



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**ECONOMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**  
**TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DENTALES EN  
LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

**AUTORA:** REYES GRANJA CARLA ELIZABETH

**DIRECTOR:** Eco. CERVANTES, Luis

IBARRA, ENERO 2017

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se ha llevado a cabo con la finalidad de determinar la factibilidad del mismo con respecto a la creación de una microempresa de distribución de productos dentales en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, ya que la misma es considerada como el centro de desarrollo constante de la región. Con estos antecedentes proporcionados por las autoridades de la ciudad y de acuerdo al crecimiento poblacional, los servicios de salud especialmente los relacionados con el cuidado bucal han incrementado significativamente, por lo que se considera necesario proporcionarles a los profesionales odontológicos de los materiales, instrumental y equipos dentales con tecnología avanzada necesarios según los requerimientos exigidos de la mano con los cambios tecnológicos que se vayan presentando. La información recolectada se obtuvo mediante la investigación realizada a los profesionales odontológicos de la ciudad, la misma que nos permitió determinar si existen situaciones favorables (aliados), así como situaciones desfavorables que pueden llegar a afectar al proyecto (oponentes), determinando así que las oportunidades favorables que el proyecto obtendrá al momento de su implementación son bastantes significativas y que los riesgos a correr pueden resultar mínimos. Mediante el estudio de mercado se pudo confirmar la aceptación del servicio que se pretende ofertar por lo que la factibilidad del mismo cuenta con una alta probabilidad de éxito. De acuerdo a lo propuesto dentro del estudio técnico se pudo definir la localización más adecuada para poner en marcha el proyecto tomando en consideración la mayoría de consultorios y clínicas dentales aledañas al lugar, así como también la accesibilidad a todos los servicios básicos y si la misma es una zona comercial y segura. A través del estudio financiero se pudo establecer el monto necesario para el inicio de las actividades de la distribuidora, así como también los ingresos y egresos que se pretenden obtener, permitiéndonos así estructurar los estados financieros para su posterior evaluación mediante indicadores económicos, los cuales nos permitieron determinar si el proyecto será factible o no, a su vez se llevó a cabo la evaluación de los impactos que tendrá el proyecto lo que nos permitió concluir que serán positivos y que el servicio a ofrecer tendrá aceptabilidad.

## SUMMARY

The present Project has been carried out with the purpose of determining the feasibility of the creation of a microenterprise of distribution of dental products in the city of Ibarra, Imbabura province, since it is considered as the center of development of the region. With this background provide by the city authorities and per the population growth, health services especially related to oral care have increased significantly, so it's considered necessary to provide dental professionals with materials, instrumental and dental equipment with advanced technology necessary per the requirements demanded of the hand. The information collected was obtained through research carried out with dental professionals of the city, which allowed us to determine if there are favorable situations (allies), as well as unfavorable situations that may affect the project (opponents), thus determining favorable opportunities that the project will obtain at the time of its implementation are quite significant and the risks to be run can be minimal. Through the market study it was possible to confirm the acceptance of the service that is intended to be offered so the feasibility of the same has a high probability of success. Per what was proposed in the technical study, it was possible to define the most appropriate location to start the project considering most dental clinics and offices surrounding the place, as well as accessibility to all basic services and whether the same is a commercial and safe area. Through the financial study, it was possible to establish the amount necessary to start the activities of the distributor, as well as the income and expenses to be obtained, thus allowing us to structure the financial statements for later evaluation through economic indicators, which allowed to determine if the project will be feasible or not.

## AUTORÍA

Yo, **Carla Elizabeth Reyes Granja**, portadora de la cédula de ciudadanía N° 050277618-0, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DENTALES EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que concluyen en este documento.



---

Carla Elizabeth Reyes Granja  
C.I. 050277618-0

**CERTIFICACIÓN**

Ibarra. Julio 22 de 2016

Yo, Carla Elizabeth Reyes Granja, portadora de la cédula de ciudadanía N° 050277618-0,  
Señores

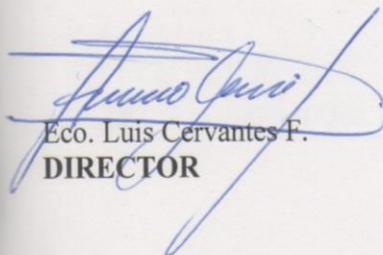
**Honorable Consejo Directivo**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

Señores miembros:

En calidad de Directos de trabajo de grado titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROMEPEPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DENTALES EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**; la autoría de la señorita **CARLA ELIZABETH REYES GRANJA** y para el trámite pertinente comunico que dicho trabajo cumple con los requerimientos exigidos por la legislación universitaria; razón por la que le otorgo la calificación de 9/10 (nueve sobre diez).

Atentamente,



Eco. Luis Cervantes F.  
**DIRECTOR**

Carla Elizabeth Reyes Granja  
C.I. 050277618-0

**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DE TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA  
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, Carla Elizabeth Reyes Granja, portadora de la cédula de ciudadanía N°. 050277618-0, manifiesto la 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 autora del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DENTALES EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERIA COMERCIAL, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad en la facultad para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En la condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en forma impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

En la ciudad de Ibarra, a los 31 días del mes de Enero del año 2017.

CEDULA DE CIUDADANIA	050277618-0
NOMBRES	Reyes Granja Carla Elizabeth
DIRECCIÓN	Los Ceibos entre la Río Blanco y Río Quiñinde
TÍTULO	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DENTALES EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.
AUTOR	Reyes Granja Carla Elizabeth
FECHA	2017-01-31
PROGRAMA	SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO <input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA	INGENIERIA COMERCIAL
ASESOR / DIRECTOR	Carla Elizabeth Reyes Granja C.I. 050277618-0

**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, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DEL CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE CIUDADANÍA</b>	050277618-0		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	Reyes Granja Carla Elizabeth		
<b>DIRECCIÓN</b>	Los Ceibos entre la Río Blanco y Río Quinde		
<b>E-MAIL</b>	Carla_e89@hotmail.com		
<b>TELÉFONO FIJO</b>		<b>TELÉFONO MOVIL</b>	0997842544

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO</b>	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DENTALES EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.
<b>AUTOR</b>	Reyes Granja Carla Elizabeth
<b>FECHA</b>	2017-01-31
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>	
<b>PROGRAMA</b>	<input checked="" type="checkbox"/> PREGADO <input type="checkbox"/> DSGRADO
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA</b>	INGENIERÍA COMERCIAL
<b>ASESOR / DIRECTOR</b>	Econ. Luis Cervantes

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

Reyes Granja Carla Elizabeth, portadora de a cédula de ciudadanía N°050277618-0, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en forma digital y autorizo 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

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente investigación es original y se la desarrollo, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es titular de los derechos patrimoniales, por lo que se asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

En la ciudad de Ibarra, a los 31 días del mes de Enero del año 2017.

*Carla E. Reyes G.*

FIRMA.....

**Nombre:** Reyes Granja Carla Elizabeth

Facultado por la resolución del Consejo Universitario.....

## AGRADECIMIENTO

*A la Universidad Técnica del Norte, especialmente a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, así como también a cada uno de los docentes que la conforman quienes me compartieron sus conocimientos con respecto y rectitud durante mi formación profesional.*

*Al economista Luis Cervantes director de mi trabajo de grado, quien me ha proporcionado la colaboración incondicional durante todo el proceso de desarrollo guiándome con sus conocimientos y apoyo.*

*Carla E. Reyes G.*

## DEDICATORIA

*El presente trabajo ha sido realizado con gran esfuerzo y perseverancia por lo que de antemano quiero agradecer a Dios que me brindo la fortaleza necesaria en todo momento durante todo el proceso.*

*De igual manera con todo mi amor quiero agradecer a mis padres **SEGUNDO SALOMÓN REYES LOPEZ Y NORMA CUMANDA GRANJA CAMPANA**, quienes con su ejemplo y cariño me incentivaron a conseguir las metas que me proponga, y a mis hermanos **ANDRES Y DIEGO REYES GRANJA**, quienes me apoyaron incondicionalmente.*

*Carla E. Reyes G.*

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
SUMMARY .....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN .....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DE 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
AGRADECIMIENTO .....	ix
DEDICATORIA .....	x
PRESENTACIÓN.....	xxii
JUSTIFICACIÓN .....	xxiv
OBJETIVOS .....	xxvi
Objetivo General.....	xxvi
Objetivos Específicos.....	xxvi

## CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	<b>27</b>
INTRODUCCIÓN .....	27
OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO .....	28
Objetivo General.....	28
Objetivos Específicos.....	28
VARIABLES DIAGNÓSTICAS.....	29
INDICADORES QUE DEFINEN LAS VARIABLES .....	29
Antecedentes .....	29
Economía .....	29
Social .....	30
Legal .....	30
Tecnología.....	30
Político .....	30
Infraestructura.....	30
MATRIZ DIAGNÓSTICA .....	31

ANÁLISIS DE LAS VARIABLES .....	33
Antecedentes .....	33
Economía .....	36
Social .....	38
Legal .....	39
Tecnología.....	41
Político.....	44
Infraestructura.....	44
MATRIZ AOR (Aliados, Oponentes Oportunidades, Riesgos).....	46
IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN .....	47

## CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO.....	<b>48</b>
EMPRESA .....	48
CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS.....	48
MICROEMPRESA .....	49
CARACTERÍSTICAS DE LA MICROEMPRESA .....	49
DISTRIBUCIÓN .....	49
DISTRIBUIDORAS .....	50
TIPOS DE DISTRIBUIDORAS .....	50
DISTRIBUIDORAS DENTALES.....	51
PRODUCTOS DENTALES .....	51
IMPORTANCIA DE LOS PRODUCTOS DENTALES.....	51
CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS DENTALES .....	52
ESTUDIO DE MERCADO .....	52
SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	53
MERCADO META .....	53
OFERTA .....	54
DEMANDA .....	54
DEMANDA INSATISFECHA.....	54
POBLACIÓN.....	55
MUESTRA .....	55
COMERCIALIZACIÓN.....	55
PRECIO .....	55
PRODUCTO .....	56
SERVICIO .....	56

