente activa

#### **1.4.4. Negocios similares**

- Canales de distribución
- Ubicación
- Frecuencia y cantidad de ventas.

## 1.5. Matriz de relación diagnóstica

**Tabla N° 1**

**Matriz de relación diagnóstica**

Objetivo	Variable	Indicador	Técnica	Información
Identificar los aspectos de la población de la ciudad de Ibarra.	Aspectos Demográficos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crecimiento poblacional</li> <li>- Ubicación geográfica</li> <li>- Edad</li> <li>- Género</li> <li>-</li> </ul>	Investigación Documental	Datos del INEC
Determinar los aspectos legales para el funcionamiento de la microempresa.	Aspectos Legales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Permisos legales</li> <li>- Permiso Bomberos</li> <li>- Reglamentación aduanera y permisos aduaneros</li> <li>- Patente</li> <li>- Permiso sanitario</li> </ul>	Investigación bibliográfica	Secretaría Nacional de aduanas del Ecuador y Código del comercio. Ilustre Municipio de Ibarra
Evaluar las características socio-económicas de cada área de investigación donde se implementara el proyecto.	Situación Socio-económicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actividades económicas</li> <li>- Nivel de ingresos</li> <li>- Población económicamente activa</li> </ul>	Investigación Documental	Código de la Producción Datos del censo INEC Datos del censo INEC
Establecer los canales de distribución y comercialización de las medias medicinales de compresión.	Negocios Similares	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Canales de distribución</li> <li>- Ubicación</li> <li>- Frecuencia de oferta</li> </ul>	Encuesta	Los negocios similares como FYBECA, Centros Ortopédicos

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

Año: 2015

## **1.6. Mecánica operativa**

### **1.6.1. Aspectos demográficos**

- **Altura**

Ibarra es una ciudad con una altitud de 2.225 m.s.n.m metros sobre el nivel del mar

- **Superficie**

Cuenta con una superficie de 41 km<sup>2</sup>

- **Relieve**

Las elevaciones montañosas más importantes son: el Imbabura (4.500m.) el Cubilche (3.800m.), el Cunro (3.304m.).

- **Límites**

Los límites del Cantón son:

Norte: Provincia del Carchi,

Noroeste: Provincia de Esmeraldas,

Oeste: Cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo,

Este: Cantón Pimampiro,

Sur: Provincia de Pichincha

- **Clima**

Posee un clima seco templado y agradable.

- **Idioma grupos étnicos**

Castellano y quichua

- **Vías de acceso y transporte**

Su principal vía de comunicación es la carretera Panamericana, que pasa por el Juncal, Chota, Ibarra, Atuntaqui y Otavalo, complementada con una significativa red de caminos asfaltados o afirmados, que impulsan y fomentan las actividades en toda la provincia.

- **Grupos étnicos**

Mestizo e indígena

- **Población**

La ciudad de Ibarra tiene una población de 181.175 habitantes entre hombres y mujeres.

**Tabla N° 2**

**Población de Ibarra**

Sexo	Casos	Porcentaje
Femenino	93.389	51,4%
Masculino	87.786	48,6%
Total	181.175	100%

## Gráfico N° 1

### Situación geográfica de Ibarra



Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Gobierno Provincial de Imbabura  
Año: 2015

#### 1.6.2. Aspectos legales

Ibarra cuenta con una ordenanza municipal la cual se relaciona con la producción y comercialización según el Art. 3 de la ordenanza que regula la administración, control y recaudación del impuesto anual de patentes municipales que dice: “son sujetos pasivos del impuesto anual de patente todas las personas naturales, jurídicas y sociedades de hecho que ejerzan actividades económicas comerciales, industriales de servicio, profesionales, arrendatarios de inmuebles, transportistas de servicio público de pasajeros y de carga de forma individual u otras actividades de cualquier orden económico dentro de la jurisdicción del cantón Ibarra”. Esta ordenanza calcula el pago de la patente en función de una tabla de acuerdo al patrimonio.

- **Patente municipal**

Las microempresas en la ciudad tienen la obligación de sacar un comprobante de pago emitido por la administración correspondiente, por la cancelación anual del impuesto de patente

municipal el cual se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial o industrial y opere en Ibarra.

- **Procedimientos para importar**

### **Regímenes de importación**

- Importación para el Consumo (Art. 147 COPCI Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversión )
- Admisión Temporal para Reexportación en el mismo estado (Art. 148 COPCI)
- Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo (Art. 149 COPCI)
- Reposición de Mercancías con Franquicia Arancelaria (Art. 150 COPCI)
- Transformación bajo control Aduanero (Art. 151 COPCI)
- Depósito Aduanero (Art. 152 COPCI)
- Reimportación en el mismo estado (Art. 152 COPCI)

### **Personas que pueden importar**

Pueden Importar todas las Personas Naturales o Jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país que hayan sido registrados como importador en el sistema ECUAPASS y aprobado por el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

### **Procedimientos para obtener el registro de importador**

Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:

- Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades: Banco Central del Ecuador: [www.eci.bce.ec/web/guest/](http://www.eci.bce.ec/web/guest/) y Security Data: [www.securitydata.net.ec/](http://www.securitydata.net.ec/)
- Registrarse en el portal de ECUAPASS: ([www.ecuapass.aduana.gob.ec](http://www.ecuapass.aduana.gob.ec)).

Aquí se podrá:

- 1) Actualizar base de datos
- 2) Crear usuario y contraseña
- 3) Aceptar las políticas de uso
- 4) Registrar firma electrónica

Revisar el boletín 32-2012, en el cual se encuentra un video demostrativo sobre el registro al portal ECUAPASS.

### **Restricciones de un producto a importar**

Para conocer si un producto está habilitado para ser importado, visite la página del organismo regulador de Comercio Exterior en el Ecuador COMEX [www.comex.gob.ec](http://www.comex.gob.ec), link: Resoluciones (182, 183, 184, 364) en las cuales se disponen las restricciones y requisitos para la importación de cada producto. Una vez cumplidos los requisitos y restricciones del producto importado podrá realizar el trámite de desaduanización de la mercancía.

### **Desaduanizar una mercancía importada**

*Para realizar los trámites de desaduanización de mercancías es necesario la asesoría y servicio de un Agente Afianzado por el SENA. El listado de Agentes de Aduana autorizados se encuentra en la página web: [www.aduana.gob.ec](http://www.aduana.gob.ec)*

La declaración aduanera de Importación (DAI) será presentada de manera electrónica, y física en los casos en que determine la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. En los casos de que a la declaración aduanera se le asigne aforo físico o documental, esta deberá completarse el mismo día con la transmisión digital de los documentos de acompañamiento y de soporte que no se puedan presentar en formato electrónico. Cuando

no se cumpliere con el envío de los documentos indicados en el presente artículo dentro del término de los treinta días calendario, contados a partir de la fecha de arribo de la mercancía, acarreará su abandono tácito según lo establecido en el art. 142 del COPCI sin perjuicio de la imposición de la respectiva multa por falta reglamentaria de acuerdo a lo establecido en el literal d) del art. 193 del COPCI. (Art. 67 Reg. COPCI).

Los documentos digitales que acompañan a la DAI a través del ECUAPASS son:

- Documentos de acompañamiento

Se constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo, deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía deben presentarse, física o electrónicamente, en conjunto con la Declaración Aduanera, cuando estos sean exigidos. (Art. 72 Reg. COPCI)

- Documentos de soporte

Constituirán la base de la información de la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos documentos originales ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la Declaración Aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la Ley. (Art. 73 Reg. COPCI)

- Factura Comercial
- Certificado de Origen (cuando proceda)
- Documentos que el (SENAE Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador) o el Organismo regulador de Comercio Exterior
- Transmitida la Declaración Aduanera, el Sistema le otorgará un número de validación (Refrendo) y el CANAL DE AFORO que corresponda



### **Canales de Aforos que existen**

- Canal de Aforo Automático (Art. 80 RCOPCI Reglamento al Código Orgánico de la Producción ,Comercio e Inversiones )
- Canal de Aforo electrónico (Art. 81 RCOPCI)
- Canal de Aforo documental (Art. 82 RCOPCI)
- Canal de Aforo Físico Intrusivo(Art. 83 RCOPCI)
- Canal de Aforo físico No Intrusivo (Art. 83 RCOPCI)

Previo al pago de los tributos al comercio exterior, ejecutado el aforo asignado y de no existir novedades la Aduana dispondrá el levante o retiro de las mercancías.

### **Cuánto se debe pagar en tributos por un producto importado**

Para determinar el valor a pagar de tributos al comercio Exterior es necesario conocer la clasificación arancelaria del producto importado. Los tributos al comercio exterior son derechos arancelarios, impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias tasas por servicios aduaneros.

- **AD-VALOREM** (Arancel Cobrado a las Mercancías).
- **FODINFA** (Fondo de Desarrollo para la Infancia)
- **ICE** (Impuesto a los Consumos Especiales)
- **IVA** (Impuesto al Valor Agregado)
- **Base legal** Código Orgánico de la Producción Comercio e Exterior.  
[www.aduana.gob.ec/pro/to\\_import.action](http://www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action)

### **1.6.3. Aspectos socio económico**

El desarrollo socio-económico y sostenido de la ciudad de Ibarra involucra la participación decidida de todos los actores que viven en ella, es así como: el sector público representado por las autoridades elegidas, el sector privado representado por las personas naturales y jurídicas que realizan diariamente una actividad productiva y el sector social representada por todos los habitantes que permiten dar un valor agregado a los recursos naturales y humanos para beneficio de la ciudad.

La tasa de desempleo provincial es de 5,1 de la Población Económicamente Activa (PEA) que es 63.984 y el número de habitantes es de 181 175 ibarreños, las entidades públicas son la tercera fuente de empleo, hay 11 355 funcionarios. De un total de 10 330 actividades productivas registradas en el Municipio de Ibarra, la mitad está vinculada a la venta de productos y de servicios donde hay locales de ropa, electrodomésticos, bazares, restaurantes, entidades bancarias entre otras. El comercio al por mayor y menor es la actividad más importante en el cantón Ibarra, según el INEC del 2010. <http://edicionimpresa.elcomercio.com>

### **1.7. Resultado de la entrevista al especialista vascular**

La entrevista fue realizada al Cirujano Vascular Paúl Carrera en el Hospital San Vicente de Paúl.

1.- ¿Qué opinión nos puede dar acerca de este producto?

En la actualidad los médicos recomendamos el uso de estas medias de compresión a personas con problemas circulatorios, por lo que poseen un doble efecto: terapéutico y el de prevenir el riesgo de coágulos sanguíneos o pequeñas protuberancias para quienes estarán manejando o viajando por un largo período de tiempo. La mayoría de estas medias de

compresión están fabricadas con materiales transpirables que favorecen la absorción de sudor y mantienen las piernas secas en todo momento.

2.- ¿Qué piensa acerca de los beneficios de este producto?

Su mecanismo de acción reside en la presión externa sobre las venas de las piernas, la presión que hace sobre ellas, es lo que ayuda aliviar y controlar los síntomas (pesadez e hinchazón de las piernas, cansancio, hormigueo, punzadas, dolor), estimula la circulación de tal modo que la sangre ascienda hasta el corazón, evita que las venas continúen dilatándose y acumulando sangre en su interior. Las medias de compresión actuales son mucho más fáciles de colocar y cómodas de llevar debido a sus materiales de alta calidad y no se rompen con facilidad.

3.- ¿A quiénes va dirigido este producto y en dónde pueden encontrar dicho producto?

Este producto va dirigido a las personas que por su actividad profesional permanecen mucho tiempo sentadas o de pie, sobrepeso u obesidad o pesadez de piernas como puede ser: mujeres embarazadas, atletas, diabéticos, choferes, docentes, estudiantes u otras como quienes retienen líquidos, y sobre todo quienes realizan habitualmente viajes con una marcada inmovilidad. Estas medias de compresión se pueden encontrar en las tiendas de artículos ortopédicos.

4.- ¿Qué beneficios aporta a las personas que se han sometido a cirugías vasculares?

Ayudan a aliviar el dolor, evitar la hinchazón y les brinda comodidad, además de controlar que no se vuelvan a formar protuberancias o coágulos en el interior de las piernas y que la circulación sea la correcta.

5.- ¿Qué beneficios aporta a las personas que aún no se han sometido a cirugías vasculares?

Reduce el volumen de sangre en las venas, movilizándolo el flujo venoso, de esta manera oprimiendo la congestión o como lo llamamos comúnmente la mala circulación sanguínea, protuberancias, insuficiencia venosa, coágulos, úlceras; es decir domina los efectos de la hipertensión venosa.

### 1.8. Cálculo de la muestra

El muestreo se efectuará a la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura, con un número de habitantes de la Población Económicamente Activa de 63.984 con la finalidad de realizar el estudio planteado.

Fórmula:

$$n = \frac{N * Z^2 * Q^2}{e^2 (N - 1) + Z^2 * Q^2}$$

**n** = muestra

**N** = población

**Z<sup>2</sup>** = nivel de confianza

**Q<sup>2</sup>** = probabilidad de ocurrencia de un evento

**e<sup>2</sup>** = error

$$n = \frac{(63,984) * (1,96\%)^2 * (0,5)^2}{(0,05)^2 * (63,984 - 1) + (1,96\%)^2 * (0,5)^2}$$

Aplicación:

$$(0,05)^2 * (63,984 - 1) + (1,96\%)^2 * (0,5)^2$$

$$n = 381 \llencuestas a realizar\gg$$

### 1.8.1. Tabulación y análisis de resultados

1.- ¿Tiene dolor en las piernas?

**Tabla N° 3**

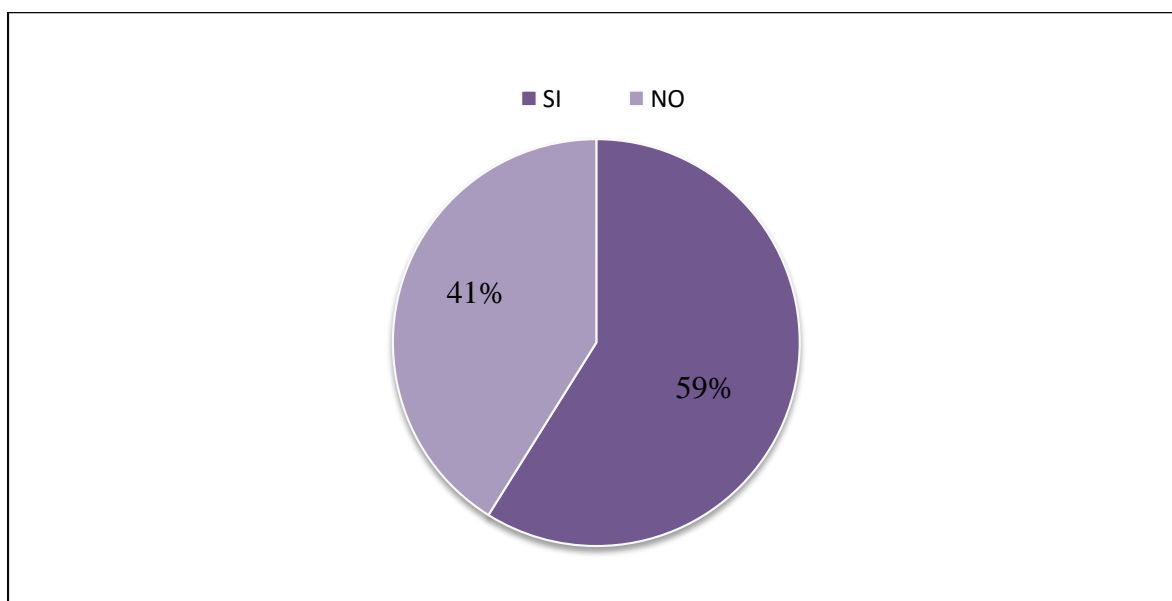
***Dolor en las piernas***

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	225	59
NO	156	41
Total	381	100 %

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

**Gráfico N° 2**

***Dolor o malestar en las piernas***



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

### **Análisis**

De acuerdo a la investigación realizada podemos determinar que la mayor parte de las personas a las que se les realizó la encuesta tienen problemas de circulación sanguínea es decir cierto dolor en las piernas que les agobia mientras que el porcentaje restante no tiene ningún inconveniente.

2.- ¿Permanece mucho tiempo de pie o sentado(a)?

**Tabla N° 4**

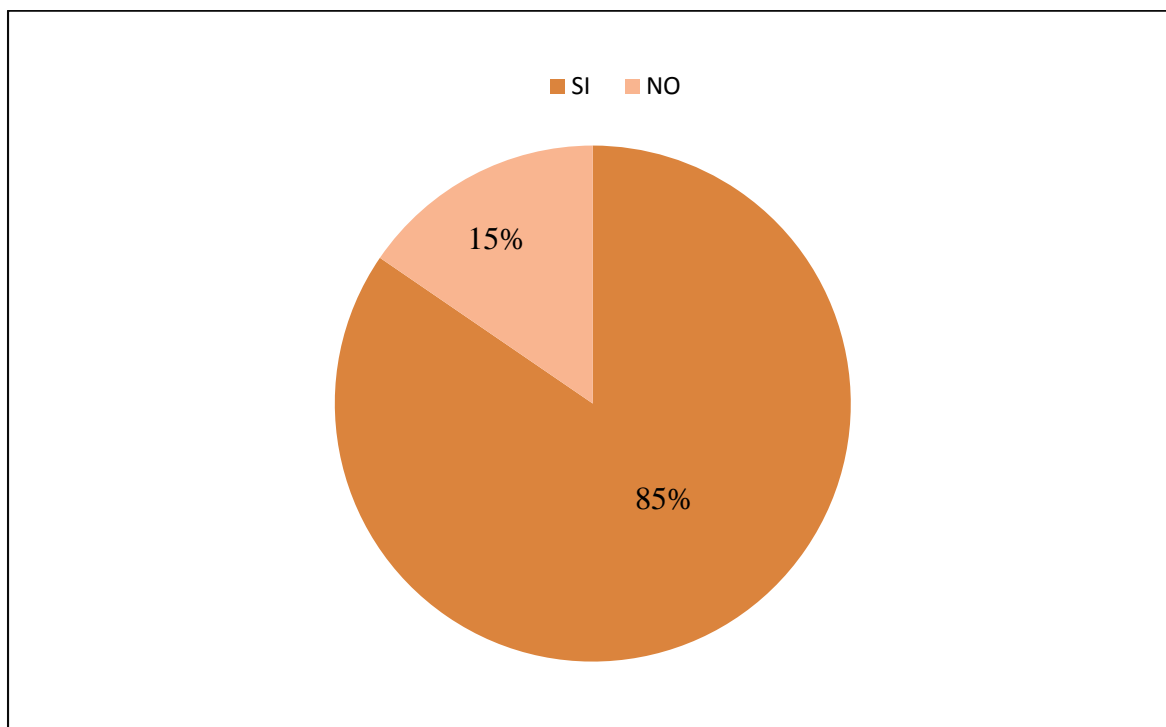
***Permanece mucho tiempo de pie o sentado(a)***

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	323	85
NO	58	15
Total	381	100 %

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

**Gráfico N° 3**

***Permanece mucho tiempo de pie o sentado(a)***



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

**Análisis**

De acuerdo a la investigación realizada podemos determinar que las personas a las que se les realizó la encuesta, pasan mucho tiempo en una sola posición ya sea parados o sentados, y las demás supo manifestar que realizan otro tipo de actividades, caminan a menudo.

### 3.- ¿Realiza actividades deportivas?

**Tabla N° 5**

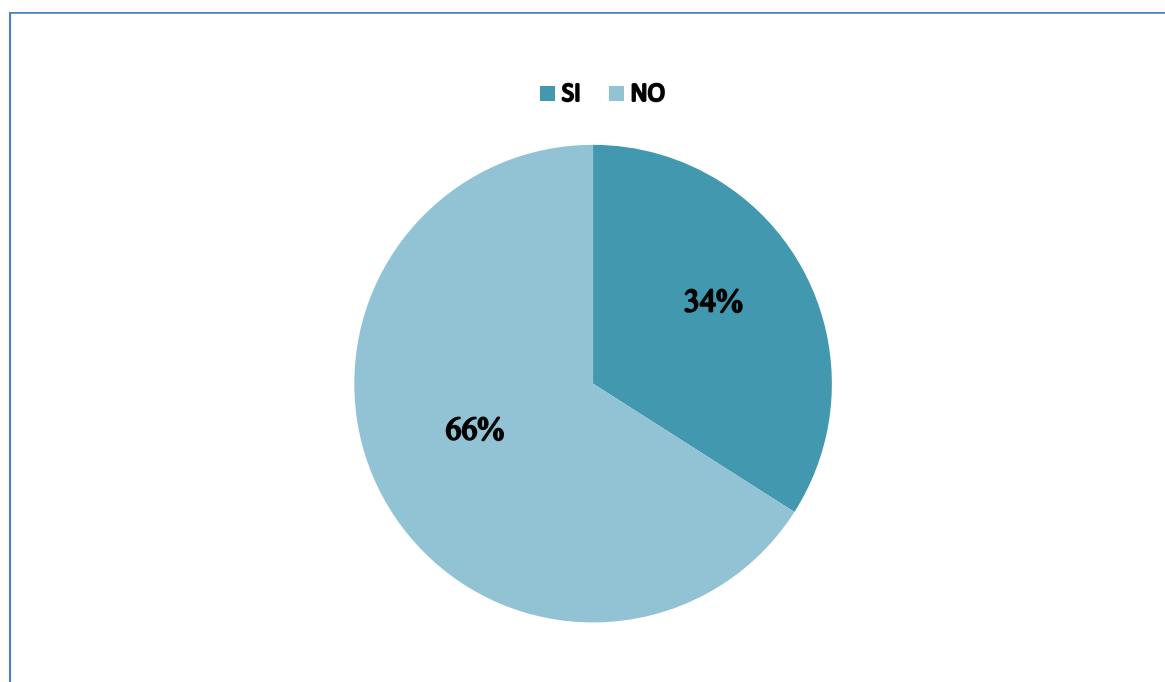
**Actividades deportivas**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	130	34
NO	251	66
Total	381	100 %

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

**Gráfico N° 4**

**Actividades deportivas**



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

### **Análisis**

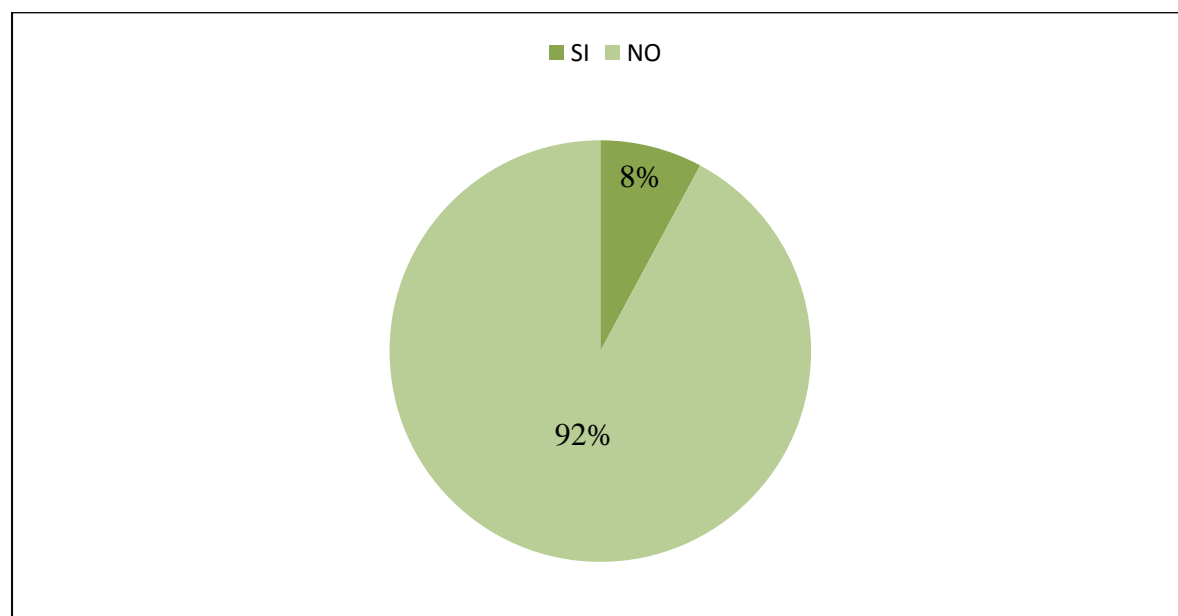
De acuerdo a la investigación realizada podemos comprobar que la mayor parte de las personas no realizan ningún tipo de actividades deportivas, mientras que el 34% si realizan todo tipo de actividades deportivas como el caminar, nadar, trotar o acuden al gimnasio.

## 4.- ¿Conoce usted o ha escuchado de las medias de compresión?

**Tabla N° 6****Conoce usted o ha escuchado de las medias de compresión**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	30	8
NO	351	92
Total	381	100 %

Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: Las autoras  
 Año: 2015

**Gráfico N° 5****Conoce usted las medias de compresión**

Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: Las autoras  
 Año: 2015

**Análisis**

De acuerdo a la investigación realizada podemos determinar que la mayor parte de las personas a las que se les realizó la encuesta no saben de las medias de compresión, mientras que el resto conoce este producto por el nombre de medias para várices.



5.- ¿Conoce algún sitio donde pueda adquirir medias medicinales, es decir medias de compresión?

**Tabla N° 7**

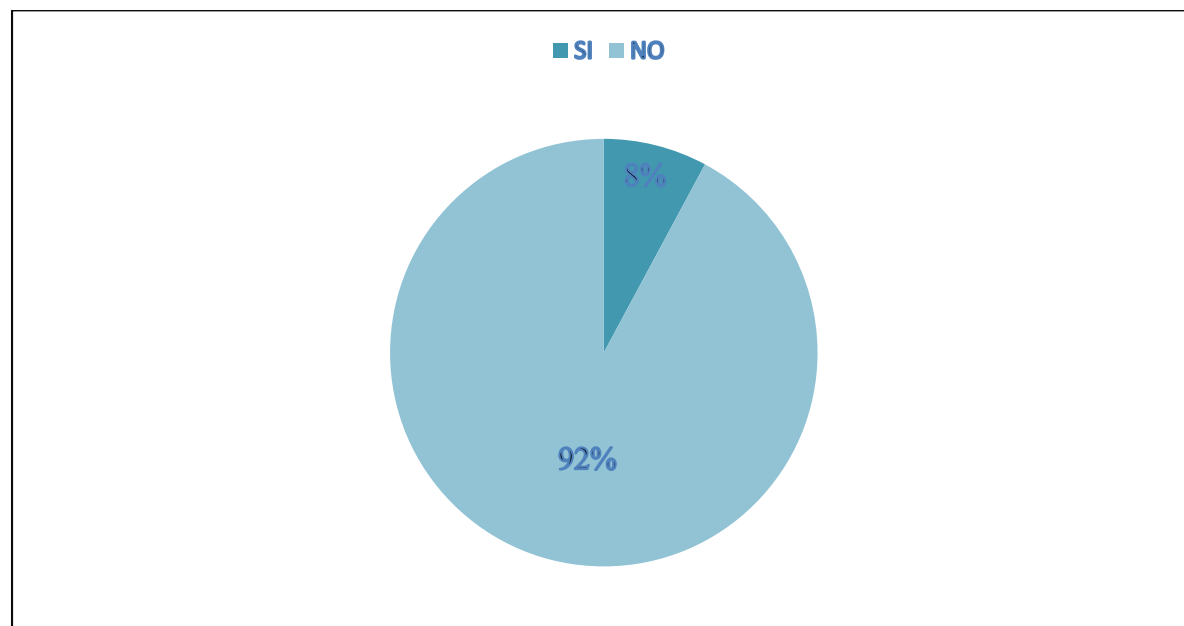
**Conoce algún sitio donde pueda adquirir medias medicinales, es decir medias de compresión**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	30	8
NO	351	92
Total	381	100 %

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

**Gráfico N° 6**

**Conoce algún sitio donde pueda adquirir medias medicinales, es decir medias de compresión**



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

### **Análisis**

De acuerdo a la investigación realizada podemos determinar que la mayor parte de las personas a las que se les realizó la encuesta, no conocen de un lugar donde puedan adquirir este tipo de medias, mientras que el resto sabían de algunos lugares como tiendas de artículos ortopédicos y Fybeca.

## 1.9. Matriz AOOD

*Tabla N° 8*

*Matriz AOOD*

<b>Aliados</b>	<b>Oponentes</b>
Las personas con problemas de circulación que requieren de este producto en la ciudad de Ibarra.	Los trámites burocráticos para la desaduanización del producto.
Ubicación estratégica de la ciudad de Ibarra para la adquisición del producto y comercialización del mismo.	Los costos de transporte en los que incurre la mercadería.
Las Instituciones Financieras apoyan al emprendimiento de microempresas otorgando crédito.	Problemas burocráticos al poner en marcha la microempresa.
Los profesionales especializados, son los que brindarán servicios personalizados.	
<b>Oportunidades</b>	<b>Riesgos</b>
Vías de acceso a la ciudad son de calidad, permiten la movilización y el acceso al servicio.	El bajo nivel de instrucción en el tema puede dar una información errónea a la ciudadanía.
Generación de nuevas fuentes de empleo Ausencia de empresas comercializadoras que expidan este producto en la ciudad de Ibarra.	Falta de conocimiento acerca del producto Competencia de los centros ortopédicos que brindan este producto.
La existencia de personas con problemas de circulación en la ciudad.	La política del estado en contra de las importaciones.