PROMOCIÓN.....	56
PUBLICIDAD .....	57
PLAZA.....	57
ESTUDIO TÉCNICO .....	58
MACRO LOCALIZACIÓN .....	58
MICRO LOCALIZACIÓN.....	58
TAMAÑO DEL PROYECTO .....	59
CAPACIDAD INSTALADA .....	59
FLUJJOGRAMAS DE PROCESOS .....	60
INVERSIÓN FIJA .....	60
INVERSIÓN CORRIENTE.....	61
UTILIDAD NETA.....	63
ESTUDIO FINANCIERO .....	64
PRESUPUESTO DE INGRESOS .....	64
PRESUPUESTO DE GASTOS .....	65
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA .....	65
ESTADO DE RESULTADOS.....	65
ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO.....	66
CAPITAL DE TRABAJO .....	66
CAPITAL FIJO.....	66
CAPITAL VARIABLE .....	67
DEPRECIACIÓN .....	67
INDICADORES ECONÓMICOS .....	67
TASA DE RENDIMIENTO MEDIA .....	67
VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	68
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) .....	68
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN .....	68
RELACIÓN COSTO-BENEFICIO .....	69
PUNTO DE EQUILIBRIO .....	69
PROPUESTA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL .....	69
MISIÓN .....	69
VISIÓN .....	70
OBJETIVOS .....	70
VALORES .....	70
ESTRUCTURA ORGÁNICA .....	71
IMPACTOS .....	71
ECONÓMICO .....	71

AMBIENTAL.....	72
----------------	----

### CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO .....	<b>73</b>
INTRODUCCIÓN .....	73
OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO .....	74
Objetivo General.....	74
Objetivos Específicos.....	74
VARIABLES DEL ESTUDIO DE MERCADO .....	74
INDICADORES QUE DEFINEN LAS VARIABLES .....	74
Demanda .....	74
Oferta .....	75
Precio .....	75
Comercialización .....	75
MATRIZ DE OPERACIÓN DE VARIABLES .....	76
IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO .....	77
SEGMENTACIÓN DE MERCADO .....	87
Población .....	87
Mercado Meta.....	87
Fórmula.....	87
Muestra .....	88
EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	88
Resultados de la Encuesta.....	89
Preguntas relacionadas con el proyecto .....	90
IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA .....	100
Análisis de la Demanda .....	100
Demanda Actual.....	100
Proyección de la Demanda.....	101
IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA .....	102
Análisis de la Oferta.....	102
Oferta Actual.....	103
Proyección de la Oferta.....	103
DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	104
DEMANDA A CAPTAR .....	106
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....	106
ANÁLISIS DE LOS PRECIOS .....	108

Proyección de los Precios .....	109
ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN .....	110
Estrategias del Servicio.....	110
Estrategias de Precios .....	110
Estrategias de Plaza.....	111
Estrategia de Promoción .....	111
CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO .....	112

## CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO .....	<b>113</b>
INTRODUCCIÓN .....	113
OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO .....	113
Objetivo General.....	113
Objetivos Específicos.....	113
TAMAÑO DEL PROYECTO .....	114
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....	114
Macro Localización .....	114
Micro Localización .....	116
FLUJOGRAMA DE PROCESOS .....	117
Flujogramas de los principales procesos del servicio .....	119
INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	124
Distribución de la Planta .....	124
Explicación de la Planta.....	124
PRESUPUESTO TÉCNICO.....	126
Requerimiento de Activos.....	126
Equipo de Oficina .....	127
Requerimiento de Personal .....	130
Costo de ventas .....	131
Gastos Administrativos.....	132
Gastos de Venta .....	134
CAPITAL DE TRABAJO .....	135

## CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO .....	<b>136</b>
INTRODUCCIÓN .....	136

OBJETIVOS DE LA EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA .....	136
Objetivo General.....	136
INVERSIÓN .....	136
Financiamiento.....	137
PROYECCIONES .....	138
Presupuesto de Ingresos.....	138
Presupuesto de Egresos.....	140
ESTADOS FINANCIEROS .....	144
Estado de Situación Inicial.....	144
Estado de Resultados .....	144
Estado de Flujo de Caja .....	145
EVALUACIÓN FINANCIERA .....	147
Determinación de la Tasa de Rendimiento Media .....	147
Determinación del Valor Actual Neto .....	147
Determinación de la Tasa Interna de Retorno.....	148
Determinación de Costo-Beneficio.....	150
Determinación del Período de Recuperación de la Inversión .....	150
Determinación del Punto de Equilibrio.....	152

## CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA FUNCIONAL .....	<b>156</b>
INTRODUCCIÓN .....	156
OBJETIVO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	156
Objetivo General.....	156
ASPETOS LEGALES .....	156
Figura Jurídica de la Microempresa.....	157
Requisitos para su Funcionamiento .....	157
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL .....	158
LOGOTIPO Y ESLOGAN .....	158
BASES FILOSÓFICAS.....	159
Misión .....	159
Visión.....	159
Objetivos Organizacionales .....	159
Políticas Organizacionales .....	160
Principios y Valores Organizacionales .....	160
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	161

Organigrama Estructural .....	161
ESTRUCTURA FUNCIONAL .....	162
Ventajas .....	162
Desventajas .....	163
Niveles Administrativos.....	163
Descripción de Funciones .....	164

## CAPÍTULO VII

<b>IMPACTOS .....</b>	<b>168</b>
INTRODUCCIÓN .....	168
OBJETIVOS DEL ANÁLISIS DE LOS IMPACTOS .....	168
Objetivo General.....	168
ANÁLISIS DE LOS IMPACTOS .....	168
IMPACTOS A ANALIZAR .....	169
Impacto Económico .....	170
Impacto Ambiental.....	171
Impacto Social .....	172
Impacto General.....	173
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>175</b>
CONCLUSIONES .....	175
RECOMENDACIONES.....	177
<b>FUENTES DE INFORMACIÓN.....</b>	<b>179</b>
BIBLIOGRAFÍA .....	179
LINKOGRAFÍA .....	181
<b>ANEXOS.....</b>	<b>183</b>
Anexo A.....	184
Anexo B .....	187

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de Relación Diagnóstica.....	31
Tabla 2: Población de Ibarra .....	34
Tabla 3: Población Económicamente Activa de la ciudad de Ibarra .....	35
Tabla 4: Casas de Salud Públicas y Privadas.....	37
Tabla 5: Posibles Proveedores .....	37
Tabla 6: Sectores y Actividades de Ocupación de la ciudad de Ibarra .....	38
Tabla 7: Matriz AOOD .....	46
Tabla 8: Matriz de Operación de Variables .....	76
Tabla 9: Género de los Encuestados .....	89
Tabla 10: Compra de productos fuera de la ciudad.....	90
Tabla 11: Adquisición de nuevos productos .....	91
Tabla 12: Frecuencia de Compra .....	92
Tabla 13: Productos de Adquisición .....	93
Tabla 14: Aceptación de nueva Distribuidora.....	95
Tabla 15: Reducción de gastos y mejora de ingresos .....	96
Tabla 16: Servicio Existente .....	97
Tabla 17: Asesoría Profesional .....	98
Tabla 18: Medios de Publicidad .....	99
Tabla 19: Demanda Actual .....	101
Tabla 20: Proyección de la Demanda .....	102
Tabla 21: Oferta Actual .....	103
Tabla 22: Proyección de la Oferta.....	104
Tabla 23: Demanda Insatisfecha.....	105
Tabla 24: Demanda a Captar.....	106
Tabla 25: Análisis de Prodontomed.....	107
Tabla 26: Precios de Productos.....	108
Tabla 27: Proyección de Precios.....	109
Tabla 28: Factores de la Micro localización .....	116
Tabla 29: Simbología Flujogramas .....	118
Tabla 30: Muebles y Enseres .....	126
Tabla 31: Equipo de Oficina .....	127
Tabla 32: Equipo de Computo .....	128
Tabla 33: Depreciaciones.....	129
Tabla 34: Nómina .....	130
Tabla 35: Nómina Primer Año.....	130

Tabla 36: Nómina Segundo Año.....	131
Tabla 37: Adquisición de Productos .....	131
Tabla 38: Gastos Administrativos.....	132
Tabla 39: Nómina Administrativa.....	132
Tabla 40: Gastos de Constitución .....	132
Tabla 41: Suministros de Oficina.....	133
Tabla 42: Equipo de Aseo.....	134
Tabla 43: Gastos de Venta .....	134
Tabla 44: Nómina de Ventas.....	134
Tabla 45: Publicidad .....	135
Tabla 46: Capital de Trabajo.....	135
Tabla 47: Inversión .....	137
Tabla 48: Financiamiento .....	137
Tabla 49: Tabla de Amortización.....	138
Tabla 50: Proyección Presupuesto de Ingresos .....	139
Tabla 51: Proyección de Egresos .....	140
Tabla 52: Proyección de Costo de Ventas .....	140
Tabla 53: Proyección de gastos Administrativos.....	141
Tabla 54: Proyección Nómina .....	141
Tabla 55: Proyección Servicios Básicos .....	142
Tabla 56: Proyección Gastos de Venta .....	142
Tabla 57: Proyección de Nómina.....	143
Tabla 58: Proyección Publicidad .....	143
Tabla 59: Intereses de la Deuda .....	143
Tabla 60: Estado de Situación Inicial .....	144
Tabla 61: Estado de Resultado Proyectado.....	145
Tabla 62: Estado de Flujo de Caja Proyectado .....	146
Tabla 63: Tasa de Rendimiento Media .....	147
Tabla 64: Valor Actual Neto.....	148
Tabla 65: Determinación del TIR .....	149
Tabla 66: Determinación Costo-Beneficio .....	150
Tabla 67: Flujos Netos Acumulados .....	151
Tabla 68: Costos Fijos .....	152
Tabla 69: Costos Variables .....	152
Tabla 70: Punto de Equilibrio en Dólares.....	153
Tabla 71: Punto de Equilibrio .....	153
Tabla 72: Punto de Equilibrio cantidades .....	154