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

## **1.10. Estrategias AO – AR – OO – OR**

### **1.10.1. Cruce estratégico AO:**

#### **Aliados – Oportunidades**

- El tener gran concentración de personas con problemas de circulación que solicitan de este producto, establece una oportunidad para la creación de la microempresa importadora y comercializadora de medias medicinales. Los pacientes no tendrán que buscar estas tiendas.
- Al contar con una ubicación estratégica y vías de acceso de calidad, permite que todos los habitantes puedan adquirir medias de compresión.
- Profesionales especializados en esta área que podrían ayudar con el proyecto.
- La presencia de instituciones financieras que apoyan el desarrollo de microempresas concediendo créditos a los pequeños inversionistas y gracias a esto se generan nuevas fuentes de empleo al igual que la rentabilidad de la misma.

### **1.10.2. Cruce estratégico AR:**

#### **Aliados – Riesgos**

- Al disponer de profesionales especialistas en el tema, se brindará la información exacta que el paciente debe saber.
- El apoyo de instituciones financieras a este tipo de proyectos, y la competencia de los centros ortopédicos que brindan este producto puede resultar contundente al momento de importar la mercadería.

### **1.10.3. Cruce estratégico OO:**

#### **Oportunidades – Oponentes**

- Las vías de acceso a la ciudad son de calidad y permiten la fácil movilización al momento de transportar la mercancía, los costos pueden resultar convenientes.

### **1.10.4. Cruce estratégico OR:**

#### **Oponentes - Riesgos**

- La falta de conocimiento o un bajo nivel de instrucción en el tema puede dar una información inexacta del producto y los pacientes pueden sentirse insatisfechos con el servicio que recibirán.
- La política del estado en contra de las importaciones lograría complicar con los trámites burocráticos para la desaduanización del producto a la hora de poner en marcha la microempresa, llevando a cabo todos los procesos legales el resultado será positivo y conveniente.

## **1.11. Oportunidad de inversión**

Luego de haber ejecutado el diagnóstico situacional, mediante la implementación de técnicas de investigación como las encuestas dirigidas a la PEA (Población económicamente activa) en el rango de 35 a 65 años de edad, las fichas de observación dirigidas a la competencia directa como son las tiendas de artículos ortopédicos y la farmacia Fybeca, la entrevista efectuada al cirujano vascular Paúl Carrera del Hospital San Vicente de Paúl y una vez desarrollada la matriz AOOR se logró determinar el problema diagnóstico reside en que muchas personas le conocen con el nombre de medias para várices, además de no existir lugares que expendan este producto. Dé lo señalado anteriormente, se establece la necesidad de

desarrollar el presente **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA DE MEDIAS MEDICINALES PARA DAMAS Y CABALLEROS EN LA CIUDAD DE IBARRA”**.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

El presente capítulo selecciona la información significativa y necesaria para el avance del estudio de factibilidad en el cual se respeta la autoría de las diferentes transcripciones textuales realizadas, incluyendo su fuente y se aporta con análisis e interpretación de la información transcrita.

#### 2.1. Empresa

##### 2.1.1. Definición

*“Es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que, al ser vendidos, producirán una renta que beneficia al empresario, al Estado y a la sociedad en general” (Zapata, 2011, pág. 5).*

*“Es la entidad u organización que se establece en un lugar determinado con el propósito de desarrollar actividades relacionadas con la producción y comercialización de bienes y/o servicios en general, para satisfacer las diversas necesidades” (Sarmiento, 2010, pág. 37).*

Una empresa es una unidad económico-social, conformada por el elemento humano, bienes materiales y financieros, en la que intervienen el trabajo y el capital con el objetivo de originar algo u ofrecer un servicio que cubra una necesidad y por el cual se consigan beneficios, es decir utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios.

### 2.1.2. Importancia

El desarrollo económico–social del país está en el sector empresarial el cual es el principal generador de empleo el mejor distribuidor de ingresos entre la población y entre las regiones siendo un factor crucial para la cohesión social y movilidad económica de las personas tiene gran relevancia permitiendo el progreso y mejora de la economía del país.

### 2.1.3. Clases de empresas

Según (Superintendencia de Compañías , 2014), Sección 2 En Ecuador las empresas se clasifican en:

#### Gráfico N° 7

#### Clasificación de las empresas



**Fuente:** Ley de Compañías Art.2  
**Elaborado por:** Las autoras  
**Año:** 2015

**a) Compañía en nombre colectivo**

La compañía en nombre colectivo se contrae entre dos o más personas que hacen el comercio bajo una razón social. La razón social es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios, o de algunos de ellos, con la agregación de las palabras “y compañía”. Solo los nombres de los socios pueden formar parte de la razón social. **Art. 36**

**b) Compañía en comandita simple**

La compañía en comandita simple existe bajo una razón social y se contrae entre uno o varios socios solidarios e ilimitadamente responsables y otro u otros, simples suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes.

La razón social será necesariamente, el nombre de uno o varios de los socios solidariamente responsables, al que se agregará siempre las palabras “compañía en comandita”, escritas con todas sus letra o la abreviatura. **Art. 59**

**c) Compañía de responsabilidad limitada**

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como “comercial”, “industrial”, “agrícola”, “constructora”, entre otras, no serán de uso exclusive e irán acompañadas de una expresión peculiar. **Art. 92**



#### d) Compañía anónima

La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la adaptación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. **Art. 143.** La denominación deberá contener la indicación de “compañía anónima”, o “sociedad anónima”. **Art. 144.**

#### e) Compañía en comandita por acciones

El capital de esta compañía se dividirá en acciones nominativas de un valor nominal igual. La décima parte del capital social, por lo menos, debe ser aportada por los socios solidariamente responsables (comanditados), a quienes por sus acciones se entregarán certificados nominativos intransferibles. **Art. 301**

#### f) Compañía de economía mixta

El Estado, las municipalidades, los consejos provinciales y las entidades u organismos del sector público, podrán participar, conjuntamente con el capital privado, en el capital y en la gestión social de esta compañía. **Art. 308**

### 2.1.4. Elementos de la empresa

#### *Tabla N° 9*

#### *Elementos de la empresa*

Internos	Externos
Recurso Humano – Hombre	Proveedores
Recurso Financiero – Capital	Distribuidores
Recursos materiales – infraestructura, mercadería, equipos	Competidores
	Clientes

## **2.2. Estructura organizativa**

### **2.2.1. Misión**

La misión es el propósito, motivo, razón de ser de la existencia de la empresa, define lo que pretende hacer, cumplir y para quién lo va hacer.

### **2.2.2. Visión**

La visión muestra hacia donde se dirige la empresa a largo plazo, y en qué se convertirá tomando en cuenta el impacto de las necesidades y expectativas cambiantes de los consumidores, nuevas tecnologías y la aparición de nuevas condiciones del mercado, de esta manera orientando las decisiones estratégicas de crecimiento con las de competitividad.

### **2.2.3. Diagrama de flujo**

Es un proceso que detalla paso a paso cada una de las actividades que realiza la empresa de servicios o una empresa de fabricación, muestra lo que se realiza en cada etapa, los materiales o servicios que entran y salen del proceso, las decisiones que se deben tomar y personas involucradas.

## **2.3. Tamaño del proyecto**

El tamaño del proyecto se representa por la capacidad de producción de bienes o la prestación de servicios, por un determinado período de tiempo.

## **2.4. Presupuesto**

Prever lo que quieres hacer en el futuro y expresarlo en términos monetarios puesto que es una meta para la empresa que ha de cumplir para lograr sus objetivos.

## **2.5. Medias medicinales de compresión**

### **2.5.1. Definición**

Las medias de compresión poseen un doble efecto: terapéutico y el de prevenir los problemas de circulación. Es un método ideal para controlar síntomas y comprimir las venas, evitando el apareamiento de nuevas várices.

Su mecanismo de acción reside en la presión externa sobre las venas de las piernas y de manera decreciente hasta el muslo, haciendo que la sangre ascienda hasta el corazón de arriba hacia abajo. Evitando que continúen dilatándose y acumulando sangre en su interior.

### **2.5.2. Síntomas**

**Los síntomas pueden ser:**

- Pesadez e hinchazón de las piernas (ademas)
- Dolor
- Hormigueo o Picor
- Cansancio
- Punzones

### **2.5.3. Estilos**

Calcetín: alcanza justo por debajo de la rodilla.

Pantalón: alcanza hasta la cintura. Son la elección tradicional para personas que prefieren llevar vestidos o faldas. Aporta un mayor efecto de sujeción en la zona abdominal.

### **2.5.4. Beneficios**

- Reduce el volumen de sangre en las venas, movilizandoo el flujo venoso

- Domina los efectos de la hipertensión venosa.
- Prevención de coágulos de sangre, especialmente después de cirugía o lesiones cuando uno está menos activo.
- Evitan ampollas y rozaduras.
- Mejoran la distribución del flujo sanguíneo.
- Logran una mejor oxigenación de los tejidos, beneficiando en la recuperación.

#### **2.5.5. Quiénes pueden beneficiarse**

- Personas que por su actividad profesional permanecen mucho tiempo de pie o sentadas.
- Retienen líquidos
- Realizan periódicamente viajes
- Sobrepeso
- Obesidad
- Pesadez de piernas
- Deportistas

#### **2.5.6. Recomendaciones**

- No utilizar las medias por las noches
- La mejor forma de utilizarlas es por la mañana luego de levantarse, es el momento propicio, por la posición horizontal la sangre se encuentra en su mejor estado de circulación.
- No es necesario aplicar nada bajo las medias para várices.
- El tratamiento debe ser permanente, así que cuando compre medias de comprensión, compre las suficientes para que se las cambie a diario.
- Se debe tener en cuenta las precauciones pertinentes, como colocar sin llevar sortijas o anillos que puedan dañarlas, al igual que tener cuidado especial si se tiene las uñas largas.

[www.nlm.nih.gov/medlineplus/spanish/ency/patientinstructions/000597.htm](http://www.nlm.nih.gov/medlineplus/spanish/ency/patientinstructions/000597.htm) (Información de salud para usted, 2015).

[varicesenlaspiernas.org/medias-de-compresion-para-varices-realmente-funcionan/](http://varicesenlaspiernas.org/medias-de-compresion-para-varices-realmente-funcionan/)

(Varices en las piernas.org, 2015)

## **2.6. Estudio de factibilidad**

Según (Guaigua Elizabeth y Jácome Walter, 2012)

*“Es el estudio definitivo del proyecto: se abordan todos sus componentes pero analizados a profundidad con información de origen primario. Este estudio contiene la evaluación del proyecto”,pág.66*

Según (Almendariz Elizabeth y Jácome Walter, 2013),

*“Es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran”,pág.152*

El estudio de factibilidad da a conocer y analizar el proyecto a partir de la etapa de pre-inversión hasta llegar a la fase de ejecución, y así generar la respuesta correcta a la necesidad identificada o a la oportunidad, buscando alternativas para su desarrollo.

## **2.7. Estudio de mercado**

Según (Guaigua Elizabeth y Jácome Walter, 2012)

*“El estudio de mercado en un proyecto constituye uno de los elementos más importantes dentro de la pre-factibilidad de un proyecto, porque permite avizorar en forma prospectiva la*

*aceptación o no del producto o servicio que se va a ofertar en el mercado y que es el motivo del proyecto”,pág.67*

Según (Almendariz Elizabeth y Jácome Walter, 2013)

*“Es una herramienta de mercado que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado”,pág.153*

El estudio de mercado es un instrumento de apoyo que describe el poder de compra de los consumidores y perfiles del consumidor, con el objetivo de establecer la posibilidad de aceptación del producto en el mercado a través del análisis de variables como la oferta, demanda, comercialización y precio.

## **2.8. Estudio financiero**

Según (Almendariz Elizabeth y Jácome Walter, 2013)

*“Es una técnica o herramienta que, mediante el empleo de métodos de estudio, permite entender y comprender el comportamiento del estado financiero de una entidad y conocer su capacidad de financiamiento e inversión propia”, pág.153*

El estudio financiero permite examinar la viabilidad financiera de un proyecto, su objetivo es sistematizar, ordenar la información monetaria para la ejecución del mismo.

## **2.9. Estudio técnico**

*Comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad, muestra la determinación del tamaño óptimo de la planta, determina la localización óptima de la planta, el análisis administrativo – organizativo y legal (Baca, 2010).*

## **2.10. Demanda**

*“Cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridas a los diferentes precios de mercado por un consumidor (de manera individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total de mercado), en un momento determinado” (Córdova, 2011).*

La demanda es la presencia de individuos con necesidades insatisfechas que sienten el deseo de comprar un bien o servicio a un determinado precio para satisfacer sus necesidades.

## **2.11. Oferta**

*“El estudio de la oferta tiene como objeto identificar la forma como se han atendido y como se atenderán en un futuro las demandas o necesidades de la comunidad” (Miranda, 2010).*

La oferta establece toda cantidad de bienes o servicios que un productor está dispuesto a ofrecer en un mercado a un precio dado, por unidad de tiempo.

## **2.12. Precio**

*“El precio es el valor expresado en dinero de un bien o servicio ofrecido en el mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos” (Arboleda Vélez, 2009).*

Precio es el costo o valor monetario que está grabado al bien o servicio, el cual determina el grado de rentabilidad que obtendrá la empresa.

### **2.13. Producto**

*“Productos son insumos que se ponen a disposición de los consumidores”. Producto es el resultado del proceso de elaboración, este surge para cubrir las necesidades específicas de cada uno de los consumidores (Miranda, 2010).*

### **2.14. Consumidor**

Es aquella persona que dispone de los recursos materiales suficientes (dinero), y tiene ciertas necesidades que se pretende satisfacer empezando con la adquisición de productos o servicios que son suministrados por el mercado.

### **2.15. Tratamiento contable**

#### **2.15.1. Activos**

*Activo es el conjunto de bienes, derechos tangibles o intangibles que dispone una empresa, de los que se espera obtener beneficios o rendimientos económicos en el futuro (Blades, 2009).*

#### **2.15.2. Pasivos**

*Pasivo son las deudas, obligaciones con terceros que la empresa posee, como pagos a bancos, salarios, proveedores, impuestos (Blades, 2009).*

#### **2.15.3. Patrimonio**

*Patrimonio es el conjunto de bienes, derechos, obligaciones, deudas y la suma de las aportaciones de los propietarios (Blades, 2009).*



#### **2.15.4. Diario general**

Es la entrada al sistema contable que se utiliza para registrar en forma cronológica todas las transacciones de ingresos y egresos efectuados por la empresa y se ejecuta mediante los asientos contables, los cuales se ordenan por fecha de creación. El débito obligatoriamente será igual al total del crédito, para mantener el principio de la partida doble.

#### **2.15.5. Mayor general**

El mayor general controla de forma individual los ingresos y egresos de cada cuenta, como las operaciones económicas que se produzcan y se hayan registrado en el libro diario.

#### **2.15.6. Balance de comprobación**

*Es una herramienta financiera que se utiliza para visualizar la lista del total de los saldos deudores y acreedores de las cuentas del mayor para comprobar la igualdad, al sumarlas en columnas separadas. Este balance refleja la contabilidad de la empresa a un determinado período, mediante este se verifica si los importe de ambos libros coinciden correctamente (Zapata, 2011).*

### **2.16. Estados financieros**

#### **2.16.1. Estado de resultados integral**

*El Estado de Resultados Integral o también conocido como el Estado de Pérdidas y Ganancias, muestra los efectos de cada una de las operaciones de la empresa y su resultado final (pérdida o ganancia) origina un aumento o disminución en el patrimonio (Zapata, 2011).*

### **2.16.2. Estado de situación financiera**

*Muestra la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, cuáles son los activos con lo que cuenta la empresa para sus futuras operaciones, así como los pasivos es decir, los derechos que existen sobre los mismos y el capital contable (Zapata, 2011).*

### **2.16.3. Estado de flujo de efectivo**

*El Estado de flujo de efectivo permite proyectar de manera concreta y confiable la situación de la empresa en el futuro, es decir es útil para evaluar la solvencia y movimiento del efectivo para la toma de decisiones (Bravo Valdivieso, 2008).*

### **2.17. Comercialización**

*“En términos generales son los procesos necesarios para mover los bienes, en el espacio y en el tiempo, del productor al consumidor” (Seldon, 2008).*

La comercialización es el intercambio que se utiliza cuando una persona pretende adquirir un producto y a cambio entrega una cantidad de dinero asignada. Es el proceso necesario para mover los bienes y poner a la venta un producto a través de las vías de distribución, con el fin de ofrecer el producto en el lugar e instante en que el consumidor desea adquirirlo.

### **2.18. Comercio internacional**

*“Se entiende por Comercio Internacional el intercambio de bienes económicos que se efectúa entre los habitantes de dos o más naciones, de tal manera que se de origen a salidas de mercancías de un país (exportaciones) y entradas de mercancías procedentes de otros países (importaciones)” (Caballero, 2009).*

Comercio Internacional es la actividad comercial que permite a sus habitantes y países interrelacionarse de modo comercial, económico, cultural, pueden hacerse negocios internacionales muy interesantes y beneficiosos de productos y servicios a diversas escalas.

Es una oportunidad en la cual se involucra la existencia de economías abiertas es decir, da origen a salidas de manufacturas de un país a través de exportaciones y de entradas de productos mediante las importaciones originarias de otros países.

El comercio internacional crea el movimiento de bienes y servicios a través de los mercados y sus múltiples países. Al ejecutar procedimientos comerciales internacionales, los países involucrados se benefician bilateralmente al posicionar sus productos e ingresar a mercados extranjeros.

Al efectuar importaciones estamos promoviendo la oferta en nuestro mercado al igual que estamos forjando a los productores nacionales a ofrecer productos de calidad, competitivos y a un precio razonable que esté al alcance de todos.

### **2.18.1. Importación**

La Importación es la entrada legal de mercancía originaria del extranjero al territorio nacional a través de Aduanas.

Con el objetivo de cubrir una necesidad, la cual no se puede adquirir en el mercado nacional. La importación promueve la libre competencia a los consumidores, asimismo estimula a los productores locales, nacionales a buscar la eficiencia, innovación, modernización y competitividad de su producción.

## **2.18.2. Incoterms**

### **1. Definición**

*“Facilitan el proceso de las negociaciones globales, los mismos definen obligaciones y derechos del comprador y vendedor, describen las tareas, costos y riesgos que implica la entrega de mercancía de la empresa vendedora a la compradora”*  
[www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms](http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms)(Proecuador, 2010).

## **2.18.3. Clasificación de los incoterms**

### **1. (EXW) ‘en fábrica (lugar convenido)’**

*El vendedor pone la mercancía a disposición del comprador en sus instalaciones: fábrica, almacén, etc. Todos los gastos a partir de ese momento son por cuenta del comprador.*

### **2. (FAS) ‘franco al costado del buque (puerto de carga convenido)’.**

*El vendedor entrega la mercancía en el muelle pactado del puerto de carga convenido; esto es, al lado del barco. El incoterm FAS es propio de mercancías de carga a granel o de carga voluminosa porque se depositan en terminales del puerto especializadas, que están situadas en el muelle.*

### **3. (FOB) ‘franco a bordo (puerto de carga convenido)’**

*El vendedor entrega la mercancía sobre el buque.*

*El vendedor contrata el transporte a través de un transitario o un consignatario, pero el coste del transporte lo asume el comprador.*

**4. (FCA) ‘franco transportista (lugar convenido)’.**

*El vendedor se compromete a entregar la mercancía en un punto acordado dentro del país de origen, que pueden ser los locales de un transitario, una estación ferroviaria. (Este lugar convenido para entregar la mercancía suele estar relacionado con los espacios del transportista).*

*Se hace cargo de los costes hasta que la mercancía está situada en ese punto convenido; entre otros, la aduana en el país de origen.*

**5. (CFR) ‘coste y flete (puerto de destino convenido)’.**

*El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluido el transporte principal, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino. Sin embargo, el riesgo se transfiere al comprador en el momento que la mercancía se encuentra cargada en el buque, en el país de origen. Se debe utilizar para carga general, que no se transporta en contenedores; tampoco es apropiado para los graneles.*

**6. (CIF) ‘coste, seguro y flete (puerto de destino convenido)’.**

*El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino. Aunque el seguro lo ha contratado el vendedor, el beneficiario del seguro es el comprador.*

**7. (CPT) ‘transporte pagado hasta (lugar de destino convenido)’.**

*El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluido el transporte principal, hasta que la mercancía llegue al punto convenido en el país de destino.*

**8. (CIP) ‘transporte y seguro pagados hasta (lugar de destino convenido)’.**

*El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al punto convenido en el país de destino.*

**9. (DAT): ‘entregado en terminal (puerto de destino convenido)’.**

*Es uno de los dos nuevos Incoterms 2010 con DAP y reemplaza el incoterm DEQ. El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro (que no es obligatorio), hasta que la mercancía es descargada en la terminal convenida. También asume los riesgos hasta ese momento.*

**10. (DAP) ‘entregado en un punto (lugar de destino convenido)’.**

*Es uno de los dos nuevos Incoterms 2010 con DAT. Reemplaza los Incoterms DAF, DDU y DES. El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro (que no es obligatorio) pero no de los costes asociados a la importación, hasta que la mercancía se ponga a disposición del comprador en un vehículo listo para ser descargado.*

**11. (DDP): ‘entregada derechos pagados (lugar de destino convenido)’.**

*El vendedor paga todos los gastos hasta dejar la mercancía en el punto convenido en el país de destino. El comprador no realiza ningún tipo de trámite. Los gastos de aduana de importación son asumidos por el vendedor. [www.aduana.gob.ec/contents](http://www.aduana.gob.ec/contents).*

**2.19. Arancel aduanero**

Arancel es un impuesto indirecto que grava los bienes que son importados a un país, con el objetivo de elevar su precio de venta en el mercado interno de esta manera protegiendo los productos nacionales para que no sufran competencia alguna.

## **2.20. Impuesto**

Es un pago obligatorio al Estado y de esta manera obtiene recursos para llevar a cabo sus actividades y funciones.

## **2.21. Balanza comercial**

Balanza Comercial es en la que se recogen los ingresos por exportaciones y los pagos por importaciones con el fin de obtener un déficit o superávit.

## **2.22. Obligaciones tributarias**

### **2.22.1. Registro único de contribuyentes**

*El sitio web ([www.sri.gob.ec/web/guest/home](http://www.sri.gob.ec/web/guest/home), 2012), señala: “que como primer paso, para identificar a los ciudadanos frente a la Administración Tributaria, se implementó el Registro Único de Contribuyentes (RUC), cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria.*

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) corresponde al número de identificación para todas las personas naturales y/o sociedades que realicen actividades económicas en el Ecuador, ya sea en forma permanente u ocasional. El número de registro está compuesto por trece números. (SRI, 2012)

### **2.22.2. Comprobantes de venta**

*El sitio web ([www.sri.gob.ec/web/guest/home](http://www.sri.gob.ec/web/guest/home), 2012), (SRI) señala: “son documentos autorizados previamente por el SRI, que respaldan las transacciones efectuadas por los contribuyentes en la transferencia de bienes o por la prestación de servicios o la realización de otras transacciones gravadas con tributos, a excepción de los documentos emitidos por las instituciones del Estado que prestan servicios administrativos y en los casos de los trabajadores*

*en relación de dependencia. Los comprobantes de venta podrán ser llenados en forma manual, mecánica o a través de sistemas computarizados. Las facturas en original y copia deben ser llenadas en forma simultánea mediante el uso de papel carbón, en cualquier caso las copias deberán ser idénticas al original, caso contrario no serán válidas”.*

La emisión de comprobantes de venta, comprobantes de retención y documentos complementarios se encuentra establecida a un tiempo de vigencia dependiendo del comportamiento tributario del contribuyente. Se debe tomar en cuenta que se debe mantener en archivo los comprobantes de venta, retención y documentos complementarios durante 7 años.

### **2.22.3. Declaración de impuestos**

El SRI ha puesto a disposición de los contribuyentes la posibilidad de realizar y enviar las declaraciones de impuestos por medio del internet. El sistema se encuentra disponible las 24 horas del día, los 365 días del año para cumplir con las obligaciones tributarias y además las declaraciones enviadas se las puede consultar por este mismo medio.

Adicionalmente, la declaración podrá ser efectuada desde el primer día del mes y el pago se lo podrá hacer hasta la fecha del vencimiento, eliminando los inconvenientes de digitación de las declaraciones hechas en papel.

Para acceder a este servicio es necesario que obtenga el DIMM formularios, el cual puede solicitarlo en cualquier oficina del SRI a nivel nacional o descargando directamente de la página web del SRI. Para acceder a Servicios en Línea y poder enviar las declaraciones por internet, es necesario solicitar su clave personal.



## **2.23. Técnicas de evaluación**

### **2.23.1. Valor actual neto (VAN)**

*El van nos permite establecer cuál proyecto es el más rentable entre varias opciones de inversión, con este indicador podemos establecer si el precio ofrecido está por encima o por debajo de lo que ganaríamos al no venderlo (Baca Urbina, 2008).*

### **2.23.2. Tasa interna de retorno (TIR)**

*La TIR es la máxima tasa de interés a la que es viable endeudarse para financiar el proyecto, sin que genere pérdidas, es un método que mide la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados, es decir en porcentaje (Arboleda Vélez, 2009).*

### **2.23.3. Costo beneficio (B/C)**

Este indicador permite la relación entre ingresos y gastos que tendrá el proyecto de inversión, con el fin de evaluar su rentabilidad.

*Muestra los beneficios que se logrará del proyecto en base a su inversión inicial (Arboleda Vélez, 2009).*

### **2.23.4. Punto de equilibrio**

*Es el punto de actividad el que determina el momento en donde no existe utilidad ni pérdida, es decir los ingresos son iguales a los gastos (Noboa, 2008).*

### **2.23.5. Período de recuperación de la inversión**

*Este indicador mide la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo porque permite anticipar los eventos en el corto plazo. Además permite conocer con certeza el tiempo requerido en el cual la empresa va a recuperar su inversión inicial en un proyecto (Cerdeza Gutierrez, 2007).*

### **2.23.6. Tasa de interés**

La tasa de interés es el porcentaje al que es invertido un capital en un determinado tiempo, estableciendo el precio del dinero en el mercado financiero; a través del cual se paga por el uso del dinero.

### **2.23.7. Margen de utilidad o ganancia**

Es un indicador que mide la eficiencia operativa de la empresa, el cual expresa el monto de las utilidades que se obtiene por cada unidad monetaria de ventas. También se le llama al porcentaje de incremento que se hace en un producto para establecer a cuanto venderlo.

### **2.23.8. Rentabilidad**

Es la capacidad que tiene un negocio para generar suficiente utilidad, refleja la ganancia que genera cada dólar invertido, es decir es el rendimiento que se obtiene por las inversiones.

## **2.24. Agente afianzado de aduana**

Asesor de comercio exterior, fedatario de la documentación que recibe y custodia, facilitador y gestor ante el sector público y privado.

### **2.24.1. Funciones**

Constante capacitación de la Norma Ecuatoriana. Amplio conocimiento de leyes y regulaciones, conocimiento y dominio de la técnica y nomenclatura. Representante de los importadores y exportadores del país.

### **2.24.2. Responsabilidades**

Dar fe de los documentos recibidos, revisión, comprobación y determinación para una correcta liquidación de Tributos al comercio exterior. Estar presente en todos los actos y custodiar conforme la ley aduanera la documentación como fedatario.

Los agentes afianzados de aduana son regulados por el código orgánico de la producción, comercio e inversiones – COPCI el cual ha promovido mejoras en los procesos, agregar valores, prevención a los importadores. (*biblio.juridicas, “Derecho Tributario Aduanero-Agente de Aduanas”* )

### **2.24.3. Servicios a ofrecer**

- *Asesoría profesional en materia de aduanas*
- *Asesoría tributaria aduanera*
- *Asesoría en comercio internacional*
- *Asesoría en clasificación arancelaria, entre otras.*

(<http://es.scribd.com/doc/6650007/Agente-Aduanero>)

### **2.25. Desaduanamiento**

Cumplimiento de las formalidades aduaneras necesarias para exportar, importar o para realizar cualquier destinación aduanera.

### **2.26. Impuesto a la salida de divisas (ISD)**

*“Es un impuesto que se genera en la transferencia, envío o traslado de divisas al exterior, sea en efectivo o envíos de cheques, transferencias, retiros o pagos de cualquier naturaleza. El impuesto que se genera es del 5% de la salida de capital”.*

*www.auditoresycontadores.com/tributacion. (ACFI, 2015)*

## 2.27. Tributos al comercio exterior

- **AD-VALOREM** (Arancel Cobrado a las Mercancías) Impuesto administrado por la Aduana del Ecuador. Porcentaje variable según el tipo de mercancía y se aplica sobre la suma del Costo, Seguro y Flete (base imponible de la Importación).
- **FODINFA** (Fondo de Desarrollo para la Infancia) Impuesto que administra el INFA. 0.5% se aplica sobre la base imponible de la Importación.
- **ICE** (Impuesto a los Consumos Especiales) Administrado por el SRI. Porcentaje variable según los bienes y servicios que se importen. (Consulte en la página del SRI: [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec), link: Impuestos)
- **IVA** (Impuesto al Valor Agregado) Administrado por el SRI. Corresponde al 12% sobre: Base imponible + ADVALOREM + FODINFA + ICE
- **Base legal** Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones R. O. 351 del 29 de diciembre 2010. Reglamento al título de la Facilitación aduanera para el Comercio, del libro V del COPCI R.O. 452 19 de mayo de 2011 Resoluciones del Comité de Comercio Exterior. [www.aduana.gob.ec/pro/to\\_import.action](http://www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action)

## 2.27. Depreciación

*La depreciación es el proceso mediante el cual se reconoce el desgaste o la pérdida de valor que sufre un bien por el uso que se haga de él, durante un periodo de tiempo.*

*(Reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno, 2015) Art. 25 gastos generales deducibles, numeral 6*

## **2.28. Décimo tercero**

*También conocido como bono navideño, es un beneficio que perciben los trabajadores bajo relación de dependencia y corresponde a una remuneración equivalente a la doceava parte de las remuneraciones que hubiere percibido durante el año calendario.*

*Ley orgánica de justicia laboral, capítulo II, art. 60, Art. 97*

### **2.28.1. Décimo cuarto sueldo**

*También conocido como bono escolar, es un beneficio y lo perciben todos los trabajadores bajo relación de dependencia, indistintamente de su remuneración o cargo, consiste en un sueldo básico unificado vigente a la fecha de pago.*

*Ley orgánica de justicia laboral, capítulo II, art. 61, Art. 98*

## **2.29. Normas INEN**

Son normas de calidad, se reflejan en la aplicación y el cumplimiento obligatorio de las mismas. El ente encargado es el servicio ecuatoriano de normalización es un organismo público ecuatoriano encargado de la normalización, metrología y reglamentación técnica. Las medias medicinales de compresión pertenecen a la NTE INEN 1875.

## CAPÍTULO III

### 3. ESTUDIO DE MERCADO

Este capítulo pretende asegurar que exista un número potencial de clientes que estén dispuestos a consumir el producto. La información fue adquirida con los diferentes instrumentos de investigación, para conocer las necesidades del mercado.

#### 3.1. Presentación

Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura y la primera Región Norte. Es el centro de desarrollo económico, educativo y científico de la zona por su ubicación geográfica se la nombró sede administrativa de la región 1.

*Ha sido el eje de desarrollo en los últimos años con una tasa de desempleo estable, y salud gratuita en niveles óptimos. (www.ibarraecuador.gob.ec)*

En el presente estudio de mercado se busca establecer el segmento al que nos vamos a dirigir, al cual se comercializará las medias de compresión y se evaluará la posibilidad de ingresar en el mercado.

Es substancial no solo concentrar la atención en los potenciales clientes y la demanda del producto, también es esencial analizar la competencia, para conseguir toda la información posible y aplicar encuestas y técnicas de observación directa, generando información selecta, precisa para el estudio. El presente proyecto solucionará un problema de abastecimiento del producto a precios accesibles en el tiempo y lugar que necesiten los clientes ahorrándoles tiempo y recursos.

### **3.2. Planteamiento del problema de investigación.**

El presente trabajo tiene como propósito principal realizar una investigación para determinar si la ciudadanía ibarreña cuenta con productos en el ámbito vascular y estético como son las medias de compresión, además de una atención profesional que permita una adecuada adquisición del producto.

### **3.3. Objetivo de la investigación**

#### **3.3.1. Objetivo general**

Realizar un estudio de mercado que permita determinar la demanda del proyecto

#### **3.3.2. Objetivos específicos**

- Identificar la demanda potencial de medias medicinales en la ciudad de Ibarra.
- Identificar cuáles son los aspectos más relevantes para la comercialización de las medias.
- Identificar a los principales competidores con sus principales fortalezas y debilidades.
- Determinar la proyección de la demanda en los próximos años.
- Determinar la proyección de la oferta en los próximos cinco años.

#### **3.3.3. Variables e indicadores**

- Producto
  - Precios cómodos y competitivos
  - Cantidad al momento de comprar
- Precio
  - Marcas y modelos de preferencia
  - Conocimiento acerca de las medias de compresión

- Plaza

Canales de distribución

Frecuencia de clientes que tiene la competencia

- Publicidad y promoción

Intervención por radio, televisión e internet.

Colocación de vallas publicitarias

- Salud

Tiempo que permanece de pie o sentado(a)

Problemas de Circulación sanguínea.

### 3.3.4. Matriz de estudio de mercado

**Tabla N° 10**

**Matriz de estudio de mercado**

Objetivo	VARIABLES	Indicadores	Instrumento	Fuente de Información
Potenciar la demanda de las medias medicinales de compresión para damas y caballeros en la ciudad de Ibarra.	Precio	Precios cómodos y competitivos Cantidad al momento de comprar	Encuesta de Ficha de observación	Primaria
Identificar cuáles son los aspectos más relevantes para la comercialización de medias de compresión	Producto	Marcas y modelos de preferencia Conocimiento acerca de las medias de compresión.	Encuesta de Ficha de observación	Primaria
Identificar los principales competidores y analizar sus fortalezas y debilidades	Plaza	Canales de distribución Frecuencia de clientes que tiene la competencia	Ficha de observación	Primaria
Realizar la publicidad adecuada para darse a conocer en el mercado	Publicidad y promoción	Intervención por radio y televisión e internet. Colocación de vallas publicitarias	Encuesta Internet	Primaria Secundaria
Dar a conocer los beneficios que brinda el producto.	Salud	Tiempo que permanece de pie o sentado(a)  Problemas de Circulación sanguínea.	Encuesta Entrevista Revista	Primaria Secundaria

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015



### **3.3.5. Fuentes de información**

#### **1. Información primaria**

Para recabar información de carácter primaria se aplicó las siguientes técnicas:

La encuesta que fue aplicada a la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra, la observación directa se la aplicó visitando los lugares donde se comercializa este producto como: Centros Ortopédicos y Fybeca.

#### **2. Información secundaria**

Para obtener información de segunda mano se utilizó, libros, revistas, e internet.

### **3.4. Identificación del producto**

Las medias de compresión o también conocidas como las medias de várices están dirigidas especialmente para las personas que permanecen en una sola posición, ya sea mucho tiempo de pie o sentadas por su actividad profesional o rutinaria.

La calidad de sus materiales asegura una mayor durabilidad de las medias y un alto grado de resistencia dependiendo de su uso diario, lo que ayuda a que la sangre circule de modo proporcionado, es decir de arriba hacia abajo sin ningún inconveniente.

Bajo esta premisa la microempresa “MEME C&P Cía. Ltda.” Se ubicará en la ciudad de Ibarra para brindar un producto de calidad de manera personalizada, garantizando así su adecuado uso y desarrollo de una serie de beneficios para los pacientes.

**Gráfico N° 8*****Medias de compresión para damas******Medias de compresión para caballeros***

**Fuente:** Internet  
**Elaborado por:** Las autoras  
**Año:** 2015

**Gráfico N° 9*****Estilos y Colores de medias de compresión para damas (tipo pantorrilla)***

### *Estilos y Colores de medias de compresión para damas (tipo pantalón)*



**Fuente:** Internet  
 Elaborado por: Las autoras  
 Año: 2015

### **Gráfico N° 10**

### *Estilos y Colores de medias de compresión para caballeros (tipo pantorrilla)*



**Fuente:** Internet  
 Elaborado por: Las autoras  
 Año: 2015

### **3.4.1. Niveles de compresión**

#### **1. Compresión suave y mediana**

Recomendables para regenerar la circulación de las piernas cansadas; prevención de várices cuando existe cierta predisposición a que aparezcan; para mujeres embarazadas o cuando ya se presentan pequeñas arañitas varicosas, dolor, cansancio.

#### **2. Compresión fuerte**

Para tratar enfermedades venosas más graves y complicaciones como: protuberancias, coágulos, úlceras. En este caso es importante consultar con un médico.

## Gráfico N° 11

### Niveles de compresión



Fuente: Internet  
 Elaborado por: Las autoras  
 Año: 2015

#### 3.4.2. Utilizar las medias de compresión correctamente

Es recomendable utilizar las medias por la mañana, colocarse después de la higiene diaria, antes de vestirse. Lo ideal es hacerlo sentado en la cama. Además, por sus características especiales, se ponen de una manera concreta que facilita la operación y evita las dificultades al momento de usarlas.

#### 3.4.3. Características

Las medias están fabricadas con materiales elásticos, transpirables, poliamidas y otras fibras, lo que les permite generar presión sobre las piernas tanto cuando están en movimiento como en reposo. Igualmente se pueden fabricar con hilos antibacterianos de forma que prevengan infecciones por bacterias, hongos y eviten malos olores.

### 3.5. Mercado meta

El mercado al cual está orientado el producto son las personas que por su actividad profesional permanecen mucho tiempo de pie o sentados; considerando que a futuro se intenta ofertar el producto a los cantones más cercanos, como Atuntaqui, Cotacachi, Otavalo. Nuestra

ventaja competitiva será que los potenciales clientes de la ciudad encontrarán en un sólo lugar medias medicinales de compresión para damas y caballeros de alta calidad y a bajos precios.

### 3.6. Segmentación de mercado

El mercado está conformado por personas, quienes tienen una necesidad específica en común y dinero para satisfacer dicha necesidad, los deseos, preferencias y necesidades de los consumidores no siempre son las mismas, pueden variar y el mercado total puede ser dividido en pequeños segmentos de mercado. En la segmentación del mercado nos dirigimos directamente a los consumidores finales que son aquellas personas que adquieren productos para uso personal o familiar, damas y caballeros.

**Tabla N° 11**

#### **Segmentación de mercado**

Segmento de Mercado	Edad	Ubicación geográfica	Nivel Socio - económico
Damas y Caballeros	De 30 – 65 años	Parroquia San Francisco Parroquia el Sagrario Parroquia Caranqui Parroquia Alpachaca Parroquia La Dolorosa	Medio Alto

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

#### 3.6.1. Marco muestral

Para la realización del cálculo de la muestra a investigar se tomó como base los datos proporcionados por el censo del INEC 2010 acerca de la población económicamente activa PEA en la ciudad de acuerdo al detalle en el Capítulo I.

### 3.7. Metodología de investigación de campo

Con el objetivo principal de ejecutar el estudio de mercado, el cual logra fijar la oferta y la demanda se requiere de la aplicación de las siguientes técnicas de recopilación de información tales como:

### **3.7.1. Encuesta**

Es una herramienta muy útil con la cual se obtiene información mediante la aplicación a un grupo de personas de la ciudad de Ibarra con la finalidad de medir opiniones y averiguar qué es lo que buscan nuestros posibles clientes y así poder satisfacer a los mismos, mediante la aplicación de este instrumento se espera aprender más sobre nuestro público objetivo, al recibir comentarios acerca de nuestro producto y establecer relaciones positivas. Este instrumento va dirigido a todas las personas que tienen problemas de circulación sanguínea como deportistas, diabéticos, docentes, choferes, estudiantes entre otros; es decir está dirigido a todas aquellas personas que buscan mejorar su estilo de vida a través de estas opciones medicinales.

### **3.7.2. Entrevista**

Herramienta o instrumento empleado para realizar una investigación, el cuál va dirigido a una persona especializada en la materia la cual tenga un conocimiento más amplio acerca de este tema, es decir; el suficiente conocimiento para explicarnos acerca de los beneficios de las medias medicinales y cómo pueden contribuir a la sociedad.

### **3.7.3. Observación directa**

Se trata de una actividad en la cual se detecta y asimila los rasgos de un elemento utilizando los sentidos como instrumentos principales, en este caso lo aplicamos a los competidores a través de los resultados se observó la afluencia de clientes que tienen día a día que marcas se venden con más frecuencia y cuáles prefiere la gente.

### 3.8 .Tabulación y análisis de información

#### 3.8.1. Encuesta dirigida a clientes potenciales de la ciudad de Ibarra.

1.- ¿Conoce alguna marca de medias de compresión?

**Tabla N° 12**

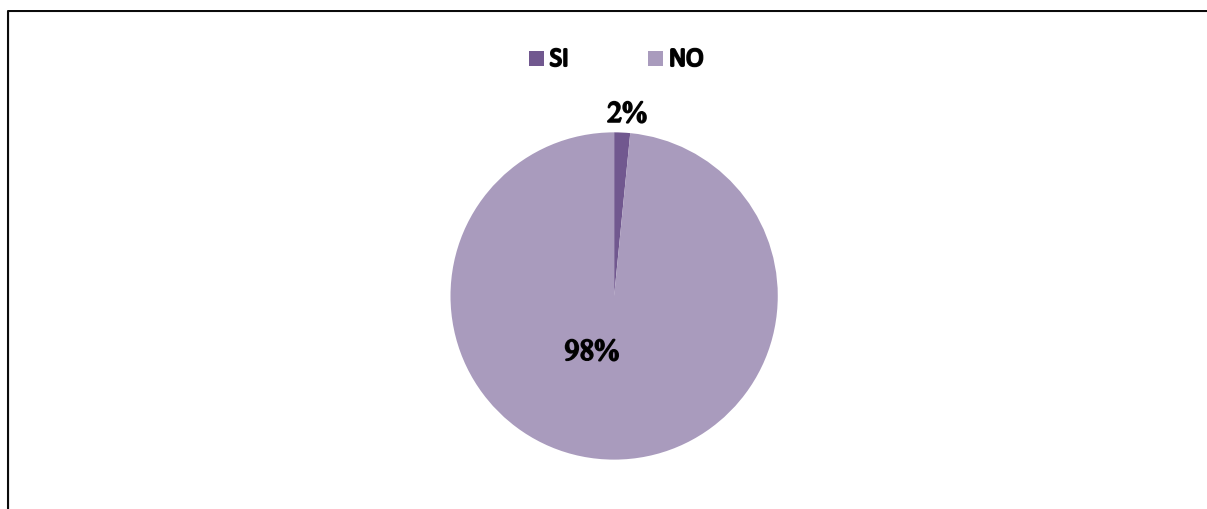
**Conoce alguna marca de medias de compresión**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	7	2
NO	373	98
Total	381	100 %

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

**Gráfico N° 12**

**Marcas de medias de compresión**



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

#### Análisis

La mayor parte de las personas a las que se les realizó la encuesta no tienen conocimiento de las marcas de este tipo de medias, mientras que el resto solo tienen conocimiento de marcas como Richii.

2.- ¿Le gustaría que exista en la ciudad un lugar que expenda este tipo de medias?

**Tabla N° 13**

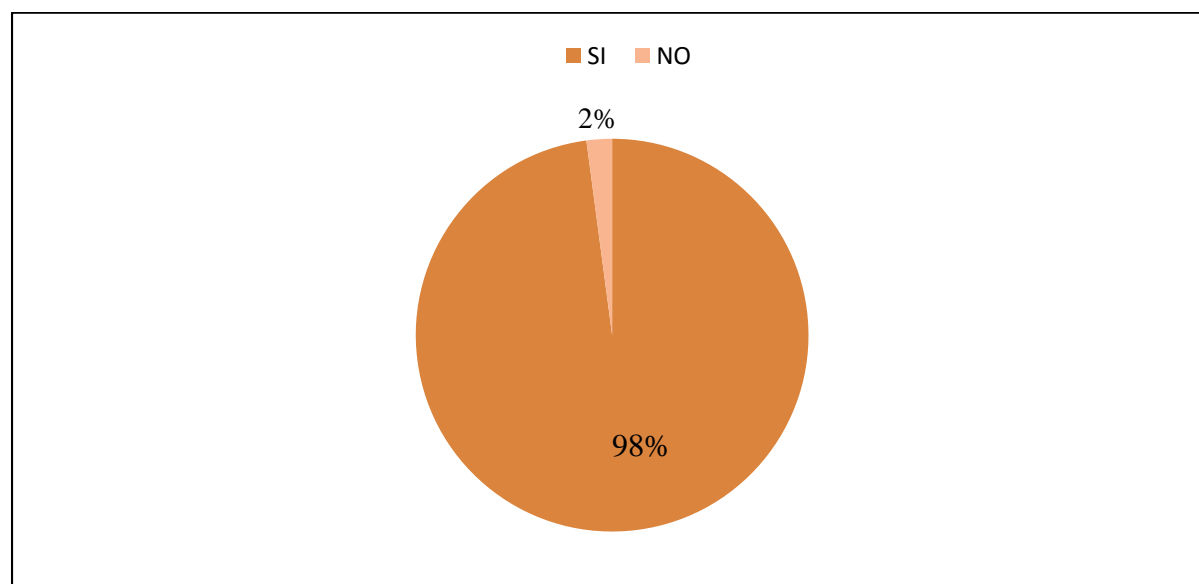
***Le gustaría que exista en la ciudad un lugar que expenda este tipo de medias***

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	373	98
NO	8	2
Total	381	100 %

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

**Gráfico N° 13**

***Le gustaría que exista en la ciudad un lugar que expenda este tipo de medias***



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

### Análisis

Existe un porcentaje muy alto donde se señala que les agrada la idea de que hubiera un negocio que expenda este tipo de medias medicinales, mientras que el resto no tienen interés en la existencia del mismo.



3.- ¿Qué cantidad de medias de compresión podría comprar mensualmente?

**Tabla N° 14**

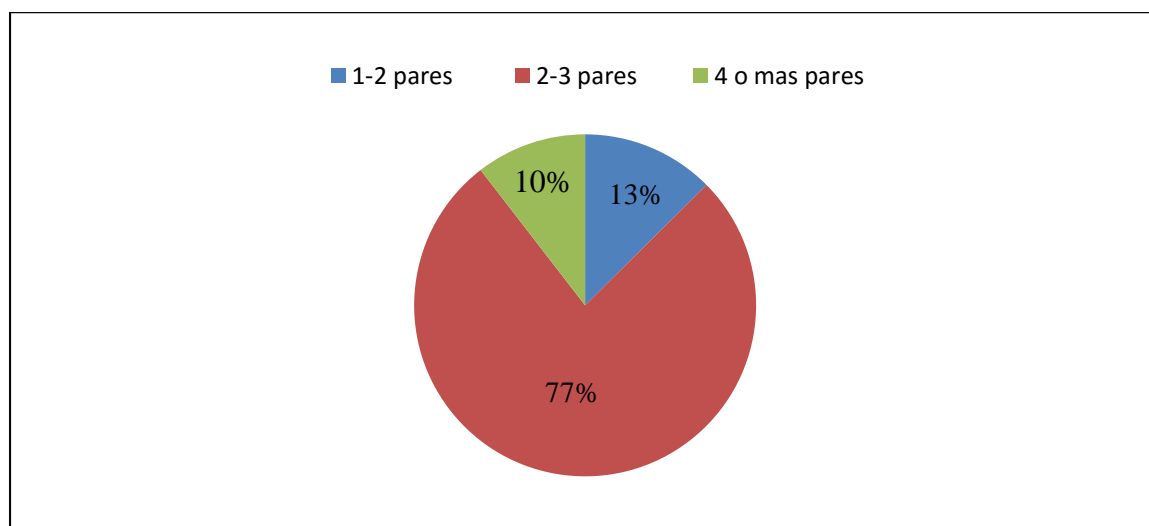
***Cantidad de medias de compresión podría comprar mensualmente***

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1-2 pares	48	13
2-3 pares	293	77
2-4 pares	40	10
Total	381	100 %

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

**Gráfico N° 14**

***Cantidad de medias de compresión podría comprar mensualmente***



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

**Análisis**

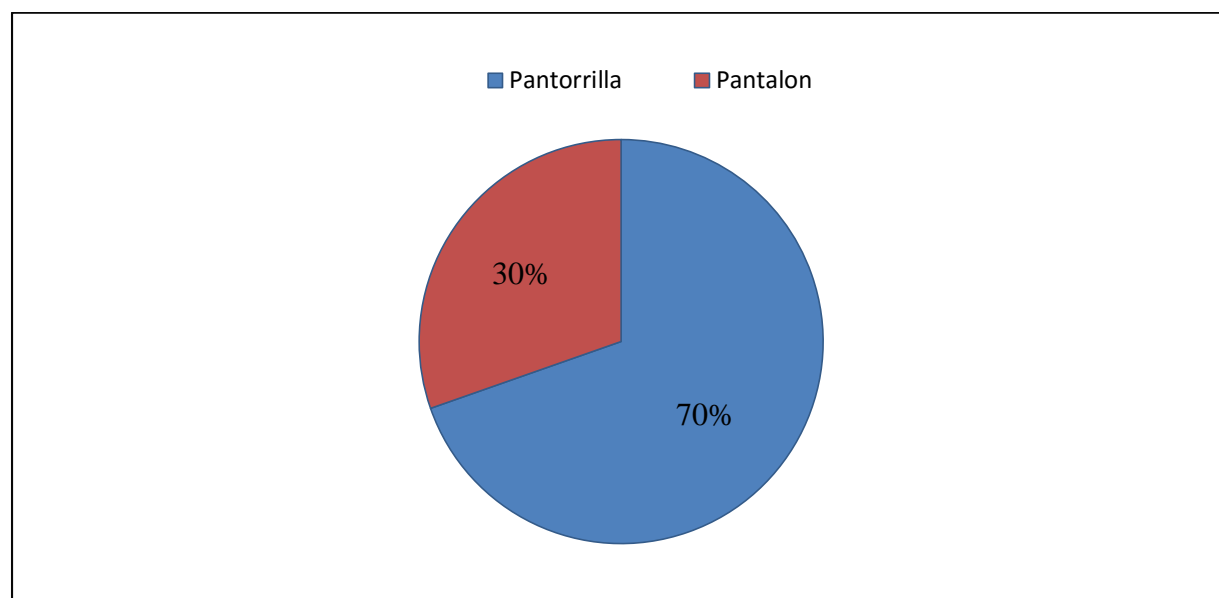
La mayor parte de las personas que se les realizó la encuesta manifestó que estarían dispuestos a comprar de 2-3 pares de medias mensualmente mientras que el porcentaje menor de las personas prefieren comprar de 4 o más pares de medias al mes esto es referente en cuanto se le dé un uso adecuado a las medias.

## 4.- ¿Qué modelo de medias prefiere comprar?

**Tabla N° 15****¿Modelo de media que prefiere comprar?**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Pantorrilla	266	70
Pantalón	115	30
Total	381	100 %

Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: Las autoras  
 Año: 2015

**Gráfico N° 15****Modelo de media que prefiere comprar**

Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: Las autoras  
 Año: 2015

**Análisis**

La mayoría utiliza medias de estilo pantorrilla porque son más prácticas por el escaso tiempo, mientras que el resto prefiere de pantalón porque no solo les gustaría cuidar sus piernas hasta la pantorrilla también la parte superior de las piernas.

5.- ¿Qué precio podría pagar por estas medias?

**Tabla N° 16**

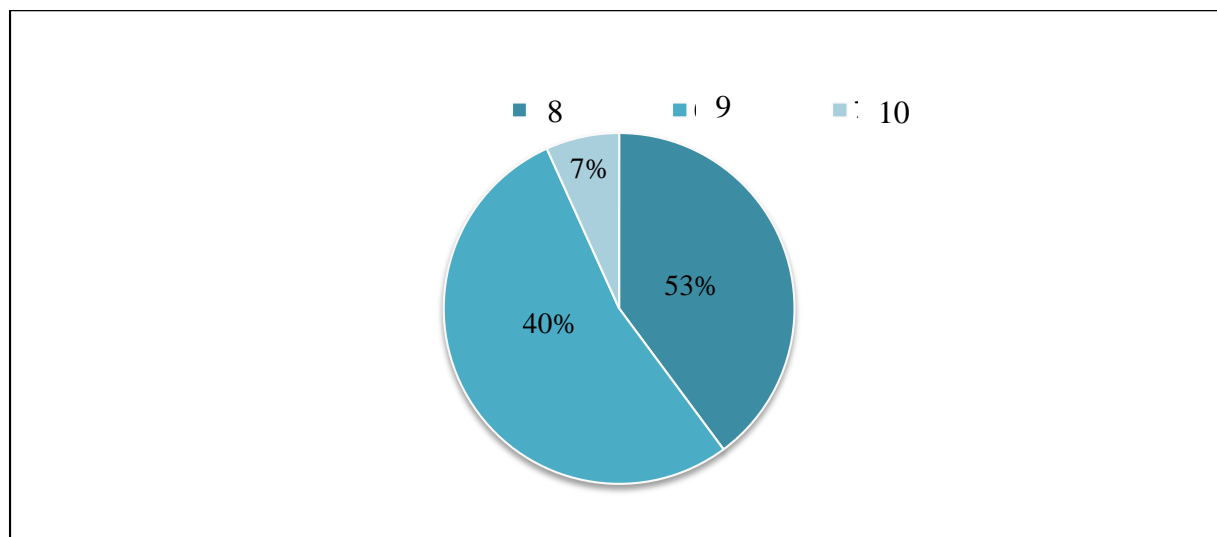
**Pantorrilla**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Precio \$ 8,00	106	40
Precio \$ 9,00	141	53
Precio \$ 10,00	18	7
Total	381	100 %

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

**Gráfico N° 16**

**Pantorrilla**



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

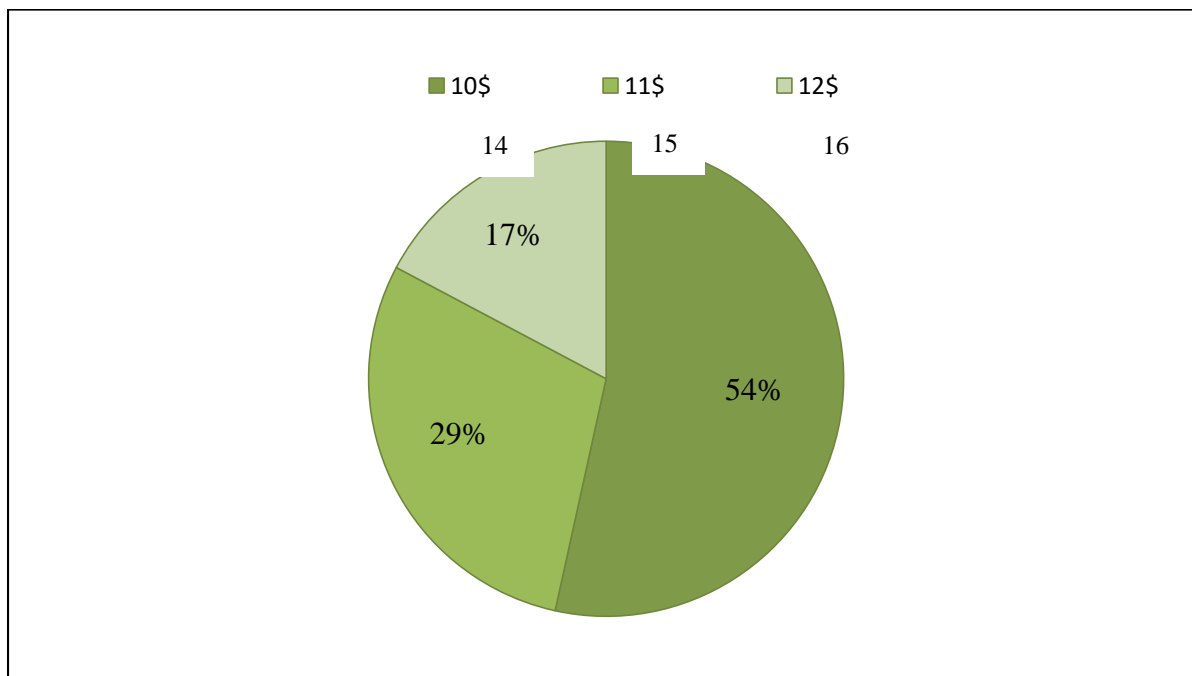
**Análisis**

Existe un porcentaje mayor que prefieren adquirir este producto al precio de nueve dólares ya que se cree que es un precio justo para el bolsillo de la ciudadanía Ibarreña, mientras que el porcentaje medio prefiere adquirir estas medias por el precio de ocho dólares, mientras que el porcentaje restante está dispuesto a pagar diez dólares por este producto.

**Tabla N° 17****Pantalón**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Precio \$ 14,00	61	54
Precio \$ 15,00	34	29
Precio \$ 16,00	20	17
Total	381	100 %

Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: Las autoras  
 Año: 2015

**Gráfico N° 17****Pantalón**

Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: Las autoras  
 Año: 2015

**Análisis**

La mayoría prefiere adquirir este producto al precio de catorce dólares ya que se cree que es un precio justo para el bolsillo de la ciudadanía Ibarreña, mientras que otras personas están de acuerdo por el precio de quince dólares, y el público restante está dispuesto a pagar más dinero por este producto.