Tabla 73: Metodología de Valoración .....	169
Tabla 74: Impacto Económico .....	170
Tabla 75: Impacto Ambiental .....	171
Tabla 76: Impacto Social .....	172
Tabla 77: Impacto General.....	173

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Población por Edades .....	35
Gráfico 2: Motor para Cirugía .....	78
Gráfico 3: Fórceps Cryer .....	79
Gráfico 4: Equipo Odontológico.....	79
Gráfico 5: Lámpara Radii .....	80
Gráfico 6: Adhesivo Foto curable.....	81
Gráfico 7: Resina Kit .....	82
Gráfico 8: Resina Estuche.....	82
Gráfico 9: Yeso Piedra Dental .....	83
Gráfico 10: Alginato .....	84
Gráfico 11: Brackets .....	84
Gráfico 12: Anestésico.....	85
Gráfico 13: Ionómero de Vidrio.....	86
Gráfico 14: Género de los Encuestados .....	89
Gráfico 15: Compra de Productos Dentales.....	90
Gráfico 16: Adquisición de nuevos productos .....	91
Gráfico 17: Frecuencia de Compra .....	92
Gráfico 18: Productos de Adquisición .....	94
Gráfico 19: Aceptación de nueva Distribuidora .....	95
Gráfico 20: Reducción de Gastos y Mejora de Ingresos .....	96
Gráfico 21: Servicios Existentes .....	97
Gráfico 22: Asesoría Profesional .....	98
Gráfico 23: Medios de Publicidad .....	99
Gráfico 24: Imbabura en relación a Ecuador .....	115
Gráfico 25: Ibarra en relación a Imbabura .....	115
Gráfico 26: Localización del Proyecto.....	117
Gráfico 27: Abastecimiento de Mercadería .....	120
Gráfico 28: Asesoría al Cliente.....	122
Gráfico 29: Selección de la Alternativa de Compra.....	123
Gráfico 30: Distribución de la Planta.....	124
Gráfico 31: Punto de Equilibrio en Dólares.....	154
Gráfico 32: Logotipo de la Microempresa.....	158
Gráfico 33: Organigrama Estructural.....	162
Gráfico 34: Precios Competencia .....	187
Gráfico 35: Precios Competencia Equipos .....	187

## PRESENTACIÓN

El presente estudio tiene como objetivo determinar la “FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DENTALES EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, ya que se determinó que es insuficiente la capacidad de ventas de productos dentales en el ámbito odontológico.

La microempresa de la cual se realiza el estudio de factibilidad pretende proporcionar a los profesionales odontólogos de la ciudad de Ibarra de los materiales, instrumental y equipos dentales acordes a los requerimientos y necesidades establecidas, cumpliendo con todas las certificaciones, características y tecnologías que les permitan ofrecer un servicio de calidad. Por lo que, si bien existen distribuidoras dentales en la ciudad, es necesario ampliar el número de suministros que se ofrecen. El presente proyecto se encuentra constituido por siete capítulos los cuales se sintetizan a continuación:

**Capítulo I:** Refiere el diagnóstico situacional, en el cual se identifican variables e indicadores a través del desarrollo de la matriz AOOD (aliados, oponentes, oportunidades y riesgos), la que nos permite conocer cuáles son las condiciones adecuadas para la implantación del proyecto.

**Capítulo II:** Aborda el marco teórico, que contribuye al establecimiento de las bases teóricas y científicas a través de diversas fuentes bibliográficas, las cuales nos proporcionaron los conocimientos necesarios para el desarrollo del proyecto, además de otorgarnos los sustentos necesarios para el estudio del mismo.

**Capítulo III:** Abarca el estudio de mercado, en el que se define el nivel de aceptación de los productos en lo referente a gustos y preferencias, se lleva cabo el análisis de variables como: La demanda, oferta, precios y las estrategias de comercialización que se llevarán a cabo a fin de dar a conocer el servicio y captar clientes.

**Capítulo IV:** En el estudio técnico o ingeniería del proyecto se realiza la identificación de la macro y micro localización, el tamaño del proyecto, la descripción de los productos, capital de trabajo, entre otros indicadores que permiten determinar la viabilidad del proyecto.

**Capítulo V:** Comprende el estudio financiero requerido para establecer la factibilidad del proyecto la identificación de la inversión, elaboración de los estados financieros y el análisis de indicadores económicos como: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Costo-Beneficio, Periodo de Recuperación de la Inversión y el Punto de Equilibrio los cuales resultaron adecuados para la inversión.

**Capítulo VI:** Incluye la propuesta de estructura organizacional de la microempresa, así como los aspectos legales y administrativos necesarios para llevar a cabo su ejecución.

**Capítulo VII:** Considera la determinación de los impactos económicos, sociales y ambientales en los cuales se estableció los beneficios y desventajas posibles a presentarse al momento de su implementación.

El presente documento culmina con las conclusiones y recomendaciones que se generaron en el transcurso de la investigación.

## JUSTIFICACIÓN

Debido a la problemática existente para los profesionales odontólogos en la ciudad de Ibarra, sobre la inexistencia de una distribuidora dental que les permita abastecerse de los materiales, instrumental y equipos con las características y tecnología requeridas para la prestación de sus servicios, ha generado que los profesionales tengan que dirigirse a otras ciudades a adquirir los mismos. Lo que ha ocasionado un incremento en sus gastos debido al transporte que deben solicitar tanto para dirigirse como para traer los productos adquiridos, así también les ha ocasionado un desperdicio en su tiempo de trabajo debido a los viajes que realizan a otras ciudades afectando así a los pacientes que buscan sus servicios.

Los odontólogos cuentan con los conocimientos necesarios para ofrecer sus servicios, pero al no contar con los materiales, instrumental y equipos apropiados no pueden prestar un servicio de calidad. Y ya que hoy en día gran parte de la ciudadanía Ibarreña recurren a clínicas y consultorios dentales en busca de sus servicios se considera muy factible la creación de una distribuidora dental que cubra las necesidades de los profesionales actuales y los que están cursando sus estudios en esta rama.

Con el fin de dar a conocer el servicio que se ofertará y conseguir la aceptación de los posibles clientes se llevará a cabo las ventas en el lugar de expendio, así también se ofrecerán los productos mediante visitas a los establecimientos dentales tanto clínicas como consultorios por parte del representante de la distribuidora con el fin de dar a conocer la gama de productos con los que se cuenta, así como la calidad de los mismos. Cabe mencionar que los materiales, instrumental y equipos contarán con las garantías necesarias.

Mediante los puntos anteriormente mencionados se justifica el presente proyecto de investigación como un aporte a la solución de desabastecimiento que se presenta en el sector odontológico, ya que al contar con un mínimo número de establecimientos de distribuidoras

dentales que contengan todo lo necesario para el desarrollo de esta actividad se pudo determinar que no pueden cubrir las necesidades de la demanda creciente de los profesionales en esta área de la región.

Por lo que la implementación de una distribuidora dental sería muy factible ya que nos permitirá cubrir el mercado insatisfecho, así mismo la puesta en marcha del proyecto proporcionara beneficios sustanciosos a la ciudad ya que los profesionales invertirán su dinero en la misma lo que permitirá generar nuevas fuentes de trabajo, por lo que la economía de la ciudadanía Ibarreña se verá beneficiada debido a que el efectivo seguirá circulando de forma local, contribuyendo al crecimiento y desarrollo de la misma.

## OBJETIVOS

### Objetivo General

Definir la factibilidad de la creación de una microempresa de distribución de productos dentales, a partir de la realización de un estudio de factibilidad en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

### Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional del entorno que nos permita determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos de la creación de una microempresa de distribución de productos dentales en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.
- Establecer el marco teórico, conceptual y legal que nos permita sustentar el estudio.
- Identificar la oferta, demanda, precios y en especial la demanda insatisfecha mediante el estudio de mercado que nos permita determinar la aceptación de la microempresa.
- Determinar la macro y micro localización, el tamaño del proyecto; y, las inversiones que requerirá el estudio.
- Elaborar el estudio financiero para determinar la factibilidad del proyecto a través de indicadores económicos.
- Efectuar la propuesta administrativa a través de la estructura organizacional para el manejo eficiente de los recursos materiales, humanos y financieros del proyecto.
- Analizar los principales impactos que generara el proyecto en los ámbitos: económico, social y ambiental.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1. INTRODUCCIÓN**

La ciudad de Ibarra también conocida como ciudad Blanca, es la capital de la provincia de Imbabura, ubicada al norte del país, cuenta con una altura de 2236 m.s.n.m., y cuenta con un clima templado seco. La misma cuenta con un total de 181.175 habitantes según datos proporcionados por el censo realizado en la ciudad en el año 2010.

La ciudad de Ibarra se encuentra rodeada por varios cantones los mismo que la convierten en el centro de desarrollo económico, educativo y científicos de la zona, así también del total de los habitantes de la ciudad un numero de 220 profesionales odontólogos se encuentran prestando sus servicios en la misma, los mismos que serán nuestro punto de enfoque según datos proporcionados por el colegio de odontólogos de la ciudad.

Es así que debido al crecimiento poblacional detectado en la ciudad se ha visto la necesidad de proporcionarles a los odontólogos de todos los materiales, instrumental y equipos necesarios para que realicen sus actividades en lo relacionado al cuidado de la salud bucal de la ciudadanía Ibarreña, mejorando de acuerdo a los cambios tecnológicos que se vayan presentando, ya que por el momento la ciudad no cuenta con distribuidoras dentales que les ofrezcan a los odontólogos todos los requerimientos que estos solicitan, ya que los productos dentales son materiales de suma importancia para prevenir caries, realizar restauraciones y obturaciones de piezas dentales.

Estos productos son utilizados tanto en clínicas como en consultorios dentales ya sean estos particulares o privados, así también como en establecimientos de salud pública como son los hospitales.

Debido a esto, se ha visto la necesidad de crear una micro empresa de distribución de productos dentales que les permita satisfacer todas las necesidades de los profesionales odontólogos y que les permitan ofrecer un servicio de calidad, permitiendo así crecer la economía de la ciudad ya que los mismo adquirirán los productos en la ciudad y no en otras provincias.

## **1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO**

### **1.2.1. Objetivo General**

Realizar un diagnóstico situacional que nos permita determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que se puedan presentar con la creación de una micro empresa de distribución de productos dentales en la ciudad de Ibarra.

### **1.2.2. Objetivos Específicos**

- Determinar los antecedentes del entorno de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.
- Realizar el análisis de aspectos económicos que nos permitan conocer la rentabilidad del proyecto al momento de implementarse.
- Analizar los aspectos sociales, educativos y las actividades a las que se dedican los habitantes de la ciudad de Ibarra y que pueden influenciar para llevar a cabo el estudio.
- Determinar los aspectos legales y normativos necesarios para el desarrollo del estudio.
- Definir las tecnologías adecuadas para facilitar el desenvolvimiento de los odontólogos de la ciudad.
- Establecer los aspectos políticos relevantes que puedan tener influencia en el planteamiento de la propuesta.

- Realizar el análisis de la infraestructura física para la implementación del proyecto.

### **1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS**

- Antecedentes
- Social
- Económico
- Político
- Legal
- Tecnológico
- Infraestructura

### **1.4. INDICADORES QUE DEFINEN LAS VARIABLES**

#### **1.4.1. Antecedentes**

- Histórico
- Clima
- Ubicación
- Superficie
- Población
- Población Económicamente activa

#### **1.4.2. Economía**

- Sector Primario (Agricultura)
- Sector Secundario (Industrial)
- Sector Terciario (Servicios)
  - Numero de Odontólogos

- Casas de salud públicas y privadas

#### **1.4.3. Social**

- Salud
- Ocupación

#### **1.4.4. Legal**

- Permiso de Funcionamiento
- Ley de Salud
- Código de ética profesional para Odontólogos

#### **1.4.5. Tecnología**

- Equipos odontológicos
- Instrumental
- Materiales

#### **1.4.6. Político**

- Salvaguardias
- Impuestos

#### **1.4.7. Infraestructura**

- Canal de comunicación
- Servicios básicos
- Viabilidad

## 1.5. MATRIZ DIAGNÓSTICA

**Tabla 1:**

**Matriz de Relación Diagnóstica**

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	FUENTES
Determinar los antecedentes del entorno de la ciudad de Ibarra.	Antecedentes del Entorno	-Historia -Ubicación -Limites -Clima -Superficie -Población -Población económicamente activa	Secundaria	Investigación: -Documentos -Páginas Web -Registros  Observación
Realizar el análisis de los aspectos económicos que nos permitan conocer la rentabilidad del proyecto a implementar.	Economía	-Sector Primario (agrícola) -Sector Secundario (industrial) -Sector Terciario (servicios)	Secundario	Investigación: -Documentos -Páginas Web -Registros
Analizar los aspectos sociales, educativos y las actividades a las que se dedican los habitantes de la ciudad de Ibarra y que puedan influenciar para llevar a cabo el estudio.	Social	-Salud -Ocupación	Secundario	Investigación: -Documentos -Páginas Web -Registros

Determinar los aspectos legales y normativos necesarios para el desarrollo del estudio.	Legal	-Permisos de Funcionamiento -Ley de salud -Código de ética profesional para Odontólogos	Secundario	Investigación: -Documentos -Páginas Web -Registros
Definir las tecnologías adecuadas para facilitar el desenvolvimiento de los profesionales odontólogos de la ciudad.	Tecnológico	-Equipos Odontológicos -Instrumental -Materiales	Secundario	Investigación: -Documentos- Páginas Web -Registros
Establecer los aspectos políticos relevantes que puedan tener influencia en el planteamiento de la propuesta.	Político	-Salvaguardias -Impuestos	Secundario	Investigación: -Documentos -Páginas Web -Registros
Realizar el análisis de la infraestructura física para la implementación del proyecto.	Infraestructura	-Canales de comunicación -Servicios básicos -Viabilidad	Secundario	Investigación: -Documentos -Páginas Web -Registros

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La Autor

## **1.6. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES**

### **1.6.1. Antecedentes**

La ciudad de Ibarra más conocida como la ciudad Blanca, fue fundada por el español Cristóbal de Troya el 28 de septiembre de 1606, se encuentra ubicada en la zona norte del país, se encuentra edificada baja las faldas del volcán Imbabura el cual lleva el nombre de la provincia.

Es nombrada como sede administrativa de la región, ya que la misma es el centro comercial de toda la zona norte y las provincias aledañas acuden a la ciudad de Ibarra para toda negociación.

La salud bucal es uno de los factores más importantes de una sociedad, por lo que es indispensable determinar el número de profesionales odontólogos existentes en la ciudad, así como las distribuidoras dentales que ofrecen sus servicios.

### **Geografía**

Del cantón Ibarra

#### **- Ubicación**

El cantón Ibarra está ubicado a 115 km al noroeste de Quito y a 125 Km al sur de Tulcán.

#### **- Limites**

La ciudad de Ibarra está ubicada al norte del Carchi, al oeste de Urcuqui, Antonio ante y Otavalo, al este de Pimampiro y al sur de la provincia de Pichincha.

#### **- Clima**

El clima del cantón de Ibarra es seco templado a una temperatura de 18° C lo cual resulta ser una temperatura muy agradable ya que es promedio.

## - Superficie

La ciudad de Ibarra cuenta con la siguiente superficie:

Superficie Total: 1162,22 km <sup>2</sup>
Zona Urbana: 41,68 km <sup>2</sup>
Zona Rural: 1.120,53 km <sup>2</sup>

## Demografía

### a. Población

Para el inicio del presente estudio no se tomó en cuenta a los cantones aledaños de la provincia ya que la misma será el objeto de estudio. La ciudad de Ibarra cuenta con una población total de 181.175 habitantes de los cuales el sexo masculino está representado por un 48,45% los mismo que son un total de 87.786 hombres y el sexo femenino está representado por un 51,55%, lo cual representa un total de 93.389 mujeres según datos proporcionados por el censo 2010.

**Tabla 2:**

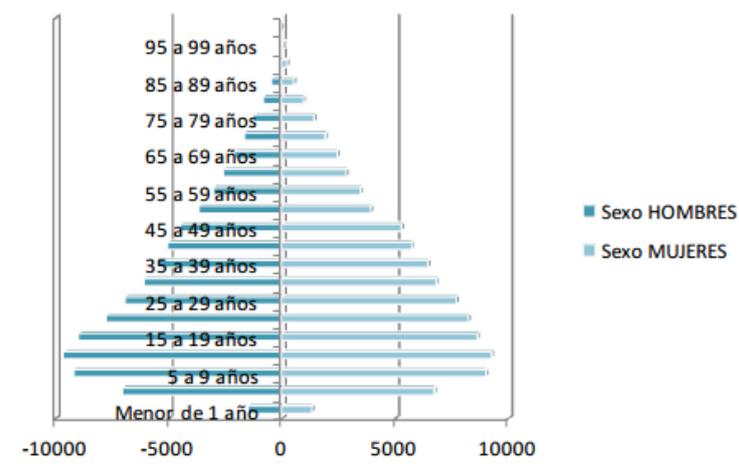
#### ***Población de Ibarra***

<b>Población</b>	<b>2011</b>	<b>%</b>
Total, Hombres	87786	48,45%
Total, Mujeres	93389	51,55%
<b>Total, Cantón</b>	<b>181175</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Plan de Desarrollo de Ibarra

**Elaborado por:** La Autora

La distribución de la población es muy importante en el presente estudio ya que debido a las edades de la ciudadanía se proporcionan los materiales para el respectivo tratamiento odontológico.



**Gráfico 1: Población por Edades**

**Fuente:** Censo de Población y Vivienda (COV 2010)  
Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC)

#### **b. Población Económicamente Activa (PEA)**

La ciudad de Ibarra cuenta con una población económicamente activa muy definida, que a continuación se puede observar en el siguiente cuadro:

**Tabla 3:**

#### **Población Económicamente Activa de la ciudad de Ibarra**

<b>Actividad</b>	<b>PEA</b>	<b>%</b>
Sector Agropecuario	9367	11,61
Sector Industrial	15630	19,38
Sector Servicios	46855	58,02
Otros	8817	10,93
<b>Total, PEA</b>	<b>80669</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** INEC 2010

**Elaborado por:** La Autora

La población económicamente activa de la ciudad de Ibarra está constituida por sectores como el agropecuario, industrial, servicios y comercio formal e informal, los mismos que nos representan una gran oportunidad ya que generan una gran demanda de atención odontológica, lo que permite que la demanda de productos dentales por parte de los odontólogos sea mayor.

### **1.6.2. Economía**

El cantón Ibarra es un sector económicamente activo por ser el centro del movimiento de las provincias del norte. La población Ibarreña se dedica en su mayoría al comercio al por mayor y menor, al sector de construcción, la prestación de servicios, al trabajo en el sector privado, el sector público y al trabajo informal.

Los sectores como el agroindustrial y el procesamiento de alimentos son muy importantes en el desarrollo de la ciudad ya que los mismo se encuentran crecientes y generan fuentes de empleo en la misma.

En lo relacionado al cuidado de la salud bucal tomaremos en consideración los siguientes aspectos:

#### **a. Número de profesionales Odontólogos**

Según los datos proporcionados por el Colegio de Odontólogos de la ciudad de Ibarra existen 220 profesionales activos registrados que prestan sus servicios a la ciudadanía. Los cuáles serán el foco principal para la realización del proyecto. Como punto relevante cabe destacar que existen odontólogos que no están inscritos en el colegio.