6.- ¿Dónde le gustaría encontrar este tipo de medias?

**Tabla N° 18**

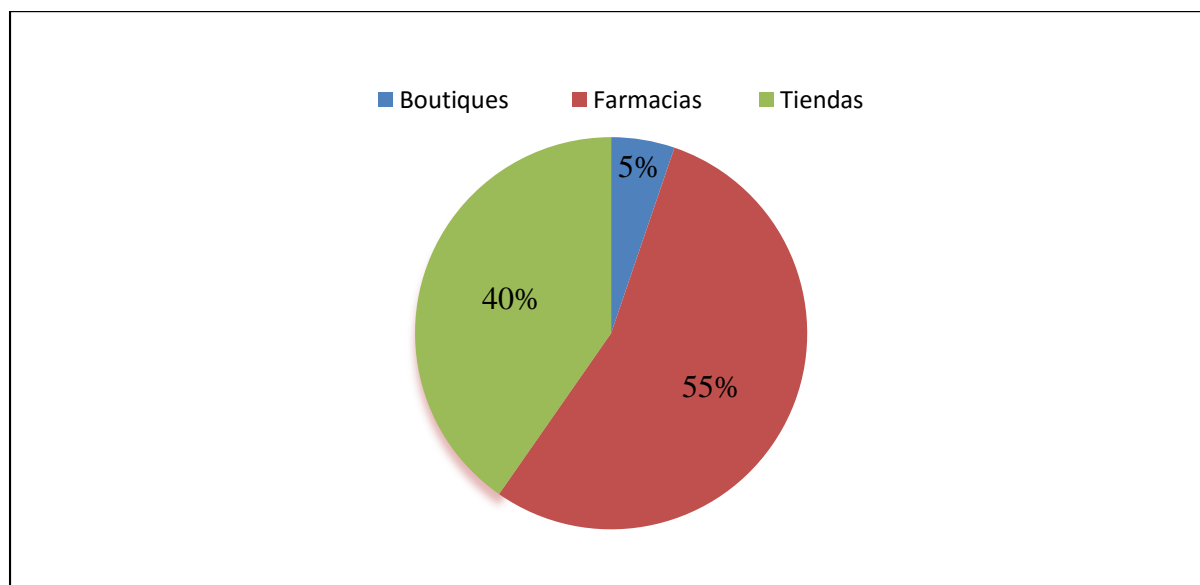
***Dónde le gustaría encontrar este tipo de medias***

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Boutiques	20	5
Farmacias	207	55
Tiendas de artículos ortopédicos	154	40
Total	381	100 %

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

**Gráfico N° 18**

***Dónde le gustaría encontrar este tipo de medias***



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

### Análisis

La mayor parte de las personas prefieren encontrar este producto es en farmacias o tiendas de artículos ortopédicos donde supieron manifestar que es más práctico mientras que al resto les gustaría adquirir en una boutique.

7.- ¿A través de qué medios le gustaría enterarse de las novedades de este producto?

**Tabla N° 19**

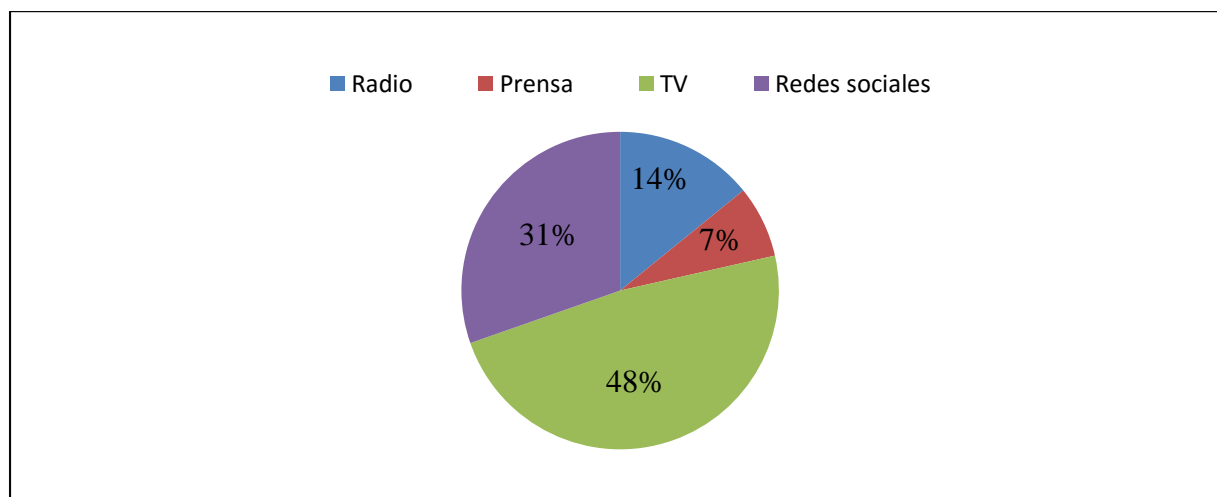
***A través de qué medios le gustaría enterarse de las novedades de este producto***

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Radio	54	14
Prensa	28	7
Tv	184	48
Redes Sociales	115	31
Total	381	100 %

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

**Gráfico N° 19**

***A través de qué medios le gustaría enterarse de las novedades de este producto***



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

## Análisis

De acuerdo a la investigación realizada los encuestados prefieren enterarse de las novedades de este producto a través de la televisión, radio, redes sociales mientras que el resto prefieren enterarse por la prensa.

## Datos técnicos

**Tabla N° 20**

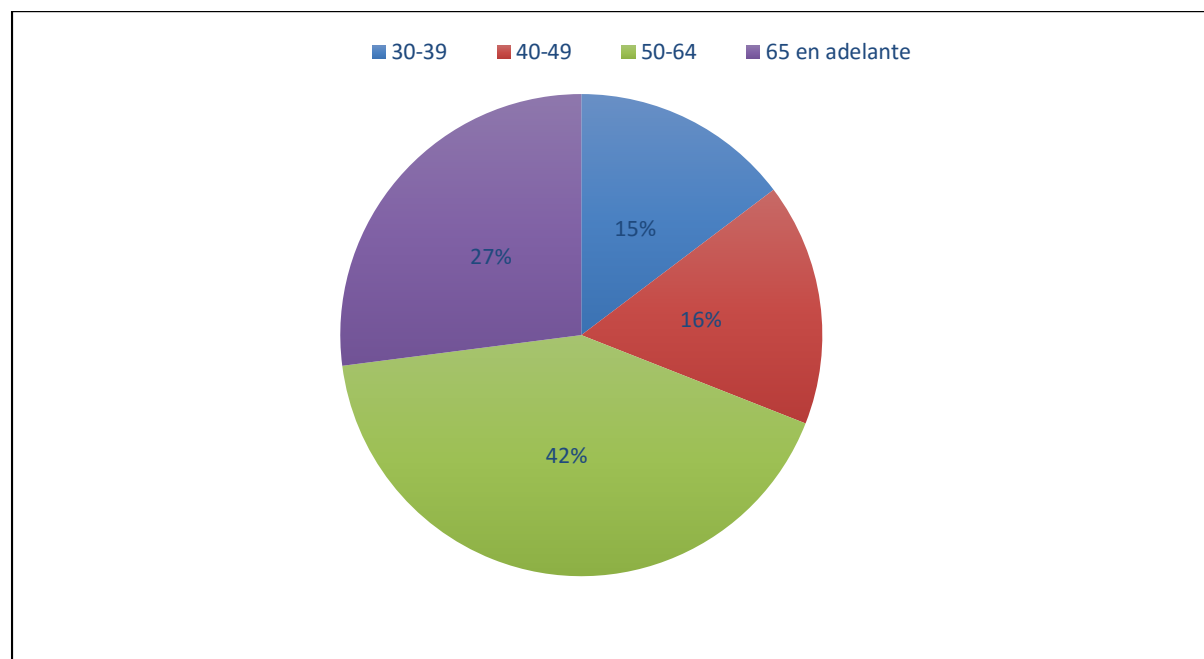
**Edad**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
30-39	56	15
40-49	62	16
50-64	160	42
65 en adelante	103	27
Total	381	100 %

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

**Gráfico N° 20**

**Edad**



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

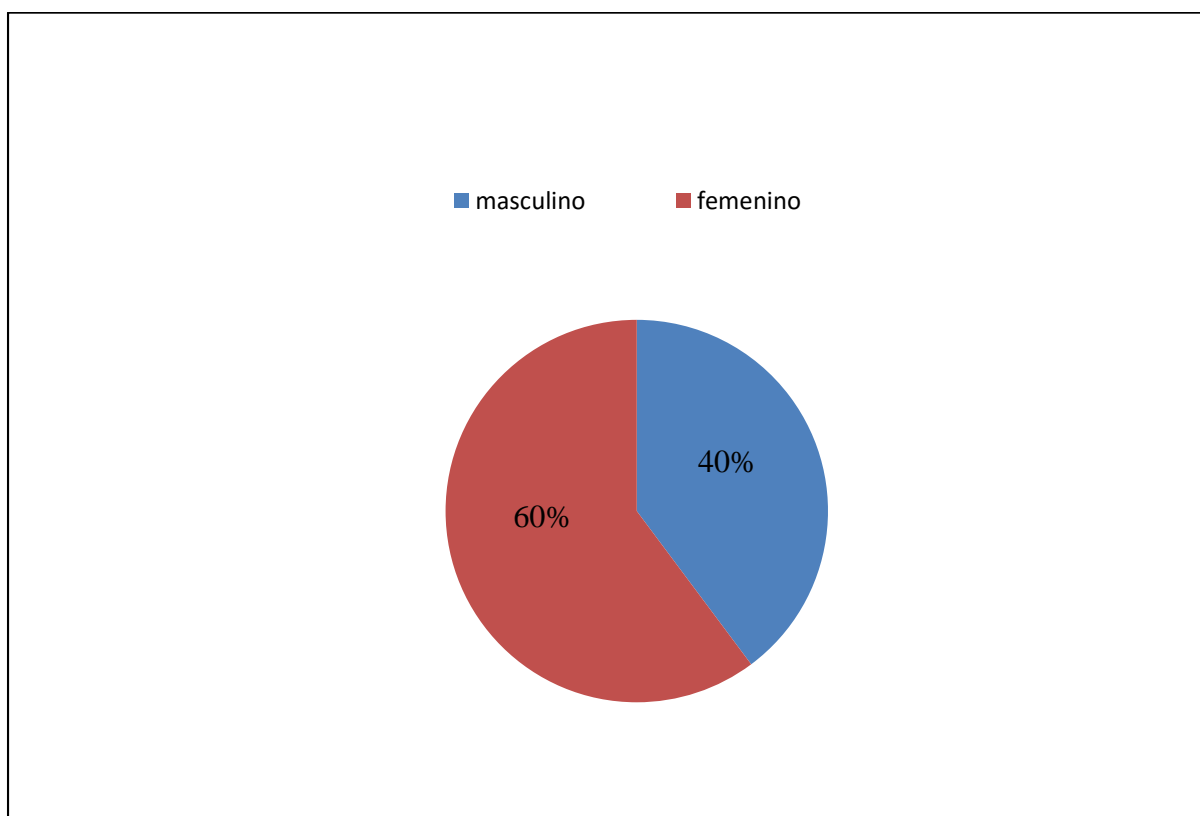
## Análisis

De acuerdo a la investigación realizada podemos determinar que la mayor parte de las personas de la muestra son personas adultas de 50 años en adelante.

**Tabla N° 21****Género**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	151	40
Femenino	230	60
Total	381	100 %

Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: Las autoras  
 Año: 2015

**Gráfico N° 21****Género**

Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: Las autoras  
 Año: 2015

**Análisis**

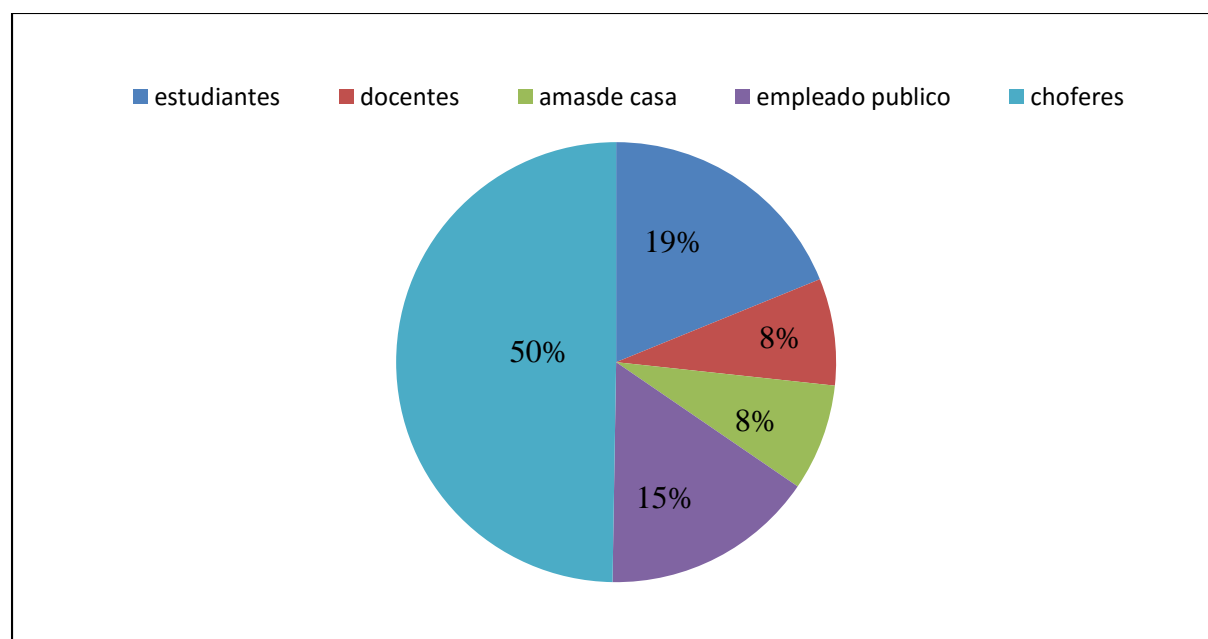
De acuerdo a la investigación la mayor parte de las personas que respondieron a las encuestas son de sexo femenino.



**Tabla N° 22****Ocupación**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Estudiantes	71	19
Docentes	30	8
Amas de casa	30	8
Empleado Público	60	15
Choferes	190	50
Total	381	100 %

Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: Las autoras  
 Año: 2015

**Gráfico N° 22****Ocupación**

Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: Las autoras  
 Año: 2015

**Análisis**

De acuerdo a la investigación se plantea que es de gran interés por parte de los señores choferes de la ciudad de Ibarra

### **3.8.2. Ficha de observación dirigida a locales competidores.**

Con el objetivo de identificar a los principales oferentes de medias de compresión en la ciudad de Ibarra. Se visitó 3 locales que comercializan este producto como son el Centro Ortopédico del Norte, FYBECA, Centro Ortopédico Multimédico es decir la competencia directa de la microempresa.

Se tomó en cuenta algunos aspectos como:

- El número de clientes al día donde el Centro Ortopédico Multimédico es el más concurrido en busca de este producto.
- Qué tipo de marcas prefieren en este tipo de producto, como Scalina, Samara, Richii, Varicel, Vikis, Veroll, entre otras.
- Los precios de las medias que se encuentran al alcance de del bolsillo de la ciudadanía además los colores como beige, café, gris, negro y el modelo de preferencia pantorrilla y pantalón.

### **3.9. Análisis de la demanda**

El análisis de la demanda nos permitirá establecer a los posibles consumidores del producto en la ciudad de Ibarra, identificando las necesidades y la capacidad de adquisición.

#### **3.9.1. Identificación de la demanda**

Para determinar la población a investigar se utilizó datos por el INEC, de los 63.984 de la población económicamente activa PEA de la ciudad de Ibarra .La información adquirida fue proporcionada de forma clara y oportuna gracias a la investigación de campo que se realizó en la ciudad, implementándose una encuesta a los posibles clientes y la observación directa a

locales competidores; con la aplicación de estas técnicas se ha logrado identificar la demanda actual.

### 3.9.2. Proyección de la demanda

Para la puesta en marcha de la microempresa se considera que la demanda siempre va a estar presente, incluso pueden aparecer nuevas enfermedades conforme al incremento poblacional.

#### **Fórmula del modelo exponencial:**

Pt = Población proyectada

Po = Población inicial

i = Tasa de crecimiento

n = Período observado

**Datos:**

PEA: 63.984

Tasa de crecimiento:2.99%

Número de periodos:5 años

$$Pt = P0 * (1+i)^n$$

**Tabla N° 23****Proyección de la demanda**

Período	Demanda proyectada
Año base	63.984
Año 1	65897,12
Año 2	67867,45
Año 3	69896,68
Año 4	71986,59
Año 5	74138,99

**Fuente:** INEC 2010  
 Elaborado por: Las Autores  
 Año: 2015

Con los datos antes mostrados se concluye: que para el primer año la proyección será 65897,12 y para el quinto año será de 74138,99.

**3.9.3. Medias demandadas (haciendo referencia a la pregunta número 4, Tabla N°15)****Tabla N° 24****Medias demandadas (haciendo referencia a la pregunta número 4, Tabla N°15)**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Pantorrilla	266	70
Pantalón	115	30
Total	381	100%

**Fuente:** Encuesta  
 Elaborado por: Las autoras  
 Año: 2015

**3.10. Identificación de la competencia**

Para identificar la oferta existente se debe tener en cuenta que existen pocos lugares en la ciudad que proporcionen este producto, entre ellos están las tiendas de centros ortopédicos que si cuentan con el producto pero lo expenden a un precio alto. Al igual que también existe un lugar donde solo se manejan bajo pedido.

### 3.11. Análisis de la oferta

El análisis de la oferta consiste en identificar a los principales competidores que distribuyen productos similares a los expuestos por el proyecto, para establecer su procedimiento.

**Tabla N° 25**

#### **Identificación de la competencia**

Competencia directa	Competencia indirecta
Centros ortopédicos	Distribuidores de medias
Fybeca	

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

La competencia directa está ubicada en la ciudad, estas instituciones proveen el producto en pocas cantidades. En cuanto a la competencia indirecta brinda todo tipo de medias para damas, caballeros pero que son de uso diario sin ofrecer un beneficio adicional.

#### **3.11.1. Identificación de la oferta**

La investigación de campo identificó que en la ciudad de Ibarra existen muy pocos lugares para esta clase de tratamientos naturales, por esta razón acuden a tiendas de artículos ortopédicos o la farmacia Fybeca.

#### **3.11.2. Proyección de la oferta**

Para la proyección de la oferta se utilizó una investigación de campo, donde estimamos un número de clientes que acuden en busca de este producto.

**Tabla N° 26****Proyección de la oferta**

N°	Establecimiento que vende este producto	Flujo de clientes anual
1	Centro ortopédico Multimédico	150
2	Centro ortopédico del Norte	130
3	Centro ortopédico Onhimed	100
4	Fybeca	80
	<b>Total</b>	<b>460</b>

Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado por: Las autoras  
 Año: 2015

Para la proyección de la oferta, se utilizó la tasa del crecimiento de la población económicamente activa según el censo INEC 2010, se estima el 2.99%. En la siguiente tabla se muestra la proyección de la oferta para cinco años, tiempo estimado de la recuperación de la inversión.

**Tabla N° 27****Proyección de la oferta**

Años	Oferta
0	460
1	474
2	488
3	503
4	518
5	533

Fuente: INEC (2010)  
 Elaborado por: Las autoras  
 Año: 2015

### 3.11.3. Balance de la oferta – demanda

**Tabla N° 28**

**Balance de la oferta – demanda**

Años	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha
0	460	63984	-63524
1	474	65897	-65423
2	488	67867	-67380
3	503	69897	-69394
4	518	71987	-71469
5	533	74139	-73606
<b>Total</b>			<b>- 410796</b>

**Fuente:** Estudio de mercado

Elaborado por: Las autoras

**Año:** 2015

### 3.12. Determinación de precios

#### 3.12.1. Precio actual de las medias medicinales en Centros Ortopédicos de la ciudad

**Tabla N° 29**

**Precio actual de las medias medicinales en Centros Ortopédicos de la ciudad**

Competencia	Estilos	Precio
Centro ortopédico Multimédico	Pantalón	\$ 30,00
	Pantorrilla	\$ 15,00
Centro ortopédico del norte	Pantalón	\$ 20,00
Centro ortopédico Onhimed	Pantorrilla	\$ 23.50
Fybeca	Pantorrilla Compr. Baja	\$ 21.15
	Pantorrilla Compr.Med.	\$ 23.41
	Pantalón Comp.Baja	\$ 21.34
	Pantalón Compr. Med.	\$ 39,78
	Pantalón Firme	\$ 49.84

**Fuente:** Investigación de campo

Elaborado por: Las autoras

**Año:** 2015

Como se puede observar existen diversos precios para este tipo de producto de marca Richi; de acuerdo con la investigación de campo se establece que el precio de venta al público las medias estilo calcetín sea de USD 7,50 (precio promedio de las otras marcas) y para las medias estilo pantalón sea de USD 12,50, lo cual representa un valor justo como para permitir que la marca SAMSARA entre en el mercado.

### 3.13. Propuesta de Marketing

#### ▪ **Producto**

El producto pretende contrarrestar las dolencias y aliviar el dolor, evitando la hinchazón y pesadez en las piernas, proporcionando comodidad al estimular la circulación sanguínea evita que se formen protuberancias, coágulos, várices, úlceras; es decir para que la sangre circule de la manera adecuada de arriba hacia abajo y viceversa sin ningún inconveniente.

#### **Tabla N° 30**

##### **Producto**

Recomendaciones prácticas para el uso y duración de sus medias	
1	Siéntese, enrolle la media en sus manos, introduzca el pie y ajuste la puntera sobre los dedos hasta que se sienta cómoda.
2	Con suavidad, pero firmemente deslice la media hasta la rodilla. Asegúrese que la media esté ajustada al máximo en el momento en que usted pasa la media sobre cada una de las rodillas.
3	Ahora párese y usando ambas manos, deslice la media hasta la parte superior del muslo.
4	Acomode el pantalón sobre las caderas hasta que el cinturón esté en el lugar apropiado y usted sienta máxima comodidad.
5	Coloque las medias con los dedos rectos. Nunca las uñas de las manos deben tocar las prendas.

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

#### ▪ **Precio**

El precio que se manejará está en función de los costos, más un margen de utilidad; con lo cual se determina un precio menor al de la competencia es decir que sea accesible.



- **Políticas de precio**

El precio para la venta al público de un par de medias estilo calcetín por “MEME C&P” será de un estimado de USD 7,50 y un par de medias estilo pantalón será de un estimado de USD 12,50 durante el primer año; a partir del segundo año, el precio podrá cambiar dependiendo las condiciones socio económica del negocio y de la tasa de inflación de los precios.

Los precios se establecerán en dos direcciones, en los pagos al contado se dispondrá de un descuento del 2% sobre el valor del producto, mientras que para los pagos a crédito, se les otorgará un plazo de 30 días a partir de las compras que superen los USD 50.00

- **Plaza**

Se elaborará un estudio para determinar el lugar más idóneo donde se instalará la microempresa, tomando en cuenta las principales necesidades del consumidor; para llamar su atención.

- **Sistema de distribución comercial**

La preferencia de los clientes potenciales hacia el producto que se ofrece va estrechamente ligada a su satisfacción.

- **Publicidad y promoción**

Es factible realizar una publicidad radial en la emisora de mayor sintonía de la ciudad, con el fin de darse a conocer por el mercado meta.

## Diseño del blog

La creación del blog es un instrumento con el cual realizamos publicidad moderna, con el objetivo de captar mayor cantidad de clientes y dar a conocer nuestro producto.

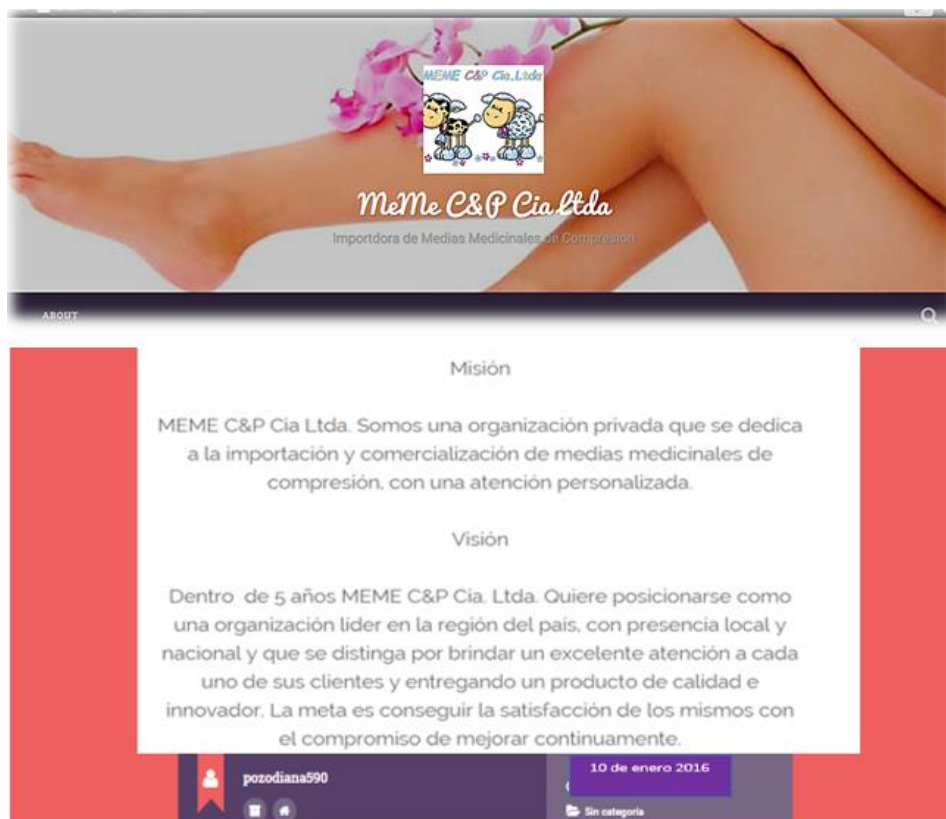
El link del blog es:

<https://mediasmedicinales.wordpress.com/wpadmin/customize.php?theme=pub%2Fbaskervie>

Los clientes que ingresen a este blog podrán encontrarnos con tan solo ingresar la palabra MEME C&P y fácilmente podrán encontrar.

### Gráfico N° 23

#### Diseño del blog

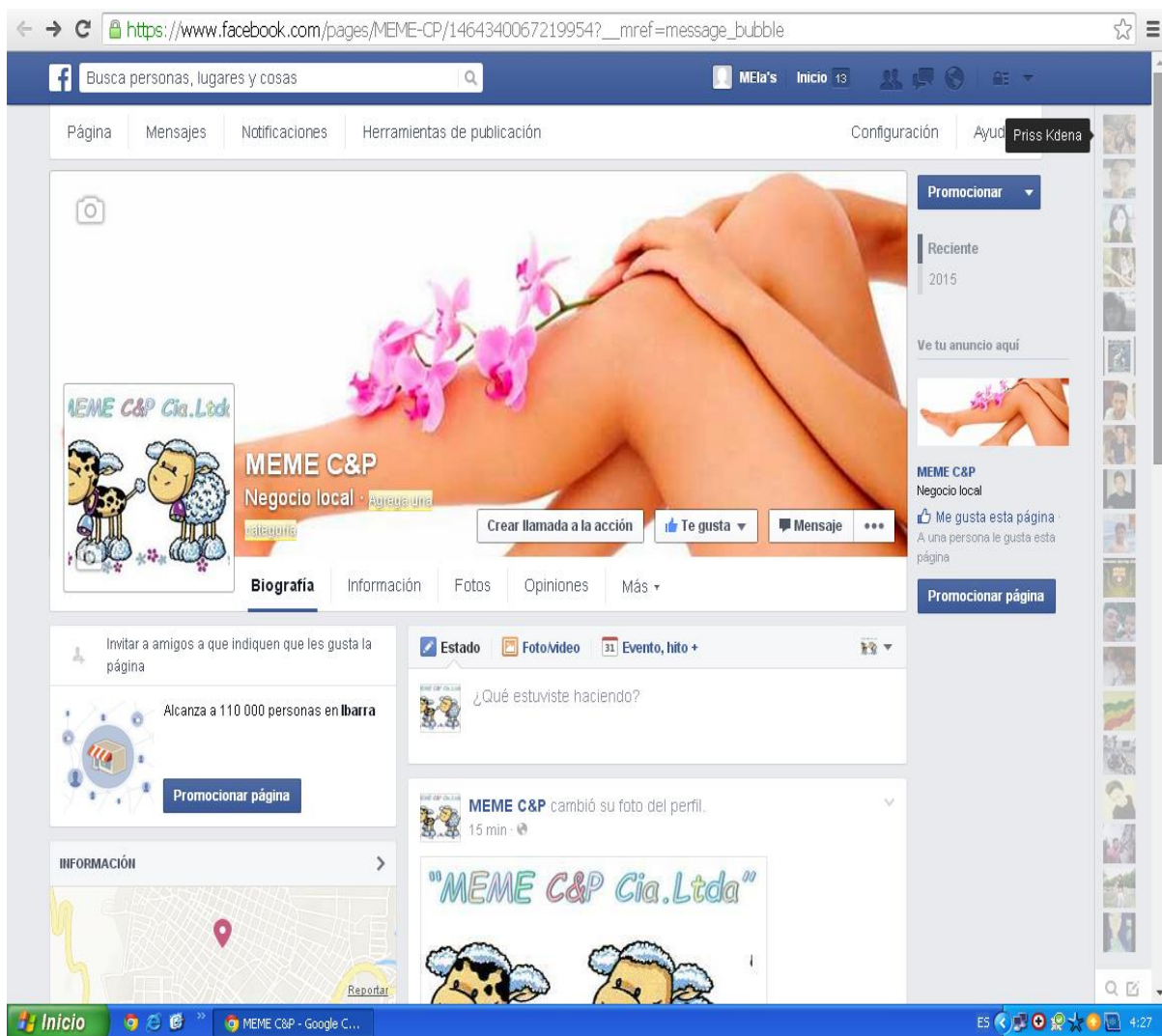


## Diseño página Facebook

La página de Facebook, en la actualidad es muy importante, ya que es una de las redes sociales más utilizadas por cualquier tipo de personas. Nos podrán encontrar como “MEME C&P, donde podrán consultar dudas, recomendaciones o sugerencias y quejas. Además se publicará constantemente promociones e información relevante referente a las medias medicinales de compresión.