La visión del presente estudio es servir a los profesionales odontólogos de la ciudad de Ibarra, pero en el futuro se pretende alcanzar a los profesionales de provincias aledañas.

#### **b. Casa de Salud Publicas y Privadas**

La ciudad de Ibarra cuenta con 60 centros de salud que prestan sus servicios odontológicos a la ciudadanía tanto en el sector público como privado.

**Tabla 4:**  
**Casas de Salud Públicas y Privadas**

Centros de Salud	N°	%
Hospitales	2	3%
Clínicas	11	19%
Clínicas Dentales	17	28%
Consultorios Dentales	30	50%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Observación Directa  
**Elaborado por:** La Autora

### c. Posibles Proveedores

El proyecto a estudiar al momento de implementarse contara entre otros con los siguientes proveedores ya que los mismos cuentan con las certificaciones respectivas de calidad.

**Tabla 5:**  
**Posibles Proveedores**

POSIBLES PROVEEDORES	
Nombre	Ciudad
Dentales Pablo Herman S.A.	Quito
D.M. De Distribuidora Medico Dental	Quito
Dental Vargas Arboleda	Quito
Dentalecsa	Quito
DMD	Quito
Distridental	Guayaquil
Importador Dental Gaibor	Quito
Prodontomed	Quito
3M ESPE	Quito
Deposito Dental Corp	Quito
Dental Ayala	Quito
Dental Perez Aviles	Cuenca
Prissas Dent Deposito Dental	Quito
Recor Dental y Quimedic	Cuenca

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** La Autora

### 1.6.3. Social

#### a. Indicadores Generales de Salud

El ministerio de Salud Pública (MSP), nos indica que *“La ciudad de Ibarra a través de los 25 centros de salud del Distrito (Ibarra-Pimampiro-Urcuqui), desarrollan campañas continuas de prevención de enfermedades bucales, niños, adolescentes y adultos mayores de diferentes comunidades reciben talleres educativos y atención odontológica gratuita”*.

Mediante la información proporcionada podemos determinar que la ciudad de Ibarra ha implementado numerosos programas que permitan a la ciudadanía obtener cuidados en su salud bucal ya sea por la aplicación de limpiezas, prevención de caries o técnicas de cepillado, ya sea por medio de instituciones del estado o por consultorios y clínicas independientes siempre y cuando el estado lo autorice, por lo que el proyecto a implementarse sería de gran utilidad para los profesionales.

#### b. Principales Ocupaciones de la ciudad de Ibarra

Las principales actividades económicas a las que se dedica la población Ibarreña se presentan en la siguiente tabla:

**Tabla 6:**

**Sectores y Actividades de Ocupación de la ciudad de Ibarra**

<b>SECTOR AGROPECUARIO</b>		
<b>Actividad</b>	<b>P.E. A</b>	<b>%</b>
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	9367	11,6
<b>Subtotal</b>	<b>9367</b>	<b>11,6</b>
<b>SECTOR INDUSTRIAL</b>		
<b>Actividad</b>	<b>P.E.A.</b>	<b>%</b>
Industrias Manufactureras	9929	12,31
Construcción	4920	6,10
Explotación de minas y canteras	192	0,24
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	319	0,4
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	270	0,33
<b>Subtotal</b>	<b>15630</b>	<b>19,39</b>
<b>SECTOR SERVICIOS</b>		

<b>Actividad</b>	<b>P.E.A.</b>	<b>%</b>
Comercio al por mayor y menor	16571	20,54
Actividades de alojamiento y servicio de comida	3213	3,98
Administración pública y defensa	4453	5,52
Actividades profesionales, científicas y técnicas	1336	1,66
Enseñanza	5207	6,46
Actividades de la atención a la salud humana	2277	2,82
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	1744	2,16
Actividades de los hogares como empleadores	2889	3,58
Actividades financieras y de seguros	898	1,11
Actividades inmobiliarias	95	0,12
Artes, entretenimiento y recreación	506	0,63
Información y comunicación	1326	1,65
Transporte y almacenamiento	4724	5,86
Otras actividades de servicios	1564	1,94
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	52	0,06
<b>Subtotal</b>	<b>46855</b>	<b>58,02</b>
<b>OTROS</b>		
<b>Actividad</b>	<b>P.E.A.</b>	<b>%</b>
No declarado	6086	7,54
Trabajador nuevo	2731	3,39
<b>Subtotal</b>	<b>8817</b>	<b>10,93</b>
<b>TOTAL</b>	<b>80669</b>	<b>100</b>

**Fuentes:** Censo Población y Vivienda INEC 2010

Plan de Ordenamiento Territorial de la Municipalidad de Ibarra

**Elaborado por:** La Autora

Mediante la tabla proporcionada anteriormente podemos determinar el número de personas en la ciudad de Ibarra que se dedican a la actividad de atención a la salud humana la cual es de 2.277 personas, las mismas que son el mercado referente al que nos vamos a dirigir enfocados principalmente a los profesionales odontólogos que se encuentren activos en la prestación del servicio referente a su materia.

#### **1.6.4. Legal**

##### **Permisos de Funcionamiento**

Para la obtención del permiso de funcionamiento de una Distribuidora dental se deben presentar los siguientes requisitos:

- Solicitud para permiso de funcionamiento llenado y suscrito por el propietario.
- Planilla de Inspección.
- Autorización de distribución otorgada por el titular del registro sanitario del país.

- Documentos que acrediten la personería jurídica del establecimiento, cuando corresponda.
- Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad cuando corresponda.
- Lista de productos con registro sanitario.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado tiene validez durante un año)
- Copias de la cedula y certificado de votación del propietario.
- Copia del RUC del establecimiento.
- Copias del permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.
- Registro de la patente del servicio, otorgado por la municipalidad.
- Facturas legalmente autorizadas por el Sistema de Rentas Internas.

### **Ley de Salud**

Entre los aspectos a considerar en la salud de la ciudadanía Ibarreña tenemos la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Salud en la cual se puede considerar el siguiente artículo.

#### ***De los Medicamentos e Insumos***

*Art. 28.- El Ministerio de Salud Pública, con el apoyo del Consejo Nacional de Salud, dispondrá las medidas que permitan garantizar la disponibilidad de medicamentos esenciales e insumos en el país. Promoverá la producción nacional y garantizará el uso de productos genéricos y organizará instancias y procesos de provisión común de los mismos, según la nomenclatura internacional aprobada por la Organización Mundial de la Salud, el mismo que será de aplicación obligatoria por las entidades del sector, con resguardo de sus calidad, seguridad y eficacia y al menor costo posible.*

Esto permitirá que tanto los materiales, instrumental y equipos odontológicos a distribuirse sean de acuerdo a los estándares requeridos por las autoridades, permitiendo así que estos sean tomados en cuenta para utilizarse tanto en instituciones del estado como en el sector particular, lo que permitirá que el mercado objetivo se amplíe según los requerimientos de los profesionales.

### ***Código de Ética Profesional para Odontólogos***

*Art. 25. El Odontólogo utilizara en su práctica técnicas y conocimientos consagrados por la experiencia científica. Debe abstenerse de aplicar métodos que rebasen los límites de sus conocimientos. Es prohibido realizar procedimientos experimentales, mientras no exista expresa autorización de ellos o de sus guardadores, en caso de menores de edad o incapacitados, la autorización será por escrito, con reconocimiento de firma y rubrica ante la autoridad competente.*

Este reglamento determina que los odontólogos realicen sus tratamientos y la obtención de los materiales necesarios para su ejecución de acuerdo a sus conocimientos de la actividad a realizar, con el fin de evitar que se realicen malas prácticas médicas que se verán reflejadas en el deterioro de la salud del paciente y la mala publicidad para los profesionales odontológicos d la ciudad y el país en general.

### **1.6.5. Tecnología**

La tecnología que se implementara en la distribuidora es en relación a las siguientes especialidades:

**a. Cirugía**

En cuanto a la tecnología para realizar cirugías se puede decir que las distribuidoras contienen solo la básica, es por eso que los profesionales se ven en la obligación de dirigirse a otras ciudades para conseguir lo necesario con tecnología más avanzada y de una calidad mejor.

**b. Endodoncia**

Anteriormente la ciudad de Ibarra no contaba con odontólogos especializados en la realización de endodoncias es por eso que las distribuidoras no creían necesario tener productos para esta especialidad por lo que en las mismas solo existen los insumos básicos, hoy en día muchos profesionales han realizado cursos tanto en el país como en el exterior para la realización de esta actividad por lo que necesitan de los productos con la más alta calidad y tecnología existente ya que son procedimientos complicados.

**c. Equipamiento**

Los profesionales de la ciudad de Ibarra necesitan cambiar de equipos por lo menos en periodos de dos años a fin de prestar un servicio de mejor calidad, hoy en día en la ciudad no existe un centro de distribución que se mantenga en constante cambio sobre la vanguardia en tecnología que sale al mercado, por lo que es necesario ofrecer equipos con tecnología avanzada y que simplifiquen los procesos de atención.

**d. Estética**

Hoy en día la estética dental es de suma importancia en la vida de la población por lo que la misma solicita servicios de calidad es por eso que se deben distribuir productos para su realización con estándares de calidad y reconocimiento a fin de que los mismos al momento de su aplicación sean del agrado de los consumidores, por lo que es necesario proporcionar de productos que se encuentren en constante mejora.

#### **e. Laboratorio Dental**

La realización de placas dentales en la actualidad es de manera regular por lo que es necesario contar con los materiales de acuerdo a las características solicitadas por los clientes es por eso que es necesario proporcionarles a los profesionales de materiales de calidad que sean duraderos y que se ajusten a la estética requerida por los clientes.

#### **f. Odontopediatria**

Esta rama de la odontología se dedica a la atención de niños, por lo que es muy importante que se distribuyan productos que al momento de su utilización sean cómodos para los pacientes, normalmente las distribuidoras comercializan solo productos para adultos por lo que se considera que debería haber la comercialización de insumos para todo tipo de paciente.

#### **g. Ortodoncia**

Los profesionales buscan mejores materiales para la realización de su trabajo, por lo que buscan materiales que al momento de su utilización no causen dolor a los pacientes, es por eso que se ve la necesidad de distribuir productos con una mejor tecnología y calidad que al momento de su aplicación como son los brackets brinden un movimiento dentario preciso, mayor confort para el paciente y fáciles de ligar a fin de que no causen dolor al momento de su aplicación y aun mejor posteriormente.

#### **h. Restauración Dental entre otros**

Los profesionales odontológicos en su actividad deben realizar restauraciones dentales por lo que es necesario contar con la tecnología de mayor avance ya que las que se distribuyen en la ciudad por el momento no igualan los resultados de las utilizadas en otras ciudades o países.

### **1.6.6. Político**

- **Salvaguardias**

La ley establecida por el gobierno sobre las salvaguardias de los productos que el país importa están en 40% para maquinaria y productos tecnológicos, lo que puede afectar al proyecto a implementarse ya que algunos materiales para los productos a distribuirse son traídos del extranjero lo que se verá reflejado en el aumento precio por lo que seguramente abra disminución de compra por los precios altos.

Así también los equipos odontológicos traídos del exterior tendrán precios más elevados por lo que será difícil su venta en cantidades significativas.

- **Impuestos**

Así también se debe tener en cuenta las leyes del aumento de impuestos a pagar en el país o los cambios que puedan surgir en los mismos, ya que pueden afectar en las operaciones diarias del proyecto a implementarse en el caso de tener retrasos en los pagos de los mismos.

### **1.6.7. Infraestructura**

#### **a. Canales de Comunicación**

Los canales de comunicación en la ciudad de Ibarra son excelentes, ya que la población posee los servicios de telefonía celular de varias operadoras (claro, movistar, alegro) a su vez también consta de telefonía fija, internet de banda ancha y televisión por cable servicio que ofrecen varias compañías.

### **b. Servicios Básicos**

Según datos proporcionados por la Municipalidad de Ibarra, el cantón cuenta con cobertura de la red de agua del 64,6% a nivel cantonal en relación a las viviendas, de las cuales el 35,4% solo cuentan con el servicio de agua a través de pozo, de río o acequia, carro repartidor u otro.

Es importante destacar que el 95% de las viviendas en la cabecera cantonal cuentan con el servicio de agua potable. Así mismo cuentan con el servicio de alcantarillado lo que permite que en las épocas de lluvia los mismos no colapsen como lo hacían en el pasado. El cantón también cuenta con servicios de recolección de basura lo que permite que la ciudad se mantenga limpia.

Por otra parte, el servicio de electricidad en la ciudad es apropiado, debido a que tanto en las zonas urbanas como rurales cuentan con este servicio y el mismo es proporcionado de forma continua.

### **c. Viabilidad**

Ibarra cuenta con vías de acceso que se encuentran en óptimas condiciones, lo que permite que el comercio se realice de forma regular y en menor tiempo, cabe destacar que la viabilidad en algunas zonas rurales no son las más adecuadas debido a que aún no se terminan las obras de construcción de las mismas.

## 1.7. MATRIZ AOOD (Aliados, Oponentes Oportunidades, Riesgos)

**Tabla 7:**

**Matriz AOOD**

<b>MATRIZ AOOD</b>	
<p style="text-align: center;"><b>ALIADOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Profesionales odontólogos.</li> <li>-Realización de convenios con profesionales con consultorios propios, así como también con Instituciones Públicas.</li> <li>-Incremento de profesionales Odontólogos y preparación en especialidades.</li> <li>-Crecimiento de la cultura de cuidado bucal.</li> <li>-El proyecto se realizará donde se encuentra la cabecera de la población de la ciudad.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>OPONENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Negocios que ofrecen el mismo servicio.</li> <li>-Excesivos trámites en lo referente a los permisos de funcionamiento.</li> <li>-Numerosos procesos para la obtención de contratos con Entidades Públicas.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Pocas distribuidoras dentales en la ciudad con tecnología avanzada.</li> <li>-Posibilidad de crear sucursales en otras ciudades.</li> <li>-Población con cultura de cuidado bucal.</li> <li>-Profesionales odontólogos especializados en diferentes áreas.</li> <li>-Aumento en la creación de clínicas y consultorios dentales.</li> <li>-Fuentes de financiamiento por las entidades financieras.</li> <li>-Mercado.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>RIESGOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Inversiones altas y con un alto nivel de endeudamiento.</li> <li>-Preferencias de los profesionales de adquirir el servicio en otras ciudades.</li> <li>-Aumento de Impuestos.</li> <li>-Aumento de Salvaguardias.</li> </ul>

**Fuente:** Diagnostico

**Elaborado por:** La Autora

## **1.8. IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN**

Después de haber realizado el diagnóstico situacional externo de la ciudad de Ibarra y mediante el análisis adecuado de los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, se pudo determinar que: **LAS DISTRIBUIDORAS EXISTENTES EN LA CIUDAD DE IBARRA NO CUENTAN CON UNA AMPLIA GAMA DE PRODUCTOS, INSTRUMENTAL Y EQUIPOS DENTALES DE ALTA CALIDAD.**

Debido a que la mayoría de las distribuidoras existentes se limitan a brindar sus servicios en una sola área o los materiales básicos, por lo que se han visto afectados los profesionales, así como las instituciones públicas ya que los mismos tiene que dirigirse de una distribuidora a otra para adquirir los insumos necesarios para el desarrollo de sus actividades, lo que ocasiona demoras y costos adicionales.

De igual manera, aunque en la ciudad existen lugares que prestan estos servicios, los mismos no son suficientes para cubrir los requerimientos de los profesionales, por lo que los mismos adquieren los insumos necesarios para sus actividades en otras ciudades, lo que permite determinar que no existe una distribuidora dental adecuada para satisfacer los requerimientos de los odontólogos. Con lo anteriormente mencionado se puede concluir que la ciudad de Ibarra consta con el entorno apropiado para la implementación de un proyecto de inversión con el siguiente tema:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DENTALES EN LA CIUDAD DE IBARRA. PROVINCIA DE IMBABURA”.**

## CAPITULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. EMPRESA

Según (Lopez, 2012) la define como:

**“Una combinación organizada de dinero y de personas que trabajan juntas, que producen un valor material o beneficio, tanto para las personas que han aportado ese dinero en este caso los propietarios como para los empleados, a través de la producción de determinados productos o servicios que venden a personas o entidades interesadas en ellos”. (Pág. 29)**

De acuerdo a lo anteriormente expuesto se puede determinar que la empresa es un ente que tiene como finalidad satisfacer las necesidades y exigencias de los consumidores por medio del ofrecimiento de productos o servicios y a su vez buscan obtener una rentabilidad por los mismos.

##### 2.1.1. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

Según (Zapata, 2011) expresa que:

**“Existen numerosas diferencias entre unas empresas y otras. Sin embargo, podemos clasificarlas de varias formas tales como: según su naturaleza (Industriales, Comerciales, Servicios, Agropecuarias, Mineras), según el sector o la procedencia de su capital (Privadas, Públicas y Mixtas), según la integración del capital o número de socios (Unipersonales y Sociedades), según el tamaño (Microempresa, pequeñas Empresas, medianas Empresas y Grandes Empresas)”.**

De acuerdo a lo expuesto anteriormente podemos concluir que las empresas se clasifican de diversas maneras, lo importante es definir al sector al que se va a dedicar, el número de socios, el tamaño de la misma y el capital requerido para su puesta en marcha.

## **2.2. MICROEMPRESA**

Según (Chorro, 2010) define que:

**“Se entiende que es un negocio particular o familiar que opera en el mercado produciendo y/o comercializando bienes o servicios por riesgo propio a través de una unidad organizativa, con un establecimiento fijo, la cual crea fuentes de trabajo y genera autoempleo”. (Pág. 18)**

Las microempresas son negocios que tienen como objetivo comercializar bienes o prestar servicios en cantidades moderadas dependiendo de sus actividades, además de que las mismas no necesitan sumas grandes de capital y son capaces de crear fuentes de trabajo.

### **2.2.1. CARACTERÍSTICAS DE LA MICROEMPRESA**

Según [microempresa.blogdiario.com](http://microempresa.blogdiario.com) (2008) en su página web manifiesta: ***“La Micro empresa reúne adicionalmente las siguientes características: El propietario o propietarios laboran en la misma, el número total de trabajadores y empleados no excede de diez (10) personas, genera elevados niveles de empleo”. (Pág. 5)***

En base a lo expuesto se puede determinar que una de las principales características de las microempresas es que tiene un número máximo de 10 trabajadores y que los propietarios laboran en la misma, además de generar fuentes de trabajo.

## **2.3. DISTRIBUCIÓN**

Según (Limas, 2011) determina que: ***“Es aquella que desplaza los productos desde un destino de origen a través del fabricante, mayorista o minorista, hasta un destino final dirigido a consumidores/usuarios”. (Pág. 189)***

La distribución es colocar productos en el mercado que van dirigidos a comerciantes ya sean mayoristas, minoristas o consumidores finales en un momento oportuno, en el lugar preciso y en la cantidad demandada logrando la satisfacción de los consumidores.

### **2.3.1. DISTRIBUIDORAS**

Según (Rojas, 2014) define: *“Son centros de almacenaje que actúan como nexo entre las empresas que fabrican o producen los bienes y aquellos que los venden al público consumidor”*.

Las distribuidoras son entidades reconocidas como mediadores entre los productores y consumidores finales, es decir se dedican a la compra de bienes que mantienen en bodegas y posteriormente son vendidos a los consumidores finales ya sea en cantidades pequeñas o en proporciones grandes.