### Gráfico N° 24

#### Diseño página Facebook



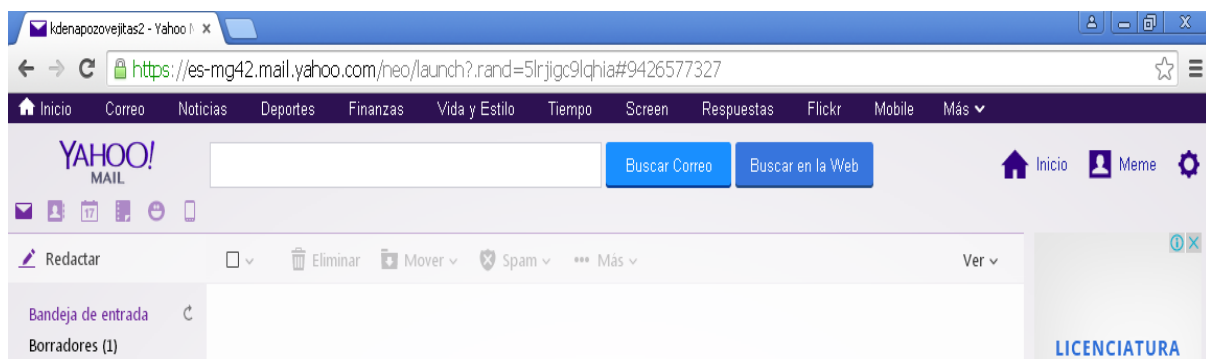
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

## Diseño del correo electrónico

Se vio importante la implementación de un correo electrónico para que las personas interesadas puedan contactarnos y hacernos sus pedidos o sugerencias. Pueden agregarnos como: kdenapozo2@yahoo.com

### Gráfico N° 25

#### Diseño del correo electrónico




Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

## Diseño spot radial

Tomando como base el resultado de la investigación de campo, donde se obtuvo que uno de los métodos de comunicación que debemos utilizar para informar a los clientes sobre la existencia de nuestra empresa sea la radio Exa Ibarra 93.9 FM.

Por lo que se realizó el diseño del spot radial, el que será entregado a la cadena radial para que sea sintonizado de acuerdo a lo establecido en el estudio financiero.

**Gráfico N° 26****Diseño spot radial**

	<p>“MEME C&amp;P Cia. Ltda.”</p>	<p>Versión N° 01 EMISIÓN: Página 1 de 2</p>
<p><b>FORMATO PRODUCCIÓN ESPACIO RADIAL</b></p>		

**Elementos**

- Actor de voz 1 Señor
- Actor de voz 2 Señorita
- Programa edición sonido
- Equipo tecnológico
- Efecto de sonido

**Inicio:**

Música de entrada electrónica de sonido fuerte para lograr llamar la atención del oyente.

Actor voz 1.- Ahora más cerca de ti, llego a la ciudad de Ibarra “MEME C&P Cia. Ltda.”

Actor voz 2.- Medias de compresión (con voz de fondo)

Actor voz 1.- Ven a la importadora y comercializadora de medias medicinales, contamos con excelentes precios y productos de la más alta calidad, comparte con nosotros los beneficios de cuidar tus piernas y tu salud.

Para que conozcas más de nuestros productos visita nuestra página de Facebook estamos como MEME C&P

Actor 1.- Te esperamos

Actor 2.- Estamos ubicados en la las calle Bolívar 13-80 y Teodoro Gómez “Centro Comercial Native”

**Ibarra - Ecuador**

Dir: Flores 11-27 y Luis Cabezas Borja / Tel: 062-956-007 062-956-008

[www.exaibarra.com](http://www.exaibarra.com) – [info@exaibarra.com](mailto:info@exaibarra.com)

**Fuente:** Exa Fm 93,9  
**Elaborado por:** Las autoras  
**Año:** 2015

**3.14. Conclusión del estudio**

**Encuesta:** En base a la investigación planteada se pudo conocer que la mayoría de las personas tienen problemas de circulación sanguínea, por su actividad profesional que la realizan día a día y no realizan ningún tipo de actividades deportivas. Muchas de las personas encuestadas conocen a las medias de compresión por medias para várices.

**Entrevista:** El cirujano vascular Paúl Carrera aclaró muchas dudas que teníamos sobre las medias medicinales de compresión, ya que son recomendadas a las personas con problemas de circulación sanguínea como: personas que se encuentran manejando o viajando por un largo tiempo, al igual que a las personas que permanecen mucho tiempo de pie o sentadas por su actividad, estas medias alivian los síntomas, de hinchazón y brindan comodidad en las piernas.

**Ficha de observación:** Se tomó en cuenta los indicadores de precio, color, modelo, marca y de acuerdo a la aplicación de esta herramienta de investigación, como resultado se obtuvo que la marca Richii es de mayor preferencia, en color beige, en modelo de pantorrilla.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

Esta fase del proyecto corresponde al análisis de factibilidad, tomando en cuenta ciertos elementos técnicos que deben analizarse de forma ordenada para poder determinar el tamaño y la capacidad de comercialización para lograr que el proyecto obtenga viabilidad en la parte técnica. En esta parte del estudio se establecen varios factores técnicos como lo son localización óptima del proyecto, presupuesto técnico, inversiones requeridas para el funcionamiento del mismo. Dichos aspectos nos ayudarán a establecer las instalaciones necesarias para la implementación, el proceso para ofertar el producto a cuánto asciende la inversión.

#### **4.1. Localización óptima del proyecto**

Se determina tanto la micro localización como la macro localización óptima para el desarrollo del proyecto a presentar.

##### **4.1.1. Macro localización**

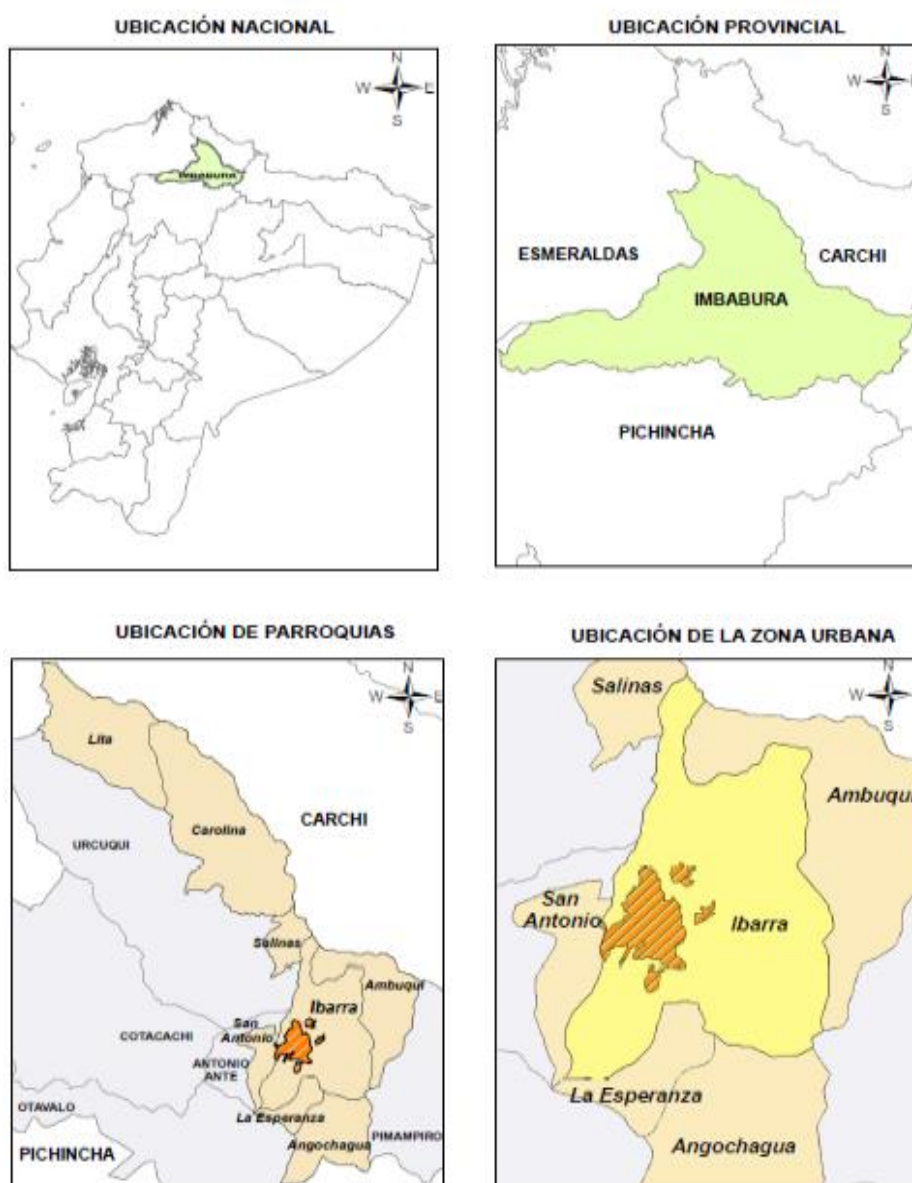
Imbabura, es una provincia de la Sierra Norte de Ecuador, también es conocida por sus contrastes poblacionales es así que la población está marcada por diferentes factores demográficos. Ubicada en la zona norte a 115 km al noreste de Quito y 125 km al sur de Tulcán. Su clima es subtropical de tierras altas.

Su temperatura oscila entre 12° y los 32°Celsius, la ubicación de la ciudad de Ibarra está casi a mitad distancia entre Tulcán y Quito según el último ordenamiento territorial, la provincia de Imbabura corresponde a la Región Norte (Ecuador) comprendida también por las provincias de Carchi, Sucumbíos y Esmeraldas, cuenta con una población urbana y rural de

398. 244 dato otorgado por el censo del INEC 2010. La ciudad de Ibarra se encuentra conformada por 5 parroquias urbanas (Caranqui, Alpachaca, La Dolorosa del Priorato, El Sagrario y San Francisco) y por 7 parroquias rurales (Ambuqui, La Carolina, La Esperanza, Angochagua, Lita, Salinas y San Antonio de Ibarra).

### Gráfico N° 27

#### Macro localización del proyecto



**Fuente:** Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo SEMPLADES  
 Elaborado por: Las autoras  
 Año: 2015



#### 4.1.2. Micro localización del proyecto

La microempresa “MEME C&P Cía. Ltda” estará ubicada en las calles Bolívar 13-80 y Teodoro Gómez “Centro Comercial Native” debido a que se encuentra en un excelente lugar porque es una zona altamente comercial y accesible para la comercialización del producto.

#### Gráfico N° 28

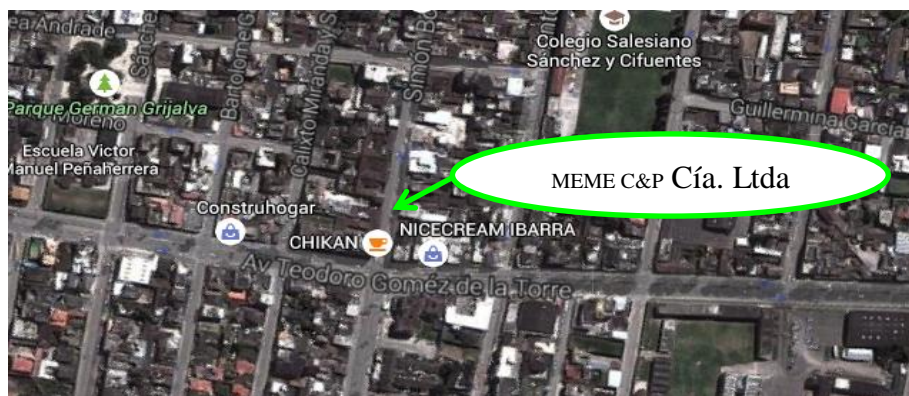
##### Mapa topográfico de la ubicación del proyecto



Fuente: Google Maps  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

#### Gráfico N° 29

##### Mapa satelital de la ubicación del proyecto



Fuente: Google Maps  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

## **4.2. Matriz de factores**

- **Identificación de los posibles lugares**

- a) Teodoro Gómez

- b) Yacucalle

- **Análisis de los factores intervinientes**

### **Geográficos**

- a) Costo del lugar

- b) Topografía del suelo

- c) Espacios físicos

### **Servicios básicos**

- a) Energía eléctrica

- b) Agua potable

- c) Alcantarillado

- d) Teléfono

- e) Internet

### **Medios de transporte**

- a) Vías de acceso en buen estado

- b) Acceso de transporte urbano

- c) Vías de primer orden (adoquinadas, asfaltadas)

**Talento humano**

- a) Personal especializado
- b) Personal calificado y eficiente

**Centros de apoyo**

- a) Centros de Salud
- b) Hospitales
- c) Clínicas particulares

**Ambientales**

- a) Contaminación ambiental
- b) Manejo de desechos

**4.2.1. Diseño de la matriz de evaluación****Niveles de evaluación*****Tabla N° 31******Escala del 1 al 5***

Calificación	Valor
Óptimo	5
Muy bueno	4
Bueno	3
Regular	2
Malo	1

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

- **Óptimo:** Cuando se refiere a las condiciones o características de una cosa, por lo cual resulta muy difícil o imposible encontrar algo más adecuado.
- **Muy bueno:** Cumple con la mayoría de expectativas, se puede mejorar aún más.
- **Bueno:** Las condiciones son adecuadas convenientes pero que mediante intervención y mayor y mucho más tiempo se puede mejorar.
- **Regular:** Las condiciones no son lo suficientemente idóneas mediante un largo procesos de intervención puede mejorar.
- **Malo:** Es cuando las condiciones que presenta no son adecuadas.

Tabla N° 32

## Matriz de evaluación

Factores	Barrio Teodoro Gómez	Barrio Yacucalle
<b>Geográficos</b>		
Costo del lugar	4	3
Topografía de suelo	4	2
<b>Espacios físicos</b>		
Servicios básicos	5	5
Energía eléctrica	5	5
Agua potable	5	5
Alcantarillado	5	4
Teléfono	5	5
Internet	5	5
<b>Medios de transporte</b>		
Vías de acceso en buen estado	5	5
Acceso de transporte urbano	5	5
Vías de primer orden, adoquinados, asfaltados	5	5
<b>Talento humano</b>		
Personal especializado	4	4
Personal calificado y eficiente	5	5
<b>Centros de apoyo</b>		
Centros de salud	5	3
Hospitales	5	2
Clínicas particulares	5	3
<b>Ambientales</b>		
Contaminación ambiental	4	5
Manejo de la utilización de las tres R.	4	5
<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>76</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

## 4.2.2. Categorías de decisión

**Tabla N° 33**

**Categorías de decisión**

Categorías	Porcentaje
Geográficos	20%
Talento humano	20%
Servicios básicos	15%
Medios de transporte	15%
Centros de apoyo	15%
Ambientales	15%
Total	100%

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

**Tabla N° 34**

**Matriz de evaluación Ponderada**

Factores	%	Barrio Teodoro Gómez		Barrio Yacucalle	
		Val. Pond.	Calificac.	Val. Pond.	Calific.
<b>Geográficos</b>	<b>20%</b>				
Costo del lugar	10	0,4	4	0,3	3
Topografía de suelo	10	0,4	4	0,2	2
<b>Espacios físicos</b>	<b>20%</b>				
Servicios básicos	3,33	0,17	5	0,17	5
Energía eléctrica	3,33	0,17	5	0,17	5
Agua potable	3,33	0,17	5	0,17	5
Alcantarillado	3,33	0,17	5	0,13	4
Teléfono	3,33	0,17	5	0,17	5
Internet	3,33	0,17	5	0,17	5
<b>Medios de transporte</b>	<b>15%</b>				
Vías de acceso en buen estado	5	0,25	5	0,25	5
Acceso de transporte urbano	5	0,25	5	0,25	5
Vías de primer orden, adoquinados, asfaltados	5	0,25	5	0,25	5
<b>Talento humano</b>	<b>15%</b>				
Personal especializado	7,5	0,3	4	0,3	4
Personal calificado y eficiente	7,5	0,38	5	0,38	5

<b>Centros de apoyo</b>	<b>15%</b>	<b>Val. Pond.</b>	<b>Calificac.</b>	<b>Val. Pond.</b>	<b>Calific.</b>
Centros de salud	5	0,25	5	0,15	3
Hospitales	5	0,25	5	0,1	2
Clínicas particulares	5	0,25	5	0,15	3
<b>Ambientales</b>	<b>15%</b>	<b>Val. Pond.</b>	<b>Calificac.</b>	<b>Val. Pond.</b>	<b>Calific.</b>
Contaminación ambiental	7,5	0,3	4	0,38	5
Manejo de la utilización de las tres R.	7,5	0,3	4	0,38	5
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>3,85</b>	<b>85</b>	<b>3,85</b>	<b>76</b>

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

Mediante la matriz de valoración cualitativa por puntos para definir la micro localización, donde se analiza factores relevantes que influyen en el desarrollo de las actividades de las empresas, se determina que la mejor opción para ubicar el proyecto corresponde al barrio Teodoro Gómez, con un puntaje mayor de 3,85 al presentar diversas ventajas para su óptima localización, de acuerdo al análisis del proyecto a desarrollarse será:

La microempresa “MEME C&P Cía. Ltda.” se establecerá en la región N° 1, estará ubicada en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura con una población de 398.244 habitantes con una temperatura promedio de 18°C, con una superficie de 1093.3 km<sup>2</sup>, en la parroquia El Sagrario ubicado en la calle Bolívar 13-80 y Teodoro Gómez. “Centro Comercial Native”

### **Identificación de factores:**

#### **4.3. Tamaño del proyecto**

El tamaño del proyecto está directamente relacionado con los factores que establecen el nivel de la oferta, tomando en cuenta que es la capacidad viable, real y efectiva del proyecto.

- **Disponibilidad de materia prima o insumos**

La materia prima principal utilizada son las medias medicinales de compresión.

- **Talento Humano**

Son los que están relacionados directamente con la contratación del talento humano al realizar una selección del personal, y plantear un reglamento para el contrato e inducción al trabajo. A nivel local si existe talento humano apto, competente con habilidades propias de la ciudad de Ibarra.

- **Aspectos financieros**

Para poner en marcha las operaciones de la microempresa se requiere la solicitud de un crédito en una institución financiera.

- **Aspectos legales**

Comúnmente nuestro país posee normas NTE INEN 1875, establece los requisitos para prendas de vestir y ropa de hogar, también es aplicable para el etiquetado de complementos de vestir. Se cuenta con el reglamento de seguridad y salud de los trabajadores y mejoramiento del ambiente de trabajo.

- **Descripción de instalaciones**

El área que ocupa el proyecto para brindar medias medicinales de compresión destinado para uso de damas y caballeros con problemas de circulación sanguínea, cuenta con un espacio físico de un área de 44.43 m<sup>2</sup>, distribuido en una estancia para dar una breve información a los clientes acerca de las medias de compresión , una bodega, stand de ventas, recibidor, baño

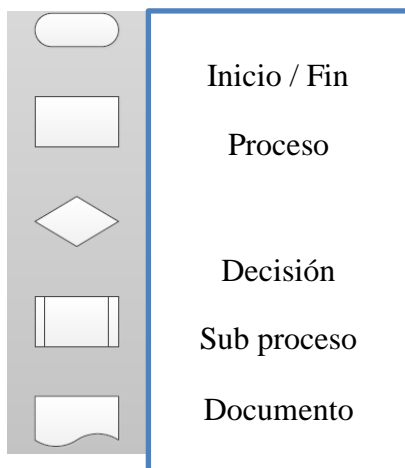


#### 4.4. Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto permitirá establecer la correcta repartición de los espacios físicos, análisis de requerimientos y selección de equipos, talento humano, así como de varios aspectos que se solicitan para la puesta en marcha del mismo.

##### 4.4.1. Flujo gramas de procesos

Para describir el proceso de importación y comercialización del producto se utiliza la siguiente simbología que se detalla a continuación.

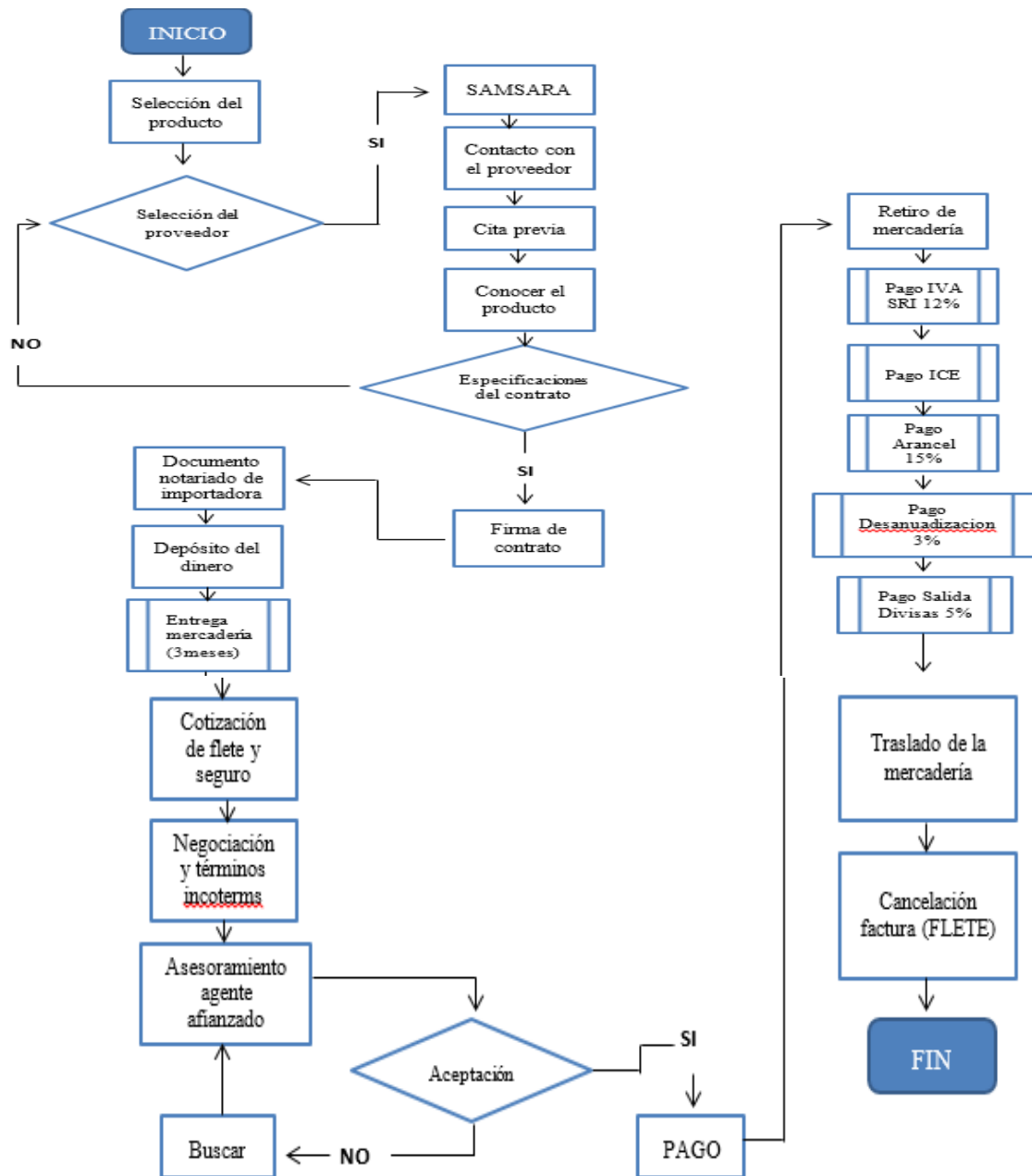


Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

#### 4.4.2 Proceso de importación y comercialización

Gráfico N° 30

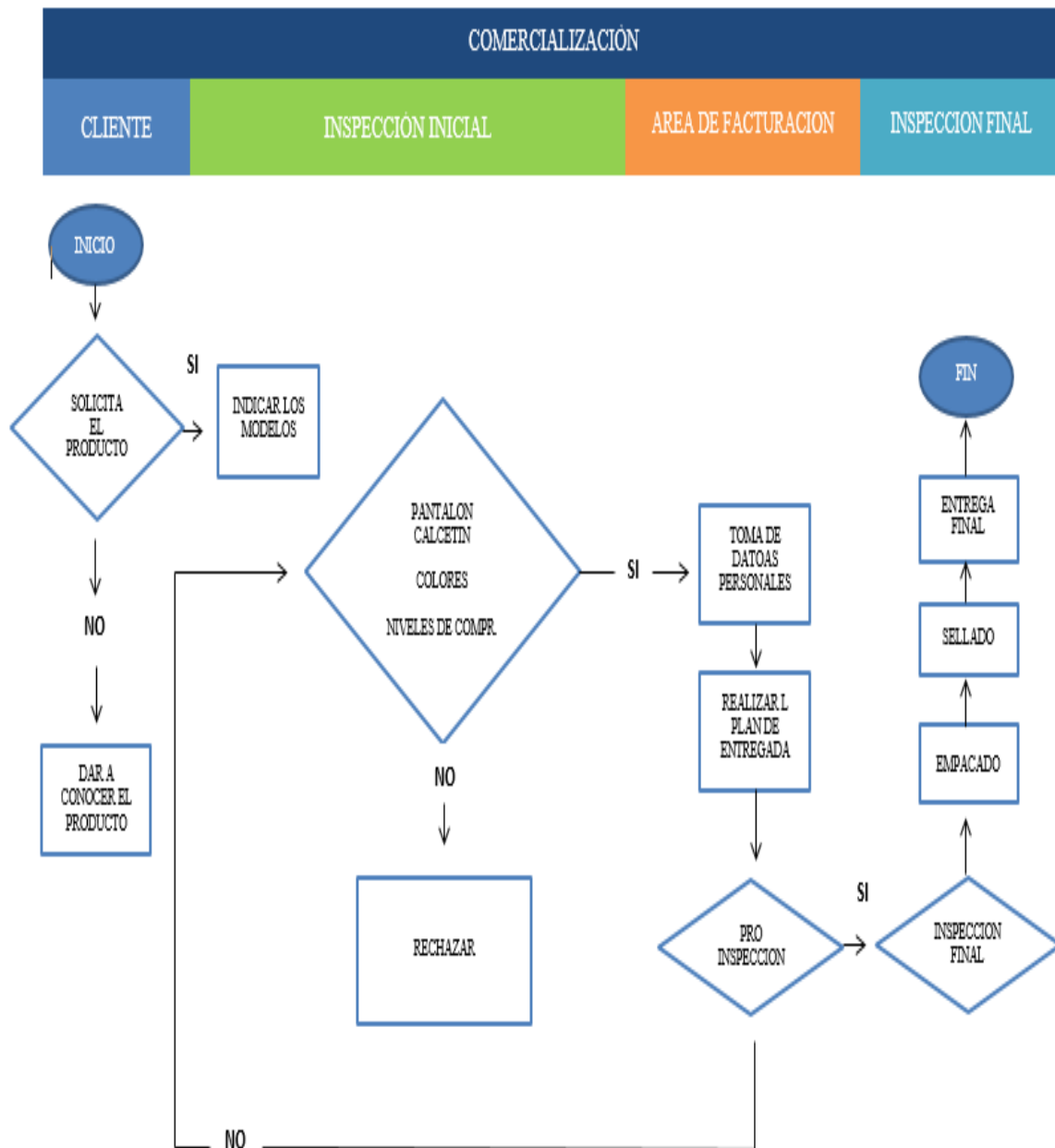
##### Flujo grama del proceso de importación



Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado por: Las autoras  
 Año: 2015

**Gráfico N° 31**

**Flujo grama del proceso de comercialización**



Fuente: Investigación de campo  
 Elaborado por: Las autoras  
 Año: 2015

#### **4.4.3. Estructura física**

Para la puesta en marcha de la empresa importadora - comercializadora se requiere un espacio físico de 44.43 m<sup>2</sup>, teniendo en cuenta que los costos son muy elevados para la adquisición de un terreno aún más la construcción física de la misma en la ciudad, se observó que no existe la oferta de espacios físicos para la compra directa de los mismos, por tal motivo se ha llegado a la conclusión que para comenzar la actividad económica de la empresa es factible el arriendo de un inmueble.

Las instalaciones donde se venderá este producto contarán con una infraestructura básica con las adecuaciones necesarias en cuanto a la división de espacios necesarios para cada área de trabajo pero a la vez lo básico para su correcto funcionamiento. Para que una pequeña empresa funcione dentro de los lineamientos normales enmarcados en un ambiente con la suficiente ventilación y aire, así como el aseo debe ser nítido, el espacio debe ser suficiente para el personal que se encuentra prestando los servicios y los clientes.

#### **4.4.4. Distribución del local comercial**

La microempresa se ubicará en un local de arriendo de 44.43m<sup>2</sup>, cuyas instalaciones serán distribuidas de la siguiente manera:

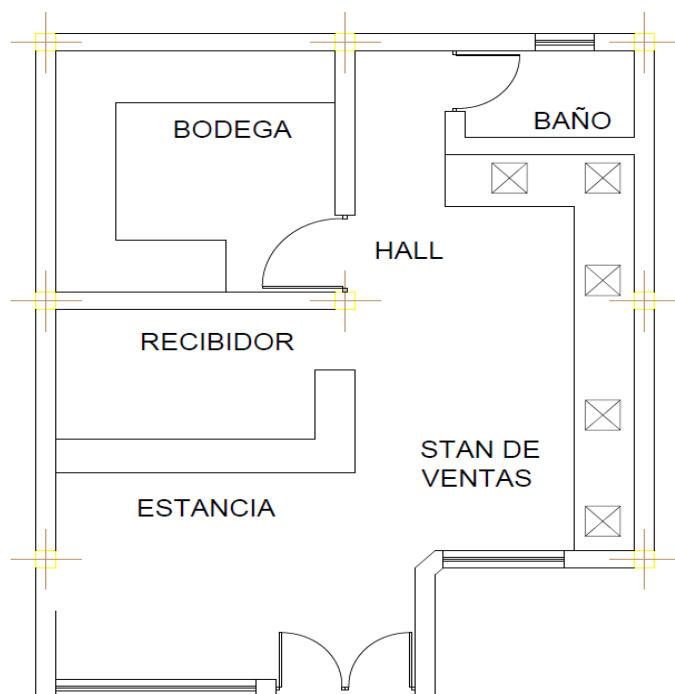
- Estancia: Es un área destinada a los clientes potenciales, para que puedan informarse acerca del producto o realizar cualquier consulta.
- Stands de ventas: son áreas donde la mercadería se encuentra exhibiéndose detrás de vitrales.
- Recibidor: Es un sector destinado para recibir a los clientes en su última etapa de inspección, es decir al momento de realizar la factura y entregar el producto final en este caso el par de medias.

- Bodega: Donde se guardarán las medias en cada una de sus cajas, instrumentos de aseo.
- Baño y hall: para tener el suficiente espacio para poder ir de un lugar a otro.

**Tabla N° 35****Distribución del proyecto**

Espacios	Área	M2
Estancia	6.24	m2
Stans de ventas	10.12	m2
Recibidor	6.72	m2
Bodega	9.60	m2
Baño	2.94	m2
Hall	8.81	m2
Total	44.43	m2

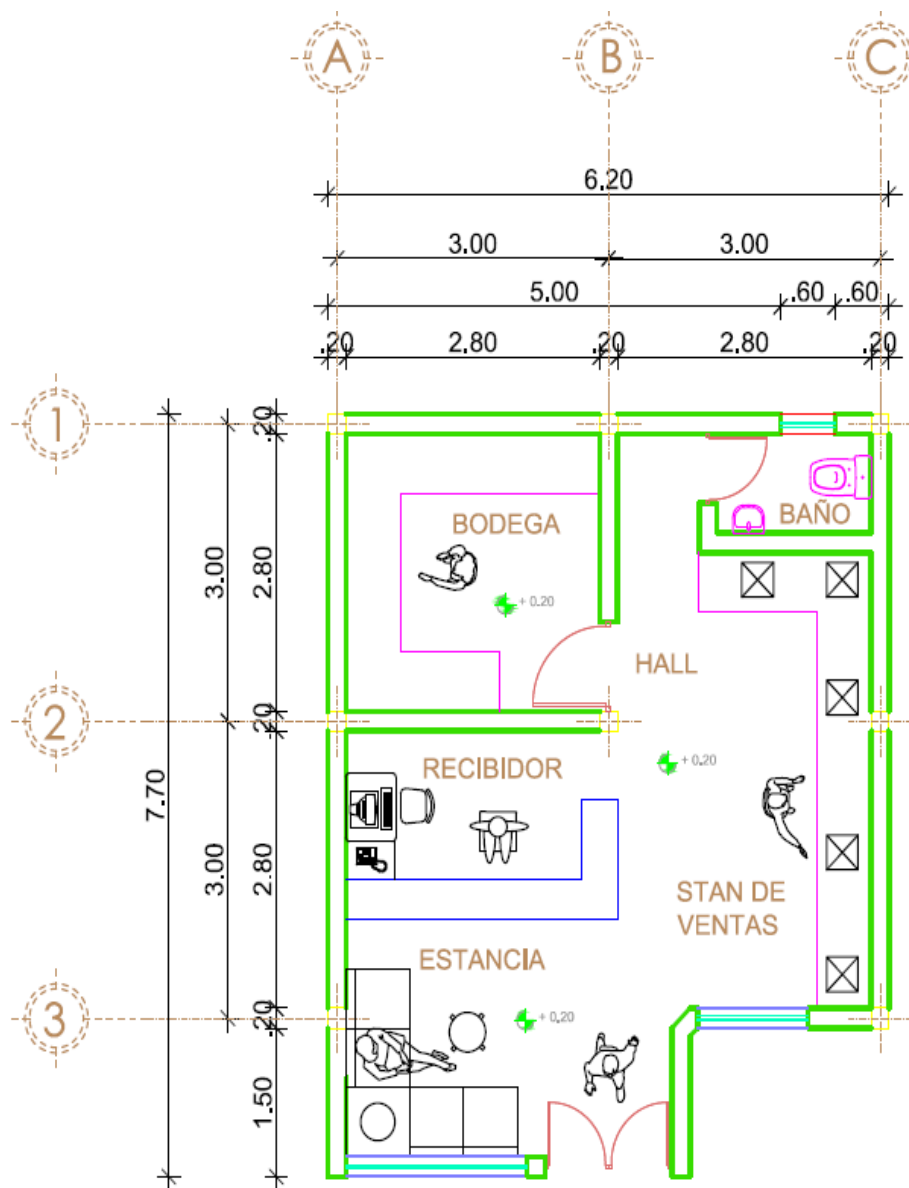
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

**Gráfico N° 32****Plano arquitectónico**

Fuente: Arquitecto C. David García R.  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

### Gráfico N° 33

#### Diseño de las instalaciones de la planta



Fuente: Arquitecto C. David García R.  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

## 4.5. Presupuesto técnico

### 4.5.1. Inversión fija

Para la puesta en marcha se utiliza aquellos activos tangibles necesarios para empezar con la actividad comercial de importación, en este tipo de inversión se identifica lo siguiente.

## 1. Equipos de computación

La tecnología y el equipo de cómputo necesario para el funcionamiento de la microempresa.

**Tabla N° 36**

### *Equipo de cómputo*

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Computador de escritorio	1	620.00	620.00
Laptop	1	820.00	820.00
Impresora	1	90.00	90.00
Wireless	1	55.00	55.00
Total			\$ 1585.00

Fuente: World Computers  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

## 2. Muebles y enseres

Se requiere los siguientes muebles y enseres para la puesta en marcha de la empresa.

**Tabla N° 37**

### *Muebles y enseres*

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Estación trabajo "L" 140x170 con 3 latones con seguridad	1	270.00	270.00
Silla giratoria con brazos neumática	1	95.00	95.00
Sillones	4	108.00	432.00
Sillas	5	40.00	200.00
Archivadores	1	67.00	67.00
Estanterías	3	300.00	900.00
Exhibidor	1	350.00	350.00
Total			\$ 2.314.00

Fuente: Línea Nueva  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

### 3. Equipos de oficina

**Tabla N° 38**

***Equipos de oficina***

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Teléfono fax	1	92.00	92.00
Teléfono	1	60.00	60.00
Calculadora (Casio)	2	15.00	30.00
Caja registradora	1	240.00	240.00
Equipo de sonido	1	200.00	200.00
Total			\$ 622.00

Fuente: World Computers  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

### 4. Equipo de Seguridad

**Tabla N° 39**

***Equipo de Seguridad***

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Alarma	1	250.00	250.00
Extintor	1	30.00	30.00
Señalética	1	20.00	20.00
Total			\$ 300.00

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

### 5. Activo intangible

**Tabla N° 40**

***Activo Intangible***

Cargo	Cantidad	S.B.U.	Total semestral	Total anual
Software contable	1	800.00	800.00	800.00
Total				\$ 800.00

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015



## 6. Arriendo

**Tabla N° 41**

**Valoración del Local Comercial**

Descripción	Extensión	Valor mensual
Arriendo del local	44.43 M2	500.00
Total		\$ 500.00

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

El local estará ubicado en la ciudad de Ibarra específicamente en la calle Teodoro Gómez y Bolívar “Centro Comercial Native” 13-80. Para el arriendo del local se deberá cancelar una garantía de \$100.00 el cual por su monto es considerado para el cálculo de gastos de constitución.

### 4.6. Estructura y financiamiento de la inversión

#### 4.6.1. Estructura de la inversión

##### 1. Inversión fija

El proyecto poseerá la siguiente inversión fija en torno a los siguientes rubros:

**Tabla N° 42**

**Inversión Fija**

Descripción	Valor
Equipo de cómputo	1.585,00
Muebles y enseres	2.314,00
Equipo de oficina	622,00
Equipo de seguridad	300,00
Instalaciones	1.000,00
Software contable	800,00
Total	6.621,00

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

## 2. Inversión diferida

Los gastos de constitución son aquellos que se requieren para poner en marcha el proyecto y cumplir con los requerimientos obligatorios que solicita la ley, para poder llevar a cabo su correcto funcionamiento.

**Tabla N° 43**

***Gastos legales de Constitución Cía. Ltda.***

Detalle	Valor
Patente municipal	40,00
Permiso bomberos	17,00
Permiso sanitario	50,00
Gastos de investigación	100,00
Garantía del local comercial	300,00
<b>Total</b>	<b>507,00</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

Según las Normas Internacionales de Información Financiera los diferidos son parte del capital de trabajo, constituyendo como gastos de diferimiento.

### 4.6.2. Capital de trabajo

Es el fondo rotativo que se necesita para cubrir obligaciones con el proveedor, pago de impuestos, pago del seguro social mientras ingresa las primeras ventas que será durante todo el mes. Como capital de operación del proyecto se ha programado establecerlo para tres meses a fin de poder entrar en operación, asignado un presupuesto de arranque, siendo un tiempo considerable el mismo que quede estructurado en los siguientes rubros.

Además se debe tener en cuenta el Capital de Trabajo Neto ,es necesario aplicar la formula  $AC-PC=CTN$  es decir Activo Corriente menos Pasivo Corriente ,igual a Capital de Trabajo Neto, es conveniente que los Activos Corrientes sean mayor a los Pasivos Corrientes.

**Tabla N° 44****Capital de Trabajo Neto**

Detalle	Valor
Activo corriente	
Efectivo y sus equivalentes	543,39
Aporte socio 1	4500
Aporte socio 2	4500
Total Activo Corrientes	9543,39
Pasivos Corrientes	0
Total Pasivos Corrientes	0
<b>Total</b>	<b>9543,39</b>

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

**Tabla N° 45****Capital de Trabajo**

Detalle	Valor mensual	Valor Trimestral
Sueldos de personal	1091,56	3274,68
Gastos Generales		
Suministros de oficina	38	114,00
Insumos de limpieza	35	105,00
Electricidad	20	60,00
Agua Potable	5	15,00
Mantenimiento	40	120,00
Publicidad	70	210,00
Teléfono	15	45,00
Arriendo	500	1500,00
Internet	20	60,00
Gastos de diferimiento	169	507,00
Gastos de importación	666,6666667	2000,00
Gastos de ventas	726,54	2179,62
<b>Total</b>	<b>3396,77</b>	<b>10190,30</b>

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

## 1. Inversión del Proyecto.

**Tabla N° 46**

***Inversión Total del Proyecto***

Descripción	Valor Total	Porcentaje
Capital de trabajo	10190,30	32%
Inversión Fija	21621	68%
Mercaderías	15000	
Equipo de Cómputo	1585,00	
Muebles y Enseres	2314,00	
Equipo de Oficina	622,00	
Equipo de seguridad	300,00	
Instalaciones	1000,00	
Software Contable	800,00	
<b>Total</b>	<b>31811,30</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

### 4.7. Financiamiento

El proyecto contará con fuentes de financiamiento, tanto con recursos propios como también de un crédito en el sistema financiero, que estará distribuido de la siguiente manera 30% aporte propio y 70% sistema financiero.

**Tabla N° 47**

***Financiamiento de la inversión***

Detalle	%	Total
Inversión propia	30%	9543,39
Inversión financiada	70%	22267,91
Inversión total	100%	31811,30

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

Al existir un mercado potencial al cual ofrecer este tipo de producto, el estudio financiero busca proyectar el monto necesario de recursos económicos del presente proyecto como el costo total de operación e indicadores que permitan una apropiada evaluación financiera del mismo.

#### 5.1. Inversión inicial del proyecto

*Tabla N° 48*

*Inversión inicial*

Detalle	Total	Porcentaje
Inversión propia	9543,39	30%
Inversión financiada	22267,91	70%
Inversión total	31811,30	100%

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

#### 5.2. Determinación del precio de venta

Para el cálculo del precio de venta al público en las medias de compresión estilo calcetín como las medias de compresión estilo pantalón se consideró un 40% de utilidad sobre el costo final de adquisición.

*Tabla N° 49*

*Precio medias de compresión*

Descripción	Cantidad de cartones	Pares de medias	Pre.	Precio total
Media estilo calcetín	204,00	2448	7,50	18360,00
Media estilo pantalón	185,00	2220	12,50	27750,00
Total		4668,00	20,00	46110,00
Promedio			<b>10,00</b>	

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

Una vez establecida la tabla determinamos un precio promedio entre la media de compresión estilo calcetín USD 7,50 y la media de compresión estilo pantalón USD 12,50

### 5.3. Determinación de ingresos proyectados

Son los valores obtenidos por la venta de las medias medicinales que comercializará la empresa importadora en su vida útil; los mismos que servirán para cubrir todos los gastos que se incurran en la misma. Para establecer los ingresos que provee la empresa, se procedió de la siguiente manera: se captará la cantidad de pares semestrales por el precio promedio que se determinó anteriormente y se proyectará con la inflación de 3,67%.

**Tabla N° 50**

#### **Proyección de ingresos**

Descripción	Pares	P.P	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Medias Medicinales	4668	10,00	93360,00	96786,31	100338,37	104020,79	107838,35
<b>Total</b>		10,00	93360,00	96786,31	100338,37	104020,79	107838,35

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

La proyección de ventas muestra un nivel aceptable que se incrementa cada año, siendo proporcional al aumento del precio.

### 5.4. Determinación de egresos proyectados

Son todos los compromisos que contrae la empresa importadora para cumplir con las necesidades y expectativas de los clientes, al ofertar medias medicinales de compresión de calidad a un precio asequible.

#### 5.4.1. Determinación compra del producto a comercializar

La mercadería es el elemento principal para la puesta en marcha del presente proyecto y para el crecimiento del mismo como para el aumento de precios se toma en cuenta los parámetros de ventas.

**Tabla N° 51**

##### *Mercadería (semestre I)*

Descripción	Cantidad de cartones	Pares de medias	Pre.	Precio total
Media estilo calcetín	204,00	2448	2,50	6120,00
Media estilo pantalón	185,00	2220	4,00	8880,00
Total		4668	6,50	15000,00

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

#### 5.4.2. Gastos administrativos

Los gastos administrativos son aquellos egresos incurridos en las actividades de planificación, organización, dirección, control y los procesos que están dados para un correcto funcionamiento del negocio. La proyección de los costos administrativos tendrá un incremento anual del 3,67% en el caso de los suministros esto se ha tomado de acuerdo a la tasa de inflación y el 4,11% en el caso de los sueldos, este porcentajes ha tomado de acuerdo al crecimiento anual de las remuneraciones. Los sueldos mínimos sectorial 2015 están validados con las tablas salariales del Ministerio de relaciones laborales.

**Tabla N° 52**

##### *Sueldo mínimo sectorial 2015 según MRL*

Cargo	Estructura ocupacional	Código IESS	Salario mínimo
Gerente	A1	1918200000101	370,53
Contador	C1	1910000000012	367,03
Vendedor	C3	1930000000020	363,27

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

**Tabla N° 53****Proyección de gastos administrativos**

Descripción	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Gerente	7042,80	7332,26	7633,61	7947,36	8273,99
Contadora	6373,92	6635,89	6908,62	7192,57	7488,18
Especialista vascular	5089,67	5298,86	5516,64	5743,37	5979,43
Total	18506,39	19267,00	20058,88	20883,30	21741,60

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

**Tabla N° 54****Componentes salariales**

Descripción	Aportación Patronal IESS	13er Sueldo	14to Sueldo	Fondos de Reserva	Vacaciones	TOTAL
Área Admr.	<b>12,15%</b>			<b>8,33%</b>		
Gerente General	729,00	500,00	354,00	499,80	250,00	7.042,80
Contador	656,10	450,00	354,00	449,82	225,00	6.373,92
Vendedor	516,13	354,00	354,00	353,86	177,00	5.089,67
Especialista Vascular	516,13	354,00	354,00	353,86	177,00	5.089,67

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

Dentro de los gastos administrativos están los servicios básicos, materiales de oficina, materiales de aseo y los gastos de constitución que necesitan para poner en marcha la empresa importadora y comercializadora.



## 5.5. Depreciaciones

**Tabla N° 55**

**Depreciación de activos fijos**

Activos fijos	Total
Equipo de cómputo y software	2385,00
Muebles y enseres	2314,00
Equipo de oficina	622,00
Equipo de seguridad	300,00
Instalaciones y acabados	1000,00

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

**Tabla N° 56**

**Depreciación de vida útil de activos fijos**

Activos fijos	Vida útil	% anual	Valor residual %	Valor residual USD
Equipo de cómputo y software	3	33%	10%	238,50
Muebles y enseres	10	10%	10%	231,40
Equipo de oficina	10	10%	10%	62,20
Equipo de seguridad	10	10%	10%	30,00
Instalaciones y acabados	10	10%	10%	100,00

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

**Tabla N° 57**

**Depreciación**

Activos fijos	Valor activo	Valor residual	Años depreciación	% anual	Cuota depreciación
Equipo de cómputo y software	2385,00	238,50	3	33%	2305,50
Muebles y enseres	2314,00	231,40	10	10%	2290,86
Equipo de oficina	622,00	62,20	10	10%	615,78
Equipo de seguridad	300,00	30,00	10	10%	279,00
Instalaciones y acabados	1000,00	100,00	10	10%	990,00

**Tabla N° 58****Depreciación por años**

Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Depre. Acu	Saldo libro.
2305,50	2305,50	2305,50	2305,50	2305,50	11527,50	9142,50
2290,86	2290,86	2290,86	2290,86	2290,86	11454,30	9140,30
615,78	615,78	615,78	615,78	615,78	3078,90	2456,90
279,00	279,00	279,00	279,00	279,00	1485,00	1185,00
990,00	990,00	990,00	990,00	990,00	4950,00	3950,00
6499,14	6499,14	6499,14	6499,14	6499,14	32495,70	25874,70

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

**5.6. Cálculo del costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio.**

El costo de oportunidad establece la tasa de rentabilidad que se obtendrá del proyecto que está representada por el 14,67 % y el crédito que corresponde al 70% y que genera el 10.20% de interés anual, demostrando si es viable realizar la inversión en el presente proyecto.

**Tabla N° 59****TMAR**

Recursos propios	30%	
Recursos 3eros	70%	
Tasa pasiva	5,54%	BNF
Tasa activa	8,54%	BNF
Inflación	3,67%	BCE
Riesgo país	3,16%	BCE

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

$$TMAR = (0,3*0,0554+0,7*0,0854+0,0367+0,0316)$$

$$TMAR = 14,67\%$$

**Tabla N° 60****Insumos de limpieza**

Descripción	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Insumos de limpieza	420,00	435,41	451,39	467,96	485,13
Total	420,00	435,41	451,39	467,96	485,13

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

Para realizar la proyección de los insumos de limpieza requeridos para los 5 años, se considera el costo del primer año, el precio de los insumos crece al 3.67% correspondiente a la inflación del 2014.

**5.7 .Gastos administrativos**

La proyección de los costos administrativos tendrá un incremento anual del 3.67% en el caso de los suministros esto se ha tomado de acuerdo a la tasa de inflación y el 4.11% en el caso de los sueldos este porcentaje se ha tomado de acuerdo al crecimiento anual de las remuneraciones.

**Tabla N° 61****Gastos administrativos**

Cargo	Estructura ocupacional	Código IESS	Salario mínimo	Cargo	Estructura ocupacional
Gerente	A1	1918200000101	370,53	Gerente	A1
Contador	C1	1910000000012	367,03	Contador	C1
Vendedor	C3	1930000000020	363,27	Vendedor	C3
Cargo	Estructura ocupacional	Código IESS	Salario mínimo	Cargo	Estructura ocupacional

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

**Tabla N° 62****Descripción de gastos administrativos**

Cargo	Cantidad	S.B.U.	Total trimestral	Total anual
Gerente	1	370,53	1111,59	4446,36
Contador	1	367,03	1101,09	4404,36
Auxiliar especialista vascular	1	354,00	1062,00	4248,00
<b>Total</b>	<b>3</b>		<b>3274,68</b>	<b>13098,72</b>

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

**5.7.1. Gastos de ventas**

Los sueldos se establecieron tomando como base las tablas sectoriales del 2014, correspondiente al Ministerio de Relaciones Laborales, sumando a esto los beneficios de ley y se proyecta según la tasa de crecimiento de los sueldos (véase anexo 2).

**Tabla N° 63****Gastos de ventas**

Cargo	Cantidad	S.B.U.	Total trimestral	Total anual
Vendedor bodeguero 1	1	363,27	1089,81	4359,24
Vendedor bodeguero 2	1	363,27	1089,81	4359,24
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>726,54</b>	<b>2179,62</b>	<b>8718,48</b>

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

### 5.7.2. Gastos de importación

**Tabla N° 64**

**Gastos de importación**

Detalle	Valor
Documentos en la notaria	
ICOTERMS	
Flete avión	
Desaduanización 3%	
Bodegaje	
ADVALOREM	
FODINFA 0,5%	
Impuesto IVA 12%	
Impuesto ICE	
Impuesto arancel 30% (prendas de vestir)	
Impuesto a la salida de divisas 5%	
<b>Total gastos de importación</b>	<b>2000,00</b>

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

Los gastos de importación le hacemos referencia a la contratación de servicios profesionales por un agente afianzado para el proceso de importación, sus servicios se contratarán cada seis meses debido al acuerdo establecido con el proveedor.

**Tabla N° 65**

**Proyección Suministros**

Descripción	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Suministros	190	196,97	204,20	211,70	219,47
<b>Total</b>	<b>190</b>	<b>196,97</b>	<b>204,20</b>	<b>211,70</b>	<b>219,47</b>

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

Los suministros corresponden a materiales de oficina como resmas de papel, lapiceros, perforadora, grapadora, tintas de impresora, caja de grapas; es decir los materiales necesarios para el buen funcionamiento del área administrativa, se proyectan con el 3.67% de inflación.

**Tabla N° 66****Servicios básicos**

Proyección de servicios básicos					
Descripción	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Agua potable	25,00	25,92	26,87	27,85	28,88
Energía Eléctrica	100,00	103,67	107,47	111,42	115,51
Teléfono	75,00	77,75	80,61	83,56	86,63
Internet	100,00	103,67	107,47	111,42	115,51
Mantenimiento	200,00	207,34	214,95	222,84	231,02
<b>Total</b>	<b>500,00</b>	<b>518,35</b>	<b>537,37</b>	<b>557,10</b>	<b>577,54</b>

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

**Tabla N° 67****Resumen de gastos administrativos**

Gastos Administrativos					
Descripción	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Gerente	7.042,80	7332,26	7633,61	7947,36	8273,99
Contadora	6.373,92	6635,89	6908,62	7192,57	7488,18
Especialista Vascular	5.089,67	5298,86	5516,64	5743,37	5979,43
<b>Total</b>	<b>18.506,39</b>	<b>19267,00</b>	<b>20058,88</b>	<b>20883,30</b>	<b>21741,60</b>

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

**5.7.3. Gastos de venta**

Los gastos de venta corresponden a los desembolsos producidos por publicidad en radio, prensa escrita y se detalla en el siguiente cuadro.

**Tabla N° 68****Anexo gastos de ventas**

Gastos de Ventas					
Descripción	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Vendedor - bodeguero 1	5.089,67	5276,46	5470,11	5670,86	5878,98
Vendedor - bodeguero 2	5.089,67	5276,46	5470,11	5670,86	5878,98
	10.179,34	10.552,92	10.940,21	11.341,72	11.757,96

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

#### 5.7.4. Gatos financieros

El proyecto que se desea implementar será financiado en un 70% y con recursos propios que los socios pretenden aportar el 30% restante mediante gestión hacia las instituciones gubernamentales y financieras tales como el Banco Nacional el Fomento con un plazo de 5 años. La siguiente tabla muestra la amortización para el crédito financiero de USB 22267,91 necesarios para cubrir las necesidades de financiamiento. a un plazo de 5 años, y a una tasa de 10,20% .