### **2.3.2. TIPOS DE DISTRIBUIDORAS**

Según (Silva, 2011) expresa que existen dos tipos de distribuidoras que se dividen de la siguiente manera:

#### ✓ **MAYORISTAS**

*Es la clase de comercio que se provee directamente del productor, que maneja grandes cantidades (para abastecer mercados con gran demanda) y que no vende directamente al consumidor final.*

#### ✓ **MINORISTAS**

*Es la clase de comercio que se provee de productos de los mayoristas o también de los fabricantes, en el que priman las pequeñas cantidades de distribución y que venden directamente los productos al consumidor final (son el último eslabón de la cadena de distribución).*

Las distribuidoras se clasifican en dos tipos, las minoristas que son aquellas que se dedican al comercio de pequeñas cantidades de productos a los consumidores finales, así también encontramos las distribuidoras mayoristas que son aquellas que se dedican a vender en proporciones grandes y que no necesariamente es para los consumidores finales.

### **2.3.3. DISTRIBUIDORAS DENTALES**

Según el Ministerio de Salud Pública del Ecuador, define: *“Son establecimientos que venden al por mayor materiales y productos utilizados en Odontología, el Instituto Nacional de Higiene determinara la lista de productos que requieren Registro Sanitario para su comercialización”*.

Las distribuidoras dentales son establecimientos dedicados a comercializar materiales, instrumental y equipos odontológicos a los profesionales es esta área, así como también a instituciones publica y privadas dedicadas al cuidado de la salud bucal.

### **2.4. PRODUCTOS DENTALES**

Según (Suárez , 2013) define que: *“Los productos dentales son sustancias que se emplean con la finalidad de modificar, prevenir, diagnosticar, aliviar o curar estados patológicos en el paciente. Además de restaurarle la capacidad funcional, estética y psíquica”*. (Pág. 2)

De acuerdo al concepto proporcionado por el autor podemos concluir que los productos dentales son elementos utilizados por los profesionales odontológicos con el propósito de prevenir, aliviar o curar enfermedades bucales en la ciudadanía que solicita sus servicios.

#### **2.4.1. IMPORTANCIA DE LOS PRODUCTOS DENTALES**

Según (Sanitas, 2016) determina que: *“Unos materiales y equipos buenos permiten trabajos mucho más precisos, hacen menos frecuentes las complicaciones y permiten resultados*

*mucho más estéticos y duraderos que los que efectúan con materiales e instrumentales pobres”.*

Los productos dentales son de gran importancia en el ámbito odontológico ya que dependiendo de la calidad de los mismos los profesionales pueden ofrecer un servicio de calidad y los resultados en la ciudadanía serán más satisfactorios, por lo que es necesario contar con materiales que cuenten con las especificaciones requeridas por los odontólogos.

#### **2.4.2. CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS DENTALES**

Según (Suárez , 2013) define que los productos dentales poseen las siguientes características:

**“Son fáciles de llevar a la cavidad bucal, resistentes a los impactos masticatorios, resistente a los cambios térmicos, no son irritables para los tejidos blandos, ni la pulpa dentaria, no son tóxicos, son estéticos, son adaptables a las paredes dentales, son de fácil mezclado, son compresivos, poseen un límite de elasticidad proporcional”, (Pág. 2)**

Los productos dentales deben poseer características que les permitan realizar a los odontólogos su actividad de forma segura, por lo que o deben ser tóxicos, deben ser resistentes, estéticos, fáciles de mezclar, fáciles de manejar y deben contener certificaciones de seguridad para su uso.

#### **2.5. ESTUDIO DE MERCADO**

Según <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/> en su página web dice que:

**“El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar nuevos productos o servicios, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados”.**

De acuerdo a lo expuesto anteriormente podemos concluir que el estudio de mercado es aquel que nos permite recolectar información acerca del entorno al que nos vamos a dedicar, lo que nos permitirá establecer planes de negocio para lanzar nuevos productos o servicios o mejorar los existentes y así lograr abarcar la mayor cantidad de mercado posible.

### **2.5.1. SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

Según (Limas, 2011) señala que:

**“La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado en varios subgrupos más pequeños e intrínsecamente homogéneos de consumidores con necesidades y características comunes y que responderán de forma paralela ante una mezcla de marketing (producto, precio, plaza, promoción)”. (Pág. 81)**

La segmentación de mercado es aquel que nos permite dividir el mercado en pequeños grupos de consumidores con características y necesidades similares lo que nos ayudara a determinar a cuál nos vamos a dirigir con nuestros productos o servicios mediante procesos de marketing.

### **2.5.2. MERCADO META**

Según (Lamb, 2011) define que: ***“Es un grupo de personas u organizaciones para los cuales una organización diseña, implementa y mantiene una mezcla de marketing creada para satisfacer las necesidades de dicho grupo, dando como resultado intercambios mutuamente satisfactorios”. (Pág. 276)***

El mercado meta es aquel al cual una organización va a dirigir la venta sus productos o la prestación de un servicio, mediante la implementación de estrategias de marketing desarrolladas para satisfacer las necesidades de los consumidores y que les permita diferenciarse de la competencia y a su vez posicionarse en el mercado.

### 2.5.3. OFERTA

Según (Limas, 2011) manifiesta que: *“La oferta es la cantidad de mercancías y servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a los diferentes precios que existen en el mercado en un momento determinado”*. (Pág. 100)

Se puede definir que la oferta es el número de unidades de un bien o servicio que los vendedores están dispuestos a vender a un determinado precio. Lo que genera que ante el aumento del precio la cantidad ofertada incremente y la cantidad demandada disminuye por lo que los precios deben estar acordes a los del mercado.

### 2.5.4. DEMANDA

Según (Córdoba, 2011) define: *“Como la cantidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores en un momento determinado”*. (Pág. 62)

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar para satisfacer sus necesidades por un determinado precio de mercado.

### 2.5.5. DEMANDA INSATISFECHA

Según (Urbina, 2010) establece que:

**“Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en años futuros, sobre el cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”**. (Pág. 43)

Es aquella en la cual un mercado se encuentra o puede llegar a encontrarse insatisfecho ya sea por la escasa producción de viene so prestación del servicio o ya sea por restricciones que se pueden llegar a presentar lo que puede llegar a reflejar una posibilidad de ampliarlo.

### **2.5.6. POBLACIÓN**

Según (Limas, 2011) determina que: *“Se denomina población a un colección finita o infinita de unidades (individuos o elementos) de los cuales se desea obtener una información. De la población, es necesario identificar: elemento, unidad de muestreo, alcance, tiempo”*. (Pág. 74)

Se refiere al conjunto de personas que habitan en un determinado territorio o zona y de los cuales se desea obtener información.

### **2.5.7. MUESTRA**

Según (Ortega, 2010) establece que: *“Es una porción o subconjunto de unidades extraídas del universo, que debe presentar los mismos fenómenos que ocurren en aquel, con el fin de estudiarlos y medirlos”*. (Pág. 113)

Es el número de elementos que han sido elegidos del total del universo de la población de un sector con la finalidad de realizarles una encuesta para la recolección de información.

### **2.5.8. COMERCIALIZACIÓN**

Según (Arévalo, 2012) define que: *“La comercialización es un conjunto de actividades que los oferentes realizan para lograr la venta de sus productos o servicios”*. (Pág. 47)

La comercialización es una actividad que los oferentes realizan con el propósito de proporcionarles a los consumidores un bien o servicio en el tiempo y lugar establecido.

### **2.5.9. PRECIO**

Según (Urbina, 2010) define: *“Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio”*. (Pág. 61)

Es la cantidad monetaria en la cual tanto los productores están dispuestos a vender como consumidores están a pagar por un bien o servicio.

### **2.5.10. PRODUCTO**

Según (Hermida, 2015) comenta que:

**“Es cada uno de los ítems de oferta que una empresa sitúa en el mercado para satisfacer las necesidades de un conjunto de consumidores potenciales. Junto con el precio, la distribución y la comunicación constituyen las decisiones de marketing que toda organización debe tomar”. (Pág. 44)**

Son bienes tangibles que son ofrecidos al mercado para que sean adquiridos por los clientes a fin de satisfacer sus necesidades o deseos.

### **2.5.11. SERVICIO**

Según (Limas, 2011) manifiesta:

**“Son los productos intangibles, es decir aquellas actividades o acciones que no se pueden tocar, oler, gustar, oír o ver antes de ser comprados pero que si se pueden calificar una vez que se utilizan. Ejemplo: la educación, un hotel, un hospital, el transporte, asesoría”. (Pág. 118)**

Son productos intangibles requeridos por la ciudadanía que no se pueden tocar y que solo se pueden calificar una vez que son utilizados, pero son requeridos por la ciudadanía para satisfacer sus necesidades.

### **2.5.12. PROMOCIÓN**

Según (Limas, 2011) señala: ***“Esta variable hace referencia a todas aquellas actividades que desarrolla la empresa para dar a conocer, recordar o informar sobre el producto al mercado objetivo con el fin de estimular la compra y uso del mismo”.* (Pág. 205)**

Según lo expuesto anteriormente se puede definir que son un conjunto de actividades realizadas por los productores hacia los consumidores orientadas a lograr un incremento en sus ventas por medio de incentivos y propuestas.

### **2.5.13. PUBLICIDAD**

Según (Limas, 2011) manifiesta:

**“La publicidad es una importante y poderosa herramienta de promoción. En esta herramienta se hace uso de diferentes medios de comunicación pagados por una compañía, para informar, recordar o avisar a los consumidores sobre un producto o compañía con el objetivo de estimular la compra del mismo”. (Pág. 207)**

De acuerdo a lo proporcionado anteriormente podemos definir que la publicidad es una herramienta utilizada por la empresa con el fin de dar a conocer sus productos o servicios, esto lo realizan ya sea por medios de comunicación televisados, escritos o radiales con el fin de estimular a los consumidores la compra de sus productos o la adquisición de sus servicios.