**Tabla N° 69**

#### **Préstamo Bancario**

Período	Val. Actual	Interés	Pago de Capital	Saldo deudor
1	\$475,32	189,28	286,04	21981,87
2	\$475,32	186,85	288,48	21693,39
3	\$475,32	184,39	290,93	21402,46
4	\$475,32	181,92	293,40	21109,06
5	\$475,32	179,43	295,89	20813,17
6	\$475,32	176,91	298,41	20514,76
7	\$475,32	174,38	300,95	20213,81
8	\$475,32	171,82	303,50	19910,31
9	\$475,32	169,24	306,08	19604,22
10	\$475,32	166,64	308,69	19295,54
11	\$475,32	164,01	311,31	18984,23
12	\$475,32	161,37	313,96	18670,27
<b>Total</b>		<b>2106,22</b>	<b>3597,64</b>	<b>244193,08</b>
13	\$475,32	158,70	316,62	18353,65
14	\$475,32	156,01	319,32	18034,33
15	\$475,32	153,29	322,03	17712,30
16	\$475,32	150,55	324,77	17387,54
17	\$475,32	147,79	327,53	17060,01
18	\$475,32	145,01	330,31	16729,70
19	\$475,32	142,20	333,12	16396,58
20	\$475,32	139,37	335,95	16060,63
21	\$475,32	136,52	338,81	15721,82
22	\$475,32	133,64	341,69	15380,13
23	\$475,32	130,73	344,59	15035,54
24	\$475,32	127,80	347,52	14688,02
<b>Total</b>		<b>1721,61</b>	<b>3982,25</b>	<b>198560,24</b>
25	\$475,32	124,85	350,47	14337,55
26	\$475,32	121,87	353,45	13984,10
27	\$475,32	118,86	356,46	13627,64
28	\$475,32	115,83	359,49	13268,15

29	\$475,32	112,78	362,54	12905,61
30	\$475,32	109,70	365,62	12539,99
31	\$475,32	106,59	368,73	12171,26
32	\$475,32	103,46	371,87	11799,39
33	\$475,32	100,29	375,03	11424,36
34	\$475,32	97,11	378,21	11046,15
35	\$475,32	93,89	381,43	10664,72
36	\$475,32	90,65	384,67	10280,05
<b>Total</b>		<b>1295,88</b>	<b>4407,98</b>	<b>148048,98</b>
37	\$475,32	87,38	387,94	9892,11
38	\$475,32	84,08	391,24	9500,87
39	\$475,32	80,76	394,56	9106,30
40	\$475,32	77,40	397,92	8708,39
41	\$475,32	74,02	401,30	8307,09
42	\$475,32	70,61	404,71	7902,37
43	\$475,32	67,17	408,15	7494,22
44	\$475,32	63,70	411,62	7082,60
45	\$475,32	60,20	415,12	6667,48
46	\$475,32	56,67	418,65	6248,84
47	\$475,32	53,12	422,21	5826,63
48	\$475,32	49,53	425,80	5400,83
<b>Total</b>		<b>824,64</b>	<b>4879,22</b>	<b>92137,74</b>
49	\$475,32	45,91	429,41	4971,42
50	\$475,32	42,26	433,06	4538,35
51	\$475,32	38,58	436,75	4101,61
52	\$475,32	34,86	440,46	3661,15
53	\$475,32	31,12	444,20	3216,95
54	\$475,32	27,34	447,98	2768,97
55	\$475,32	23,54	451,79	2317,19
56	\$475,32	19,70	455,63	1861,56
57	\$475,32	15,82	459,50	1402,06
58	\$475,32	11,92	463,40	938,66
59	\$475,32	7,98	467,34	471,32
60	\$475,32	4,01	471,32	0,00
<b>Total</b>		<b>303,03</b>	<b>5400,83</b>	<b>30249,24</b>

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

### Tabla N° 70

#### Resumen de obligaciones crediticias

Descripción	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Interés	2106,22	1721,61	1295,88	824,64	303,03
Capital	3597,64	3982,25	4407,98	4879,22	5400,83
Total	5703,86	5703,86	5703,86	5703,86	5703,86

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015



### 5.7.5 Gastos de diferimiento

**Tabla N° 71**

**Gastos de diferimiento**

Detalle	Valor	V Util	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Patente Municipal	40	5	8	8	8	8	8
Permiso de Bomberos	17	5	3,4	3,4	3,4	3,4	3,4
Garantía del local	300	5	60	60	60	60	60
Gastos de Investigación	100	5	20	20	20	20	20
Permiso Sanitario	50	5	10	10	10	10	10
<b>Total</b>	<b>507,00</b>		<b>101,40</b>	<b>101,40</b>	<b>101,40</b>	<b>101,40</b>	<b>101,40</b>

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

### 5.8. Estados financieros

#### 5.8.1. Estado de situación financiera

**Tabla N° 72**

**Estado de situación financiera**

Meme C&P Cía. Ltda.	
AÑO 0	
<b>Activo</b>	
Activos corrientes	25.190,30
Capital de Trabajo	10.190,30
Mercadería	15.000,00
Activos fijos	5.821,00
Muebles y enseres	2.314,00
Equipo de cómputo	1.585,00
Equipo de oficina	622,00
Equipo de seguridad	300,00
Instalaciones	1.000,00
Activo intangible	800,00
Software contable	800,00
<b>Total activos</b>	\$ 31.811,30
<b>Pasivos</b>	
Préstamo bancario largo plazo	22267,91
<b>Total pasivos</b>	22267,91
<b>Patrimonio</b>	
Inversión Propia	9543,39
<b>Total Patrimonio</b>	9543,39
<b>Total Pasivo + Patrimonio</b>	\$ 31.811,30

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

### 5.8.2. Balance de resultados proyectado

Los resultados contables se muestran a continuación.

**Tabla N° 73**

**Balance de resultados proyectados**

Estado de Resultados Proyectado					
Descripción	Meme C&P Cía. Ltda.				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Proyectados	93.360,00	96.786,31	100.338,37	104.020,79	107.838,35
(-) Costos de Adquisición	29.968,56	31.068,41	32.208,62	33.390,67	34.616,11
Utilidad Bruta en Ventas	63.391,44	65.717,91	68.129,75	70.630,11	73.222,24
Gastos Administrativos	18.506,39	19.267,00	20.058,88	20.883,30	21.741,60
Gastos Ventas	10.179,34	10.552,92	10.940,21	11.341,72	11.757,96
Gastos de Importación	4.000,00	4.146,80	4.298,99	4.456,76	4.620,32
Gastos Generales	8.916,00	9.243,22	9.582,44	9.934,12	10.298,70
Gasto Financiero	2106,22	1721,61	1295,88	824,64	303,03
Gasto Amortización	101,40	101,40	101,40	101,40	101,40
(-)Depreciación Activo fijo	6.499,14	6.499,14	6.499,14	6.499,14	6.499,14
Utilidad antes de Impuestos	13.082,95	14.185,81	15.352,81	16.589,03	17.900,09
Participación trabajadores	1.962,44	2.127,87	2.302,92	2.482,36	2.685,01
Base Imponible	11.120,51	12.057,94	13.049,89	14.100,68	15.215,07
Impuesto a la Renta	2.446,51	2.652,75	2.870,97	3.102,15	3.347,32
Utilidad del Ejercicio	8.673,99	9.405,19	10.178,91	10.998,53	11.867,76
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Rentabilidad Bruta	68%	68%	68%	68%	68%
Utilidad Bruta / Ventas Netas					
Rentabilidad Operacional	14%	15%	15%	16%	17%
Utilidad Operacional / Ventas Netas					
Rentabilidad Neta	9%	10%	10%	11%	11%
Utilidad Neta / Ventas Netas					

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

### 5.8.3. Flujo de caja proyectada

**Tabla N° 74**

**Flujo de caja proyectado**

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	31811,30					
Préstamo	22267,91					
Utilidad Neta Proyectada		8673,99	9405,19	10178,91	10998,53	11867,76
(+) Depreciaciones		6499,14	6499,14	6499,14	6499,14	6499,14
Total Ingresos		15173,13	15904,33	16678,05	17497,67	18366,90
Egresos						
Pago del Capital		3597,64	3982,25	4407,98	4879,22	5400,83
Total Egresos		3597,64	3982,25	4407,98	4879,22	5400,83
Flujo Neto de Caja	9543,39	11575,50	11922,09	12270,08	12618,45	12966,06

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

### 5.9. Evaluadores financieros.

La rentabilidad de un proyecto se puede medir de algunas formas, para ello es necesario conocer el valor actual neto, la tasa interna de retorno, la relación costo beneficio, el punto de equilibrio y el tiempo de recuperación de la inversión.

#### 5.9.1. Valor Actual Neto (VAN)

**Tabla N° 75**

**(VAN) Valor actual neto**

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos de caja	(31.811,30)	11575,50	11922,09	12270,08	12618,45	12966,06
Flujos actualizados		10112,25	9098,48	8180,36	7349,19	6597,05
Período		1	2	3	4	5
Total VAN	9526,03					

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

El Valor Actual Neto permite conocer el dinero que se va a percibir si al final del quinto año se liquida totalmente el proyecto de inversión, en este caso arrojo un resultado positivo

,por lo tanto maximizará la inversión en USB 9526,03 y tendrá una rentabilidad mayor al 14,47 % por ,lo tanto el proyecto es variable.

### 5.9.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

**Tabla N° 76**

**(TIR) Tasa interna de retorno**

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de caja	(31.811,30)	11.575, 50	11.922,09	12.270,08	12.618,45	12.966,06
TIR	26%					

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

La TIR demuestra que el VAN se iguala a 0 a una tasa del 26% positiva en los años de vigencia del proyecto ,se avala la ejecución del proyecto e incentiva a los inversores a mantener su dinero en el proyecto al ser superior a la tasa de costo capital y el costo de oportunidad.

### 5.9.3. Periodo de recuperación de la inversión

**Tabla N° 77**

**Período de recuperación de la inversión**

Descripción	Año 1	Año 2	Año3	Año 4	Año 5
Flujos Netos	11575,50	11.922,09	12.270,08	12.618,45	12.966,06
Valor Actual	10.112,25	9.098,48	8.180,36	7.349,19	6.597,05
Recuperación	10.112,25	19.210,73	27.391,09	34.740,28	41.337,33
			4.420.21		

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

Con una inversión: 31.811,30, falta recuperar: 4420,21y se recupera en 3 años y 7 meses.

### 5.9.4. Costo beneficio

Como referencia para determinar el beneficio costo del proyecto se toma en cuenta las siguientes indicaciones.

**Tabla N° 78****Costo Beneficio**

Detalle	
	$\Sigma$ FN Actualizados de la inversión
Relación costo beneficio	41.337,33
Relación costo beneficio	(31.811,30)
Relación costo beneficio	<b>(1,30)</b>

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

El Índice de rentabilidad es mayor que uno. Entonces el proyecto si es aceptable. Por cada dólar invertido se recupera USB 1,30.

**5.9.5. Punto de equilibrio**

Se considera el punto de equilibrio como una herramienta para completar estos evaluadores financieros. El punto de equilibrio muestra el estado del proyecto año I que no se gana ni se pierde es decir donde se recupera la inversión de los socios.

**Tabla N° 79****Punto de equilibrio**

Detalle	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ventas	93.360,00	96.786,31	100.338,37	104.020,79	107.838,35
<b>GASTOS FIJOS</b>					
Gasto Adm	18.506,39	19.267,00	20.058,88	20.883,30	21.741,60
Gasto de Ventas	10.179,34	10.552,92	10.940,21	11.341,72	11.757,96
Gastos de Importa	4.000,00	4.146,80	4.298,99	4.456,76	4.620,32
Gasto Generales	8.916,00	9.243,22	9.582,44	9.934,12	10.298,70
Gasto Financiero	2.106,22	1.721,61	1.295,88	824,64	303,03
Gasto Amortiza	101,40	101,40	101,40	101,40	101,40
Gasto Deprecia	6.499,14	6.499,14	6.499,14	6.499,14	6.499,14
<b>TOTAL G.F</b>	<b>50.308,49</b>	<b>51.532,09</b>	<b>52.776,95</b>	<b>54.041,08</b>	<b>55.322,15</b>
Costo Ventas	29.968,56	31.068,41	32.208,62	33.390,67	34.616,11
<b>TOTAL</b>	<b>29.968,56</b>	<b>31.068,41</b>	<b>32.208,62</b>	<b>33.390,67</b>	<b>34.616,11</b>
<b>TOTALES</b>	<b>80.277,05</b>	<b>82.600,50</b>	<b>84.985,56</b>	<b>87.431,75</b>	<b>89.938,26</b>
<b>Punto de Equilibrio</b>	<b>74.092,04</b>	<b>75.894,10</b>	<b>77.727,46</b>	<b>79.589,22</b>	<b>81.475,92</b>

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

### 5.9.6. Resumen de evaluación financiera

*Tabla N° 80*

***Resumen de evaluación financiera***

Evaluador	Valor
VAN	9.526,03
TIR	26%
Punto de Equilibrio	74.092,04
Beneficio Costo	1,30
Recuperación	3 años y 7 meses

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

### 5.10. Conclusiones

La realización de estos análisis es una herramienta valiosa para las operaciones de la empresa, también es un aliado efectivo para las decisiones de la gerencia. Los estados financieros tienen fundamental importancia, debido a que nos dará la capacidad de tomar importantes decisiones de control y planeación, entre otras.

El presente proyecto es factible ya que el TIR del 26% y el VAN 9.526,03 son económicamente rentables para los inversores y analizando el costo beneficio se obtendrá una ganancia razonable además la inversión será recuperada en 3 años siete meses.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL**

La organización de la empresa tiene relación con el análisis de la parte administrativa y legal que se requiere para dar inicio a las actividades para esto se efectuará una observación tanto en la parte interna como la parte externa de la organización, así tenemos la misión, visión, estructura orgánica, los requisitos de funcionamiento que se necesita para este tipo de empresa.

Una estructura administrativa debe estar diseñada de manera que perfeccione el rendimiento de todos los recursos, así se determinan las actividades que deben ser asignadas a cada miembro de la organización, con esto se excluyen las dificultades que ocasiona el desconocimiento en la asignación de responsabilidades al conseguir un sistema de comunicación y de toma de decisiones que muestra e influye en los objetivos a cumplir por parte de la microempresa.

#### **6.1. La empresa**

Tomando en cuenta el trabajo de campo determinamos que es importante la puesta en marcha del presente proyecto que aparece por la necesidad de importación y comercialización de las medias medicinales de compresión para damas y caballeros en Ibarra, ciudad que presenta un número significativo en cuanto a la demanda insatisfecha de este producto, la misma que permite la creación de empresas que consigan de cierta forma satisfacerla.

Actualmente la gran mayoría de personas a partir de los 35 años sufren molestias en las piernas y lo que se pretende con este negocio es contribuir a mejorar el estilo de vida de los ciudadanos con el objetivo de que puedan adquirir fácilmente el producto a un bajo costo.

### **6.1.1. Beneficiarios**

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, los beneficiarios del proyecto son aquellas personas que tienen problemas de circulación sanguínea, también se encuentran los socios y trabajadores de la microempresa los que podrán acceder a fuentes de empleo con todos los beneficios de ley.

### **6.1.2. Tipo de empresa**

Considerando los dos socios del proyecto y el capital aportado, el tipo de empresa será de COMPAÑIA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, de acuerdo a la Ley de Compañías de nuestro país, definida como “Es la que se contrae con un mínimo de dos personas, y pudiendo tener como máximo un numero de quince”. En ésta especie de compañías sus socios responden únicamente por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, y hacen el comercio bajo su razón social o nombre de la empresa.

## **6.2. Estructura estratégica**

### **6.2.1. Nombre o razón social**

La empresa en formación se llamará “MEME C&P Cia.Ltda” se le ha dado este nombre ya que está relacionado con la actividad a la que se va a dedicar la empresa es decir Medias Medicinales de Compresión, asimismo el logotipo representa el sonido que emite la oveja, seguido por los apellidos de las socias principales Cadena & Pozo completado con la personería jurídica de la empresa que es Compañía Limitada en sus siglas Cía. Ltda.



## 1. Logotipo

*Gráfico N° 34*

*Logotipo de la empresa*



Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

### 6.2.2. Misión

MEME C&P Cía. Ltda. Es una organización de carácter privado, que tiene como misión fundamental ofrecer medias medicinales de compresión de la mejor calidad a la ciudad de Ibarra, a un bajo precio a través de la importación y comercialización de las mismas.

### 6.2.3. Visión

Dentro de 5 años MEME C&P Cía. Ltda., pretende posicionarse como una organización líder en la región norte del país con presencia local y con proyección de expansión a nivel nacional, marcando la diferencia a través de la calidad y garantía de sus productos.

#### 6.2.4. Matriz de objetivos, estrategias y políticas MEME C&P Cía. Ltda.

*Tabla N° 81*

*Matriz de objetivos, estrategias y políticas MEME C&P Cía. Ltda.*

N°	Objetivos	Estrategias	Políticas
1	Fomentar e incentivar en los trabajadores a que exista buena atención al cliente.	Realizar cursos de capacitación para mejorar la capacidad de los trabajadores.	Realizar el trabajo con excelencia, manteniendo un comportamiento ético, en cada uno de los procesos, tales como la importación y comercialización.
2	Captar cada año un número representativo de clientes para que la marca sea reconocida a nivel local y nacional	Contar con publicidad extra y mediante la cual el producto penetre en el mercado.	Alcanzar una rentabilidad igual o superior a nuestro costo de capital. Elaborar una sesión mensual documentada de trabajo de cada unidad, a fin de coordinar, evaluar planes y programas; definir prioridades y plantear soluciones.
3	Crear un ambiente de trabajo adecuado y especializado con los empleados	Capacitación para efectuar el trabajo en equipo, talleres de liderazgo y toma de decisiones.	Examinar procesos apropiados de importación, aumentar el nivel de confianza de los clientes manejando herramientas adecuadas para conseguir competir en el mercado con un precio asequible y la calidad del producto.
4	Adquirir nuevos productos con variedad de colores, modelos para todos los gustos	Ejecutar una investigación de las diferentes fábricas, distribuidores; así de esta manera buscando nuevos nichos de mercado.	Salarios justos, horarios de trabajo razonable y horas extras remuneradas de acuerdo con la respectiva legislación.

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

#### 6.2.5. Principios

- La empresa considera a sus trabajadores como su principal capital humano y como tal se le ofrecerá un ambiente organizacional en el cual tendrá salud y bienestar, remuneraciones

justas y acorde con su desempeño, seguridad, comunicación amplia y oportunidad, estabilidad laboral, confianza y solidaridad

- Respetará las creencias religiosas y políticas así como la opinión personal de cada uno de sus trabajadores como de sus clientes externos.
- La cuestión organizacional contará con una estructura que promueva el trabajo en equipo, los empleados deben estar dispuestos a colaborar con sus compañeros; es decir que los empleados sean multifuncionales.
- Proporcionan a sus trabajadores las herramientas y materiales de trabajo adecuado y necesario para el cumplimiento de cada una de sus funciones a realizar.
- La empresa buscará un mejoramiento continuo, basándose en la calidad del producto y en el servicio adicional que se le brinda al cliente.

#### 6.2.6. Valores

- **Honestidad y Transparencia:** Fomentar la integridad del talento humano, mismo que actúa con ética, honestidad y transparencia en cada uno de sus actos para con la sociedad, clientes.
- **Compromiso:** Estar consciente de la obligación contraída al aceptar el cargo no solo con la empresa si no con la sociedad.
- **Discreción:** Jamás divulgar información confidencial de clientes, socios, empleados y empresa.
- **Responsabilidad:** Cumplir las labores con exactitud.
- **Trabajo en equipo:** Es la principal herramienta de nuestra organización para alcanzar los objetivos propuestos en atención al cliente.
- **Puntualidad:** Respetar los horarios de trabajo establecidos por la empresa.

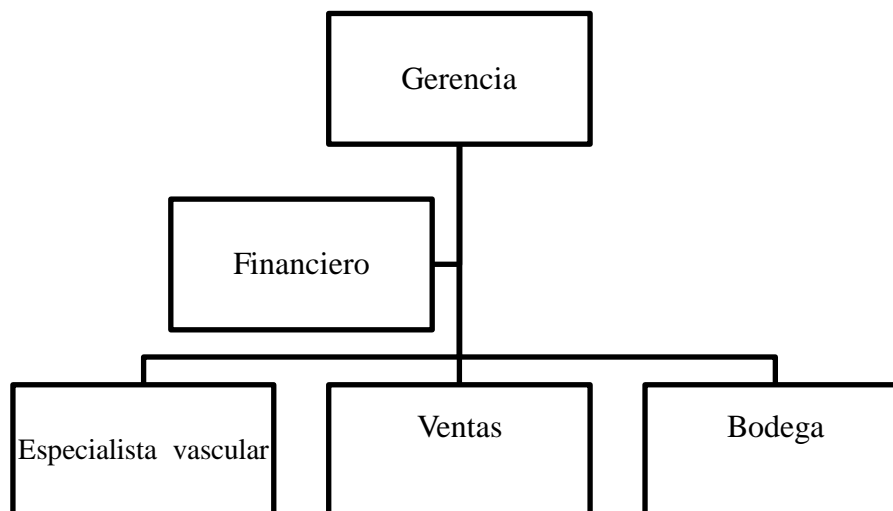
- **Responsabilidad social:** Inculcar a nuestros trabajadores a tener un pensamiento eco amigable dentro y fuera de la empresa.
- **Servicio de Excelencia:** Cumplir con la demanda de nuestros clientes y satisfaciendo al máximo.

### 6.3. Estructura organizativa

#### 6.3.1. Organigrama estructural

*Gráfico N° 35*

*Organigrama estructural*

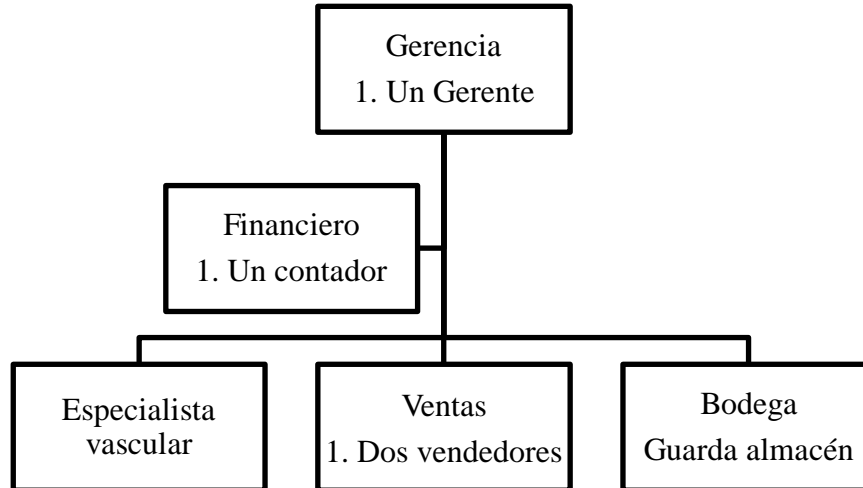


Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

### 6.3.2. Organigrama posicional

*Gráfico N° 36*

*Organigrama posicional*



Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

### 6.3.3. Niveles administrativos

#### Nivel Ejecutivo

Este nivel está organizado por el gerente, siendo sus funciones la de administrar, controlar y evaluar las actividades de la organización, descifra planes, programas de alto nivel y los transmite a los departamentos de inferior jerarquía para su cumplimiento.

Este nivel se orienta a lograr el desempeño de la organización dirigiéndose con eficiencia y eficacia para cubrir las necesidades de las personas.

#### Nivel de Apoyo

Este nivel es el responsable de la eficaz administración de los recursos humanos, materiales, financieros; este nivel constituye el departamento financiero donde encontramos al contador y el departamento de ventas donde encontramos a los vendedores.

## **Nivel Operativo**

Este nivel está compuesto por el talento humano que está a cargo de ejecutar o forman parte del servicio adicional que ofrece la empresa en la venta del producto, así tenemos: El jefe de bodega y el especialista vascular.

### **6.3.4. Manual de funciones de la empresa**

Se detalla la descripción de perfiles y funciones, encomendado para el personal administrativo que colaborará en la empresa “MEME C&P Cía. Ltda.”

La junta general de socios es el compromiso estratégico de la empresa, define su base filosófica:

Descripción de funciones:

- Elección del representante legal
- Aporte de capital inicial
- Planificación estratégica
- Fijación de objetivos estratégicos
- Aprobación de inversión o reinversión
- Aprobación de informe sobre gestión empresarial
- Control de resultados

#### 6.4. Identificación de puestos y funciones empresa MEME C&P Cía. Ltda.

**Tabla N° 82**

**Identificación de puestos (Matriz de competencias) Gerente**

### GERENTE

Descripción del cargo	Funciones	Perfil	Competencias	Requisitos
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Planea, ejecuta y dirige la gestión administrativa y operativa de la microempresa.</li> <li>▪ Desarrolla estrategias de ventas anuales y las proyecciones de la organización.</li> <li>▪ Se encarga del control administrativo y disciplinario del personal y coordinar toda la actividad de comercialización del producto en la microempresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Representante legal de la empresa en todos los actos judiciales y extrajudiciales.</li> <li>▪ Conoce la situación financiera de la empresa y aprobar el informe anual.</li> <li>▪ Manejo efectivo de los recursos de la empresa.</li> <li>▪ Establecer relaciones comerciales.</li> <li>▪ Contratación del personal y fija sus remuneraciones.</li> <li>▪ Contratación de servicios.</li> <li>▪ Aprobación de presupuestos.</li> <li>▪ Supervisión de las funciones de cada uno de los trabajadores.</li> <li>▪ Gestión de la adquisición de activos previa la aprobación de la junta general.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liderazgo</li> <li>▪ Iniciativa</li> <li>▪ Trabajo a presión</li> <li>▪ Excelente manejo de relaciones interpersonales.</li> <li>▪ Estabilidad emocional.</li> <li>▪ Trabajo en equipo</li> <li>▪ Capacidad para negociar</li> <li>▪ Valores éticos y morales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Creatividad.</li> <li>▪ Toma de decisiones.</li> <li>▪ Trabajo en equipo.</li> <li>▪ Capacidad para liderar.</li> <li>▪ Ética profesional.</li> <li>▪ Manejo de paquetes informáticos</li> <li>▪ Habilidad para negociar</li> <li>▪ Responsabilidad</li> <li>▪ Honestidad</li> <li>▪ Puntualidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Instrucción formal: Título de tercer nivel Ingeniero comercial o administración de empresas o carreras afines.</li> <li>▪ Disponibilidad: tiempo completo.</li> <li>▪ Experiencia: Mínima de 3 años en cargos similares.</li> <li>▪ Edad: 30 a 45 años.</li> </ul>

Tabla N° 83

**Identificación de puestos (Matriz de competencias) Contador (a)**

<b>CONTADOR (A)</b>				
Descripción del cargo	Funciones	Perfil	Competencias	Requisitos
<p>Dirige el proceso contable de la microempresa, de tal forma que se cuente con información veraz y confiable.</p> <p>Es la persona encargada de la elaboración y análisis de los estados financieros básicos y ajustes corrientes.</p> <p>Responde por la elaboración y análisis de los estudios de costos de la empresa.</p>	<p>Representante en obligaciones tributarias correspondientes al giro del negocio.</p> <p>Presenta y elabora estados financieros exigidos por el SRI.</p> <p>Se encarga de planificar las actividades contables y de administración.</p> <p>Mantiene en reserva la información del negocio.</p> <p>Coordina y controla todas las operaciones contables.</p> <p>Elaboración de informes sobre pago de sueldos y salarios.</p> <p>Elaboración de formularios de pagos de seguridad social.</p> <p>Control de clientes, proveedores, cuentas bancarias.</p> <p>Control de asistencia del personal.</p> <p>Realiza el registro de los movimientos contables en forma clara y transparente.</p> <p>Revisa y legaliza facturas, roles de pago y demás documentos que requieran un registro contable.</p>	<p>Sólidos conocimientos de contabilidad.</p> <p>Manejo de contabilidad.</p> <p>Conocimientos de leyes tributarias.</p> <p>Manejo de Microsoft Office.</p> <p>Buenas relaciones interpersonales.</p> <p>Trabajo bajo presión.</p> <p>Disciplina laboral.</p> <p>Estabilidad emocional.</p> <p>Conocimiento en las NIIF.</p> <p>Conocimientos en facturación electrónica.</p>	<p>Ética profesional.</p> <p>Organización.</p> <p>Confidencialidad</p> <p>Pensamiento analítico.</p> <p>Trabajo en equipo.</p> <p>Destreza matemática.</p> <p>Manejo de paquetes informáticos.</p> <p>Capacidad de trabajar a presión.</p> <p>Actitudes numéricas.</p>	<p>Instrucción formal: Título de tercer nivel en Contabilidad Superior y Auditoría CPA.</p> <p>Experiencia: Mínima de 2 años en cargos similares.</p> <p>Edad: 25 a 35 años.</p>



Tabla N° 84

**Identificación de puestos (Matriz de competencias) Vendedor (a)**

<b>VENDEDOR (A)</b>				
Descripción del cargo	Funciones	Perfil	Competencias	Requisitos
Planifica las campañas publicitarias. Diseña la estrategia de marketing del producto. Establece relaciones duraderas con los clientes. Busca la satisfacción del cliente Atiende prontamente a las solicitudes del cliente y cumplirlas de manera oportuna.	Propone un plan de promoción y publicidad para a llamar la atención de los clientes Determina los canales de comercialización del producto. Comunica periódicamente sobre las ventas, cobro y novedades de los clientes. Cumple con los objetivos de venta propuestos y llevar un adecuado control .de ventas contado –crédito. Realiza un control de productos defectuosos. Maneja la cartera de clientes.	Entusiasmo Calidad en servicio al cliente. Entrega. Superación. Perseverancia Creatividad Proactivo	Responsable Honradez Calidez Ética profesional Emprendimiento	Instrucción formal. Estudios universitarios en carreras administrativas o afines a ingeniero comercial. Experiencia mínimo 1 año de experiencia en ventas de productos nuevos Edad de 20 a 30años.

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

Tabla N° 85

**Identificación de puestos (Matriz de competencias) Jefe de bodega**

<b>JEFE DE BODEGA</b>				
Descripción del cargo	Funciones	Perfil	Competencias	Requisitos
<p>Tiene control total de todas las actividades, responsable del control de calidad del producto que se encuentra almacenado en la bodega.</p> <p>Sabe las existencias en bodega de cada uno de los productos a su cargo y en que sitio exacto dentro de la bodega se encuentra.</p> <p>Debe velar que el local cumpla y reúna las condiciones óptimas de almacenamiento.</p> <p>Lleva un control preciso de entradas y salidas de los productos, de quién los recibe (proveedores) y a quien se los entrega (clientes).</p> <p>Verificar que estos documentos sean firmados por el responsable del recibo y/o despacho.</p>	<p>Revisar el adecuado almacenamiento del producto en bodega.</p> <p>Verificar la rotación adecuada del producto por fecha de antigüedad.</p> <p>Comunicar periódicamente sobre el stock del producto.</p> <p>Llevar un adecuado control de kardex de forma permanente sobre inventarios del producto.</p> <p>Entrega periódicamente el informe de la entrada y salida de las medias.</p> <p>Detectar deficiencias encontradas en el empaque del producto importado e informar inmediatamente.</p>	<p>Buenas relaciones interpersonales.</p> <p>Trabajo bajo presión.</p> <p>Diligencia</p> <p>Creatividad</p> <p>Responsable</p> <p>Hábil para realizar inventarios, kardex.</p>	<p>Ética profesional.</p> <p>Organización.</p> <p>Confidencialidad</p> <p>pensamiento analítico.</p> <p>Trabajo en equipo.</p>	<p>Instrucción formal: Bachiller</p> <p>Experiencia: Mínima de 1 años en cargos similares.</p> <p>Edad: 20 a 35 años.</p>

Tabla N° 86

**Identificación de puestos (Matriz de competencias) Especialista****ESPECIALISTA**

Descripción del cargo	Funciones	Perfil	Competencias	Requisitos
Debe tener un amplio conocimiento de la patología vascular que le permita el diagnóstico acertado y un juicio clínico sobre su evolución y gravedad para que cuya indicación venga determinada por la patología al momento de diagnosticar el nivel correcto de compresión.	Responsable del recetar a los clientes. Seguimiento y evaluación de los clientes. Retroalimentación al administrador sobre las nuevas tendencias sobre el mercado. Evaluar pacientes antes de la compra. Mantener un seguimiento a los clientes.	Constante actualización en el tema. Buenas relaciones interpersonales. Diligencia. Detecte y analice problemas de circulación en las piernas. Iniciativa.	Conocimientos técnicos acordes a su cargo Habilidad comunicativa Paciencia Responsabilidad Visión de conjunto Puntualidad	Título profesional universitario (Reconocido por el Ministerio de Salud). Experiencia: Mínima de 1 años en cargos similares. Edad: 20 a 35 años.

## **6.5. Aspectos legales de constitución**

La empresa para su legal constitución se requiere los siguientes trámites de funcionamiento y se los detalla a continuación:

### **6.5.1. Minuta de constitución**

Mediante un escrito redactado por un abogado se establece el pacto social de la organización, el mismo que incluye los siguientes procedimientos y requisitos.

- Redacción de estatutos
- Designación del representante legal
- Duración de los cargos del representante legal y sus dependencias.
- Delimitación de funciones

### **6.5.2. Escritura pública**

Mediante la escritura elaborada por el notario se registra la minuta de constitución con sus respectivos estatutos. Los mismos que registrarán los procedimientos administrativos financieros y de comercialización.

### **6.5.3. Inscripción en el registro**

El notario, luego de que la escritura pública ha sido suscrita por los accionistas, elabora los registros respectivos para su debida inscripción.

### **6.5.4. Registro único de contribuyentes (RUC)**

El RUC, es el número de identificación personal e intransferible de todas aquellas personas naturales y jurídicas, que realicen actividades económicas.

Para el legal funcionamiento de la empresa, está debe obtener el Registro Único de Contribuyentes emitido por el Servicio de Rentas Internas. El plazo para inscribir es de 30 días contados a partir del inicio de las actividades económicas. Los requisitos indispensables para obtener el RUC, son los siguientes:

- Copia original de la cédula del representante legal.
- Copia original del certificado de votación del representante legal.
- Certificado o nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Copia de un documento que certifique la dirección del establecimiento donde se desarrollará la actividad comercial, puede ser un comprobante de luz, agua, teléfono.
- Copia de la escritura pública de constitución inscrita en el registro mercantil.
- Original y copia del contrato de arrendamiento.

#### **6.5.5. Permiso municipal (Patente Municipal)**

El permiso municipal es obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual. Esta se la debe obtener dentro de los treinta días siguientes al día final del mes en que se inician las actividades y durante enero de cada año, se transmitirá en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Ibarra y los requisitos son los siguientes:

- Copia del RUC, copias de cédula y papeleta de votación del representante legal.
- Certificado o nombramiento del representante legal.
- Original y copia de la escritura pública.
- Original y copia de la resolución de la Superintendencia de Compañías
- Declaración juramentada del inicio de la actividad económica empresarial
- Pago del impuesto predial donde se ubica la actividad productiva
- Formulario de declaración del impuesto de patentes.

- Formulario para categorización (Según el tipo de lugar donde está ubicado)

#### **6.5.6. Permiso sanitario**

Los requisitos para obtener el permiso de funcionamiento sanitario son los siguientes:

1. Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario
2. Copia del registro único de contribuyentes (RUC)
3. Copia de cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
4. Documentos que acrediten la personería jurídica cuando corresponda.
5. Plano del establecimiento a escala 1:50.
6. Croquis de ubicación del establecimiento.
7. Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos
8. Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública, el trámite tiene un costo de USD 8,00.

#### **6.5.7. Código patronal**

El número patronal es otorgado por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).

Los requisitos son los siguientes:

- Contratos de trabajo inscritos en la Inspección de Trabajo.
- Cédula de identidad del representante de la empresa.
- Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Una vez obtenido el número patronal se debe proceder a afiliar a cada uno de los trabajadores.

### **6.5.8. Registro y permiso de importar**

- Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Adquirir el certificado digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades: Banco Central del Ecuador ([www.eci.bce/web/guest/](http://www.eci.bce/web/guest/))

Registrarse en el sistema Ecuapass con los siguientes pasos

1. Actualizar la base de datos
2. Crear usuario y contraseña
3. Aceptar políticas de uso
4. Registrar firma electrónica

### **6.5.9. Permiso de bomberos**

- Copia del permiso de funcionamiento del año anterior del Cuerpo de Bomberos.
- Copia de la factura de recarga o compra de los extintores actualizada.
- Copia del RUC.
- Copia de la papeleta de votación del representante legal actualizada.
- Copia del plan de emergencia y evacuación de la empresa o similar.

## **6.6. Control interno**

### **6.6.1. Manejo de recursos humanos**

- Confiabilidad de la información
- Eficiencia y eficacia de las operaciones
- Cumplimiento de las leyes, reglamentos, políticas establecidas dentro y fuera de la organización.

- Control de los recursos de todo tipo, a disposición de la entidad.
- Elaborar y mantener datos financieros fiables y presentarlos correctamente en informes oportunos.
- Planeación, planes de trabajo anual, mensual e individual.
- Control de asistencia
- Segregación de funciones de acuerdo a las capacidades laborales de los empleados.

### **6.6.2. Manejo de inventarios**

- Órdenes de ingreso y salida de la mercadería.
- Fichas de entrada y salida con la hora.
- Custodia física adecuada de los inventarios
- Utilización de kardex
- Control y supervisión con el jefe de bodega.
- Comparación periódica de la suma de los auxiliares contra el saldo de la cuenta de mayor correspondiente.
- Comprobación interna, independiente de la corrección de los inventarios periódicos y finales.
- Fijación de niveles máximos y mínimos para el control de existencias

### **6.6.3. Manejo del efectivo**

- Arqueos sorpresivos de los fondos en poder de cajeros.
- Constataciones físicas de dinero
- Conciliaciones bancarias
- Formulación y ajuste de las partidas de conciliación
- Comprobante de egreso de efectivo



#### **6.6.4. Manejo de la documentación presentada**

- Correcto archivo de documentos como: facturas, depósitos, notas de crédito, notas de débito, comprobantes de ingreso y egreso, comprobantes de liquidación.
- Salvaguardar los documentos cronológicamente.
- El buen manejo de la documentación a cargo de la persona responsable.

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS

Son aquellos efectos positivos o negativos y posibles consecuencias que pueden presentarse cuando se implemente el proyecto, por lo tanto es importante analizar sus efectos cualificando y cuantificando, a su vez eso permitirá establecer las posibles bondades o defectos que tiene el proyecto. Para su interpretación se utilizará una matriz, que considera los respectivos indicadores con un valor de nivel asignado para cada uno de ellos, evalúa y realiza los cálculos respectivos, con escalas de puntuación para luego efectuar el análisis de los diferentes impactos. En la matriz se señala una valoración de -3 a 3 que se califica de acuerdo a los siguientes criterios: Conocer cuáles son los efectos que desarrolla con la creación de la microempresa y para mejor análisis se ha considerado tener en cuenta lo siguiente:

#### 7.1. Índice de evaluación

En la matriz se señala una valoración de -3 a 3 que se califica de acuerdo a los siguientes criterios:

**Tabla N° 87**

#### **Índice de evaluación**

<b>Escala</b>	<b>Indicadores</b>
3	Impacto alto positivo
2	Impacto medio positivo
1	Impacto bajo positivo
0	No hay impacto
-1	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-3	Impacto bajo negativo

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria Total}}{\text{Número de indicadores}}$$

Se han analizado para el presente proyecto los siguientes impactos:

## 7.2. Impacto económico

**Tabla N° 88**

**Matriz de impacto económico**

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
Incremento de actividades económicas							x
Fomentar el emprendimiento							x
Generar plazas de empleo						x	
Estabilidad laboral							x
Total						2	9

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

$$\text{IE} = \frac{\sum}{\text{Número de indicadores}} = \frac{11}{4} = 2,75 = 3$$

El impacto del proyecto es alto positivo.

Análisis:

La generación de este proyecto brinda la oportunidad de generar nuevas plazas de empleo con todos los beneficios de ley, lo cual contribuye al mejoramiento de la economía del país. El nivel de ingresos que generará la ejecución del proyecto permitirá alcanzar una estabilidad económica de las personas directamente involucradas en la microempresa, Además el proyecto generará un impacto alto positivo, el mercado local se verá beneficiado con la presencia de un producto de calidad a un bajo costo.

### 7.3. Impacto social

**Tabla N° 89**

**Matriz de impacto social**

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
Bienestar comunitario						x	
Fomentar el emprendimiento							x
Mejor calidad de vida							x
Fomentar al desarrollo económico							x
Total						2	9

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

$$IS = \frac{\sum}{\text{Número de indicadores}} = \frac{11}{4} = 2,75 = 3$$

El impacto del proyecto es alto positivo.

Análisis:

El impacto social del proyecto es alto positivo el cual generará cambios en los involucrados directos como la comunidad donde se ubicará el negocio, los clientes tendrán un fácil acceso al producto. En cuanto a la relación social pensamos en la comodidad y seguridad de compra.

### 7.4. Impacto empresarial

**Tabla N° 90**

**Matriz de impacto empresarial**

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
Cumplimiento de leyes							x
Competencias						x	
Satisfacción de necesidades							x
Imagen corporativa						x	
Total						4	6

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

$$IE = \frac{\sum}{\text{Número de indicadores}} = \frac{10}{4} = 2,5 = 3$$

El impacto del proyecto es alto positivo.

### **Análisis:**

Al contar con un impacto empresarial alto positivo quiere decir que la organización estará bien definida, centrada en sus políticas, estrategias y en sus objetivos, aprovechando las oportunidades que nos brinda el mercado, al tratar de comercializar el producto en la región norte del país. En cuanto a la imagen corporativa se utilizará al máximo cada uno de los recursos; a través de una serie de técnicas para dar a conocer la empresa, acatando y respetando las respectivas leyes tributarias y de importación.

## **7.5. Impacto de salud**

### **Tabla N° 91**

#### **Matriz de impacto de salud**

<b>Indicadores</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Atención personalizada							x
Calidad del servicio							x
Salud correctiva y preventiva							x
<b>Total</b>							<b>9</b>

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

$$IS = \frac{\sum}{\text{Número de indicadores}} = \frac{9}{3} = 3$$

El impacto del proyecto es alto positivo.

Análisis:

Al contar con un impacto de salud alto positivo lo que se busca es brindar atención especializada en el área vascular es decir la circulación sanguínea de las piernas de los pacientes para que las personas mayores tengan confianza en el producto que se va a expender. También se trata de brindar una salud correctiva y preventiva es decir, por medio de la evaluación del médico especialista se le dará instrucciones para corregir la salud de las piernas.

## 7.6. Impacto educativo

**Tabla N° 92**

**Matriz de impacto educativo**

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
Investigación y conocimiento							x
Incentivo a la iniciativa privada							x
Aporte a la comunidad universitaria						x	
Total						2	6

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

$$IE = \frac{\sum}{\text{Número de indicadores}} = \frac{8}{3} = 2,66 = 3$$

El impacto del proyecto es alto positivo.

Análisis:

Al contar con un impacto de educación alto positivo se busca que la realización de este trabajo al ser donado a la biblioteca de la universidad técnica del norte sirva como fuente de investigación para la realización de futuros proyectos, siendo un tema desarrollado en la importación y comercialización, en donde se maneja bases teóricas, lo práctico, lo técnico, lo humano y la rentabilidad social y económica; contribuyendo al avance educativo de la sociedad.

Al momento en el que las personas se informen de este tipo de trabajos, incentivará a estudiantes o docentes a crear iniciativas privadas como esta.

### 7.7. Impacto general

Abarca todos los impactos para la realización de este proyecto, mediante el proceso de identificar el problema, obtener y proporcionar información útil y descriptiva sobre las metas y la planificación de los impactos del producto con el fin de servir de guía para la toma de decisiones.

**Tabla N° 93**

**Matriz de impacto general**

<b>Indicadores</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Impacto económico							x
Impacto social							x
Impacto empresarial							x
Impacto de salud							x
Impacto educativo							x
<b>Total</b>							<b>15</b>

Elaborado por: Las autoras  
Año: 2015

$$IE = \frac{\sum}{\text{Número de indicadores}} = \frac{15}{5} = 3$$

El impacto del proyecto alto positivo.

Análisis:

De acuerdo al análisis realizado se determina que su creación genera impactos altos positivos es decir, que el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa importadora y comercializadora de medias medicinales para damas y caballeros en la ciudad de Ibarra, traerá beneficios y contribuirá al crecimiento económico, por medio de la importación y comercialización de medias de compresión de calidad y a precios asequibles en la ciudad.

## CONCLUSIONES

De la investigación efectuada sobre la creación de una microempresa importadora y comercializadora de medias medicinales de compresión para damas y caballeros en la ciudad de Ibarra se concluye lo siguiente en base a todas las fases del proceso investigativo:

1. Como resultado del diagnóstico situacional y externo ejecutado en la presente investigación se puede establecer, una oportunidad debido a que existen pocos lugares donde se pueda comprar este producto, por tal motivo se propone la factibilidad para la creación de una importadora y comercializadora de medias de compresión.
2. Para la elaboración del Marco Teórico se ha tomado información bibliográfica esencial para el avance del proyecto, obteniendo datos importantes y relevantes que ayudaron a conocer más a fondo sobre los procesos de importación, comercialización de las medias medicinales de compresión, tomando en cuenta las leyes y reglamentos vigentes en el Ecuador.
3. Gracias a la encuesta realizada se concluye, que el mercado atractivo serán las personas que sufren de problemas de circulación sanguínea de 30 – 65 años en adelante ya sea por su actividad profesional o por que permanecen mucho tiempo en una sola posición, además los precios competitivos son muy altos esto confirma que el producto tiene una gran aceptación, lo que hace atractiva la propuesta planteada.
4. Del Estudio Técnico se determinó que la ciudad de Ibarra es un lugar estratégico para la implementación del proyecto, debido a su localización geográfica en la región norte del país sus vías de acceso de primer orden, y la matriz de factores ubica al proyecto en el barrio Teodoro Gómez, donde es un área comercial conocida por los habitantes.
5. El esquema de financiamiento está diseñado para que los socios aporten un 30% de la inversión y el mercado financiero formal el 70% restante, es decir la inversión total del



proyecto es de USD 31.811,30 , para recuperar la inversión en 3 años y 7 meses y generar un VAN y TIR realmente atractivos para los inversores.

6. La organización “MEME C&P” Medias Medicinales de Compresión Cadena & Pozo, se conformará como una empresa de responsabilidad limitada, de la estructura orgánica se ha determinado el recurso humano necesario para la puesta en marcha, así como también las competencias y perfiles de cada cargo a desempeñarse de manera óptima y eficiente en sus funciones.
7. En relación a los impactos se concluye que el proyecto es factible ya que no genera ningún perjuicio y su evaluación es alta positiva, además contribuye con el desarrollo socio económico de la ciudad de Ibarra.

## RECOMENDACIONES

1. Implementar un sistema de comunicación que nos permita vincular directamente con nuestros clientes para conocer sus dudas y quejas del producto.
2. Se sugiere actualizar constantemente la información bibliográfica disponible para lograr una mejor realización del proyecto.
3. El producto deberá responder a las exigencias del mercado manteniendo precios cómodos de forma que se garantice su posicionamiento y permanencia, esto como resultado de la interacción de la competencia, gustos y preferencias del consumidor.
4. Emplear y aprovechar los factores de localización, como facilidad del transporte e implementación de normas creadas por el Estado para el incremento de nuevos mercados y poder conseguir mayor cobertura en el ámbito de comercialización.
5. En el presente estudio financiero es recomendable buscar alianzas estratégicas financieras para evitar gastos en la inversión inicial lo que mejora la rentabilidad y utilidad. Organizar adecuadamente todo lo que tiene que ver con la documentación contable financiera y otros aspectos para la toma de decisiones. Además estar en constante actualización con respecto a las nuevas políticas, normas, leyes, reglamentos establecidas por el gobierno.
6. A pesar de que la microempresa es pequeña se recomienda que posea una organización adecuada, garantizando la existencia de una buena administración empresarial.
7. Ejecutar el presente proyecto, puesto que se determinó la factibilidad a lo largo de todas las fases del estudio.

**BIBLIOGRAFÍA**

Arboleda Vélez, G. (2009). *Contabilidad General*.

Baca Urbina, G. (2008). *Evaluación de proyectos*. México: MacGraw Hill.

Baca, G. (2010). *Evaluación de presupuestos*. México DF: Mac Graw Hill: Quinta edición.

Blades, P. J. (2009). *Contabilidad General*. Bogotá: Pearson.

Bravo Valdivieso, M. (2008). *Contabilidad General*. Quito: Escobar.

Caballero, I. P. (2009). *Comercio Internacional*. Quito: Escobar.

Cerda Gutierrez. (2007). *Como elaborar proyectos*. Quito-Ecuador: Magisterio.

Cisneros, C. (12 de Abril de 2015). *Varices en las piernas.org*. Obtenido de [varicesenlaspiernas.org/medias-de-compresion-para-varices-funcionan/](http://varicesenlaspiernas.org/medias-de-compresion-para-varices-funcionan/).

Córdova. (2011).

Dra. Soraya Rhea González. (2012). *Trabajo de Grado*. Ibarra Ecuador: Universidad Técnica del Norte Primera edición.

Ecuador, L. d. (2014). *Superintendencia de Compañías*. Quito, Ecuador: Registro Oficial N° 162.

Interno, L. d. (2015). *Reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno*. Quito Ecuador.

Miranda, J. (2010). *Comercio Internacional*.

Sarmiento, R. (2010). *Fundamentos teóricos*. Quito.

Seldon, A. (2008). *Diccionario de economía*. Barcelona: Publisher, French y European publications.

SRI. (2012). *Comprobantes de venta*. Obtenido de [www.sri.gob.ec/web/guest/home](http://www.sri.gob.ec/web/guest/home)

Zapata, P. (2011). *Contabilidad General McGraw - Hill*. Bogotá: 7ma edición .

Zapata, P. (2011). *Contabilidad General, McGraw-Hill*. Bogotá: 7ma edición.

**LINKOGRAFÍA**

(s.f.).

(s.f.). Obtenido de [www.atletas.info/para-que-sirven-las-medias-de-compresión](http://www.atletas.info/para-que-sirven-las-medias-de-compresión).

(s.f.). Obtenido de [www.infosalus.com/asistencia/noticia-utilizar-bien-medias-compresión](http://www.infosalus.com/asistencia/noticia-utilizar-bien-medias-compresión)

ACFI. (2015). *Audidores, Contadores y Consultores Financieros*. Obtenido de [www.audidoresycontadores.com/tributario/83-que-es-isd-impuesto-a-la-salida-de-divisas](http://www.audidoresycontadores.com/tributario/83-que-es-isd-impuesto-a-la-salida-de-divisas).

Almendariz Elizabeth y Jácome Walter. (Abril de 2013). Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bistream/123456789/1470/2/02-ICA-409%20TESIS.pdf>

Guaigua Elizabeth y Jácome Walter. (Diciembre de 2012). Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bistream/123456789/2533/1/02%20ICA%20440%20TESIS.pdf>.

Información de salud para usted. (2015). *MedlinePlus*. Obtenido de <https://www.nlm.nih.gov/medlineplus/spanish/ency/patientinstructions/000597.htm>.

Proecuador. (2010). *Requisitos para exportadores*. Obtenido de [www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms](http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms).

SRI. (2012). *Registro Único de Contribuyentes (RUC)*. Obtenido de [www.sri.gob.ec/web/guest/home](http://www.sri.gob.ec/web/guest/home).

# ANEXOS

## ANEXO 1



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

## ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**Instrucciones:** Marque con una X según corresponda.

La información que usted aquí provea es de carácter confidencial y será utilizada para fines académicos.

**Objetivo:** Determinar el nivel de aceptación del producto de las medias medicinales de compresión para damas y caballeros en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura.

Preguntas:

1.- ¿Usted tiene problemas de circulación sanguínea?

SI

NO

2.- ¿Permanece mucho tiempo de pie o sentado(a)?

SI

NO

3.- ¿Realiza actividades deportivas?

SI

NO

4.- ¿Conoce usted o ha escuchado de las medias de compresión?

SI

NO

5.- ¿Conoce un algún lugar donde pueda adquirir medias medicinales, es decir medias de compresión?

SI

NO

En caso de ser SI, mencione el lugar

Fybeka .....  
 Tiendas de artículos ortopédicos .....  
 Farmacias .....

6.- ¿Conoce alguna marca de medias de compresión?

SI  NO

Scala .....

Richi .....

Otra .....

7.- ¿Le gustaría que exista en la ciudad un lugar que venda este tipo de medias?

SI  NO

8.- ¿Qué cantidad de medias de compresión podría comprar mensualmente?

1 – 2 pares  – 3 pares  o más

9.- ¿Qué tipo de medias podría comprar?

Pantorrilla  Pantalón

10.- ¿Qué precio podría pagar por estas medias?

Pantorrilla	\$ 5 ....	Pantalón	\$ 10 ....
	\$ 6 ....		\$ 11 ....
	\$ 7 ....		\$ 12 ....

11.- ¿Dónde le gustaría encontrar este tipo de medias?

Boutiques .....

Farmacias .....

Tiendas de artículos médicos ortopédicos .....

12.- ¿A través de qué medios le gustaría enterarse de las novedades de este producto?

Radio	.....	TV	.....
Prensa	.....	Redes Sociales	.....

Datos Técnicos:

**Edad:** 20 – 30 .... 31 – 40 .... 41 – 50 .... 50 en adelante ....

**Género:** Masculino  Femenino

Ocupación: .....



## ANEXO 2

<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE</b> <b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b>		
<b>Empresa:</b> Centro Ortopédico del Norte <b>Evaluadoras:</b> Las autoras <b>Fecha:</b> 28-04-2015		
Criterios	Indicadores	Observación
1) ¿Número de clientes que compran medias al día?	Número de cliente	5 a 8 <input type="checkbox"/> 9 a 12 <input checked="" type="checkbox"/> 15 a 20 <input type="checkbox"/> 30 a 40 <input type="checkbox"/>
2) ¿Marcas de medias más consumidas al día?	Marcas	Scalina <input checked="" type="checkbox"/> Samara <input type="checkbox"/> Richii <input type="checkbox"/> Veroll <input type="checkbox"/>
3) ¿Precios de medias más consumidas?	Precio	\$35,00 dólares <input type="checkbox"/> \$20,00 dólares <input type="checkbox"/> \$25,00 dólares <input checked="" type="checkbox"/> \$15,00 dólares <input type="checkbox"/>
4) ¿Color de preferencia?	Color	negro <input type="checkbox"/> café <input type="checkbox"/> beige <input checked="" type="checkbox"/> gris <input type="checkbox"/>
5) ¿Modelo de preferencia?	Modelo	Pantorrilla <input type="checkbox"/> Casual <input type="checkbox"/> Pantalón <input checked="" type="checkbox"/>

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FICHA DE OBSERVACIÓN**

**Empresa:** FYBECA

**Evaluadoras:** Las autoras

**Fecha:** 28-04-2015

Criterios	Indicadores	Observación
1) ¿Número de clientes que compran medias al día?  2) ¿Marcas de medias más consumidas al día?  3) ¿Precios de medias más consumidas?  4) ¿Color de preferencia?  5) ¿Modelo de preferencia?	Número de clientes	5 a 8 <input checked="" type="checkbox"/> 9 a 12 <input type="checkbox"/> 15 a 20 <input type="checkbox"/> 30 a 40 <input type="checkbox"/>
	Marcas	Vikis <input type="checkbox"/> Varicel <input type="checkbox"/> Lucy <input type="checkbox"/> Richii <input checked="" type="checkbox"/>
	Precio	\$35,00 dólares <input checked="" type="checkbox"/> \$20,00 dólares <input type="checkbox"/> \$25,00 dólares <input type="checkbox"/> \$15,00 dólares <input type="checkbox"/>
	Color	negro <input checked="" type="checkbox"/> café <input type="checkbox"/> beige <input type="checkbox"/> gris <input type="checkbox"/>
	Modelo	Pantorrilla <input checked="" type="checkbox"/> Casual <input type="checkbox"/> Pantalón <input type="checkbox"/>

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FICHA DE OBSERVACIÓN		
<b>Empresa:</b> Centro Ortopédico del Norte <b>Evaluadoras:</b> Las autoras <b>Fecha:</b> 28-04-2015		
Crterios	Indicadores	Observación
¿Número de clientes que compran medias al día?	Número de clientes	5 a 8 <input type="checkbox"/> 9 a 12 <input checked="" type="checkbox"/> 15 a 20 <input type="checkbox"/> 30 a 40 <input type="checkbox"/>
¿Marcas de medias más consumidas al día?	Marcas	Scalina <input checked="" type="checkbox"/> Samara <input type="checkbox"/> Richii <input type="checkbox"/> Veroll <input type="checkbox"/>
¿Precios de medias más consumidas?	Precio	\$35,00 dólares <input type="checkbox"/> \$20,00 dólares <input type="checkbox"/> \$25,00 dólares <input checked="" type="checkbox"/> \$15,00 dólares <input type="checkbox"/>
¿Color de preferencia?	Color	negro <input type="checkbox"/> café <input type="checkbox"/> beige <input checked="" type="checkbox"/> gris <input type="checkbox"/>
¿Modelo de preferencia?	Modelo	Pantorrilla <input type="checkbox"/> Casual <input type="checkbox"/> Pantalón <input checked="" type="checkbox"/> Deportiva <input type="checkbox"/>

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FICHA DE OBSERVACIÓN**

**Empresa:** FYBECA  
**Evaluadoras:** Las autoras  
**Fecha:** 28-04-2015

Criterios	Indicadores	Observación
¿Número de clientes que compran medias al día?	Número de clientes	5 a 8 <input checked="" type="checkbox"/> 9 a 12 <input type="checkbox"/> 15 a 20 <input type="checkbox"/> 30 a 40 <input type="checkbox"/>
¿Marcas de medias más consumidas al día?	Marcas	Vikis <input type="checkbox"/> Varicel <input type="checkbox"/> Lucy <input type="checkbox"/> Richii <input checked="" type="checkbox"/>
¿Precios de medias más consumidas?	Precio	\$35,00 dólares <input checked="" type="checkbox"/> \$20,00 dólares <input type="checkbox"/> \$25,00 dólares <input type="checkbox"/> \$15,00 dólares <input type="checkbox"/>
¿Color de preferencia?	Color	negro <input checked="" type="checkbox"/> café <input type="checkbox"/> beige <input type="checkbox"/> gris <input type="checkbox"/>
¿Modelo de preferencia?	Modelo	Pantorrilla <input checked="" type="checkbox"/> Casual <input type="checkbox"/> Pantalón <input type="checkbox"/> Deportiva <input type="checkbox"/>

<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE</b>		
<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b>		
<b>Empresa:</b> Centro Ortopédico Multimèdico		
<b>Evaluadoras:</b> Las autoras		
<b>Fecha:</b> 28-04-2015		
<b>Criterios</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Observación</b>
¿Número de clientes que compran medias al día?	Número de clientes	5 a 8 <input type="checkbox"/>
		9 a 12 <input type="checkbox"/>
		15 a 20 <input checked="" type="checkbox"/>
		30 a 40 <input type="checkbox"/>
¿Marcas de medias más consumidas al día?	Marcas	Pantys <input type="checkbox"/>
		Samsara <input checked="" type="checkbox"/>
		Matignon <input type="checkbox"/>
		Veroll <input type="checkbox"/>
¿Precios de medias más consumidas?	Precio	\$35,00 dólares <input type="checkbox"/>
		\$20.00 dólares <input type="checkbox"/>
		\$25,00 dólares <input type="checkbox"/>
		\$15,00 dólares <input checked="" type="checkbox"/>
¿Color de preferencia?	Color	negro <input type="checkbox"/>
		beige <input type="checkbox"/>
		café <input checked="" type="checkbox"/>
		gris <input type="checkbox"/>
¿Modelo de preferencia?	Modelo	Pantorrilla <input checked="" type="checkbox"/>
		Casual <input type="checkbox"/>
		Pantalón <input type="checkbox"/>
		Deportiva <input type="checkbox"/>