### **2.5.14. PLAZA**

Según (Villar, 2014) define que:

**“Describe la forma en la que un producto llega al consumidor. Para un producto tangible, hace referencia al sistema de distribución, incluyendo almacenaje, transporte, fuerza de ventas, puntos de venta, o lugares en los que se ofrece gratuitamente. Para productos intangibles se refiere a las decisiones sobre los canales por los que la información o captación llega a los consumidores”. (Pág. 327)**

Son los canales que permiten introducir los productos al mercado, hace referencia a los sistemas de distribución y comunicación mediante los cuales se da a conocer nuestros productos o servicios al consumidor.

## 2.6. ESTUDIO TÉCNICO

Según (Córdoba, 2011) determina que:

**“El estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿Cuánto, donde, como y con que producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o un servicio”. (Pág. 106)**

El estudio técnico hace referencia a como se va a llevar a cabo el proyecto es decir dónde y cómo se lo realizara permite determinar las necesidades de mano de obra, capital y equipos necesarios para desarrollar el proyecto, así como también nos permite determinar los recursos necesarios para obtener el producto o servicio deseado para ofrecer a la ciudadanía.

### 2.6.1. MACRO LOCALIZACIÓN

Según (Córdoba, 2011) manifiesta:

**“Que se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá determinado proyecto. Esta tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y demanda y en la infraestructura existente. Además, compara las alternativas propuestas para determinar las regiones o terrenos más apropiados para el proyecto”. (Pág. 119)**

La macro localización nos permite determinar el área donde se va a llevar a cabo el proyecto, es decir nos ayuda a definir aspectos como la provincia o ciudad donde se pretende implementar el negocio.

### 2.6.2. MICRO LOCALIZACIÓN

Según (Córdoba, 2011) establece:

**“Que es aquella que indica cual es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida. La micro localización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa”.**

**(Pág. 121)**

La micro localización es aquella que nos permite determinar los aspectos más exactos de donde se desea ubicar el proyecto es decir la ciudad o dirección en donde se pretende implementar el negocio.

### **2.6.3. TAMAÑO DEL PROYECTO**

Según (Arévalo, 2012) lo define:

**“Como la capacidad física o real de producción de bienes o servicios durante un periodo de operación, considerado normal para las condiciones y tipo de proyecto en cuestión. Esta capacidad se expresa en cantidades producidas por unidad de tiempo, es decir, volumen, peso, valor o número de unidades de productos elaborados, por ciclo de operación o periodo definido”.** (Pág. 74)

De acuerdo a la definición proporcionada se puede determinar que el tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de generar unidades de bienes o servicios que se pueden producir durante un ciclo de operación o periodo definido.

### **2.6.4. CAPACIDAD INSTALADA**

Según (Arévalo, 2012) manifiesta que: ***“Es la producción máxima de un artículo específico o una combinación de productos que el sistema de trabajadores y maquinas pueden generar, trabajando en forma integrada, por unidad de tiempo”.*** (Pág. 73)

Hace referencia al total de productos o servicios que los trabajadores en conjunto con las maquinarias y equipos dentro de la organización pueden producir trabajando de forma continua.

### **2.6.5. FLUJJOGRAMAS DE PROCESOS**

Según (Wikipedia, 2016) afirma que: *“El diagrama de flujo o diagrama de actividades es la representación gráfica del proceso. Se utiliza en disciplinas como programación, economía y procesos industriales”*.

Los flujogramas de procesos son representaciones gráficas de los procesos que se realizan en la organización ya sea en la elaboración de los productos o en la prestación de los servicios que se ofrecerán en el mercado.

### **2.6.6. INVERSIÓN FIJA**

Según (Urbina, 2010) expresa que:

**“Inversión fija comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, se entiende por activo tangible o fijo, a los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros”.** (Pág. 175)

Según lo expuesto anteriormente la inversión fija son todos los activos fijos o tangibles adquiridos por la organización para iniciar sus actividades, entre los activos fijos tenemos lo relacionado a los terrenos, edificios, maquinaria, equipos entre otros.

#### **2.6.6.1. EDIFICIOS**

Según (Ortega, 2010) afirma que: *“Se refiere a las edificaciones que albergaran las áreas productivas, como las de almacén de materias primas, refacciones, productos terminados y las áreas de administración, comercialización, exhibición, vigilancia y servicios”.* (Pág. 212)

Se refiere a las edificaciones donde se encontrarán instaladas las áreas de producción o prestación de servicios las misma que deberán estar bien definidas y distribuidas a fin de mejorar los procesos de producción.

#### **2.6.6.2. MAQUINARIA Y EQUIPO**

Según (Córdoba, 2011) define que: ***“Corresponde a los bienes necesarios para la producción y servicios de apoyo como el laboratorio, la planta de energía, talleres de mantenimiento, unidades para transporte y oficinas o departamentos”.*** (Pág. 191)

Son los bienes que se utilizan en la producción o prestación de servicios dependiendo de la actividad a la que la empresa se va a dedicar entre estos brindaran apoyo a las áreas como las de mantenimiento, oficinas, etc.

#### **2.6.6.3. VEHÍCULOS**

Según (Superintendencia de pensiones, 2008) define: ***“Son bienes tangibles de uso permanente referente a automotores registrados a nombre de la entidad que coadyuvan a las operaciones y actividades administrativas”.*** (Pág. 8)

Son los automotores que la empresa utilizara para realizar las actividades de transporte en lo referente a la distribución o actividades administrativas en nombre de la organización.

#### **2.6.6.4. MUEBLES Y ENSERES**

Según (Superintendencia de pensiones, 2008) determina: ***“Que son bienes tangibles de uso permanente referente a muebles y enseres de oficina que coadyuvan a las operaciones y actividades administrativas”.*** (Pág. 2)

Son aquellos bienes tangibles de uso permanente en las operaciones y actividades administrativas de las oficinas.

#### **2.6.7. INVERSIÓN CORRIENTE**

Según (Urbina, 2010) opina que:

**“Inversiones diferidas o intangibles es el conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, y que incluye patentes de inversión, marcas, diseños comerciales, gastos pre operativos, de instalaciones y puestas en marcha, estudios que tiendan a mejorar en el presente o futuro el funcionamiento de la empresa”. (Pág. 175)**

Son todas aquellas inversiones intangibles que la empresa realiza para su funcionamiento tales como diseños comerciales, marcas, estudios que tiendan a mejorar el funcionamiento de la empresa ya sea en el presente o futuro, entre otros.

#### **2.6.7.1. COSTO DE VENTAS**

Según (Morales, 2012) define que: ***“Es el costo de producción o servicio que se entrega al cliente y puede ser el costo de producción o el de adquisición del artículo o servicio”. (Pág. 54)***

De acuerdo a lo expuesto es el costo del producto o servicio que se entrega al cliente, este puede ser el costo de producción o el costo de adquisición del producto o servicio.

#### **2.6.7.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS**

Según (Enciclopedia Financiera, s.f.) define que:

**“Se denomina gastos de administración a aquellos contraídos en el control y la dirección de una organización, pero no directamente identificables con la financiación, la comercialización, o las operaciones de producción. Los salarios de los altos ejecutivos y los costes de los servicios generales se incluyen en esta rúbrica”.**

Los gastos administrativos son aquellos que ocurren debido a la dirección y control de la organización, es decir debido al pago de ejecutivos y trabajadores como también pagos ocasionados en las actividades operativas del negocio.

### **2.6.7.3. GASTOS FINANCIEROS**

Según (Enciclopedia Financiera, s.f.) establece:

**“Los gastos financieros son aquellos en que incurre una organización para la obtención de financiación. Los más característicos son las comisiones de préstamo y los intereses de préstamos y bonos, pero existen otros como las comisiones de colocación de acciones y/o bonos en mercados financieros o los gastos por coberturas con derivados”.**

Los gastos financieros son aquellos en los que la organización incurre al momento de solicitar financiamiento y que deben realizar sus pagos ya sea mensual o en las fechas establecidas con la entidad que les otorgo el préstamo.

### **2.6.7.4. GASTOS DE VENTAS**

Según (NIC, 2010) afirman que:

**“Los gastos de venta son los gastos incrementales directamente atribuibles a la venta de un activo en los que la empresa no habría incurrido de no haber tomado la decisión de vender, excluidos los gastos financieros, los impuestos sobre beneficios y los incurridos por estudios y análisis previos. Se incluye los gastos legales necesarios para transferir la propiedad del activo y las comisiones de venta”.**

Los gastos de venta son aquellos en los que incurre la organización al realizar ventas y están relacionados con los estudios y análisis previos, así como también en los tramites de transferir el activo, el almacenamiento y promoción de venta entre otros.

### **2.6.8. UTILIDAD NETA**

Según la revista (Economía y Negocios, s.f.) define: ***“Que se entiende por utilidad neta, la utilidad resultante después de restar y sumar de la utilidad operacional, los gastos e ingresos no operacionales respectivamente, los impuestos y la reserva legal”.***

La utilidad neta es la utilidad que le queda a la organización después de restar todos los gastos incurridos en el periodo lo que significa una ganancia y puede considerarse una opción para inversión en el próximo periodo.

## **2.7. ESTUDIO FINANCIERO**

Según (Ortega, 2010) concluye que: *“Tiene como finalidad aportar una estrategia que permita al proyecto allegarse los recursos necesarios para su implementación y contar con la suficiente liquidez y solvencia, para desarrollar ininterrumpidamente operaciones productivas y comerciales”.* (Pág. 210)

Es estudio financiero es aquel que una organización realiza con el fin de mantener estrategias que les permita mantener los recursos necesarios para su implementación y mantener una solvencia para realizar sus operaciones productivas y comerciales sin interrupciones.

### **2.7.1. PRESUPUESTO DE INGRESOS**

Según (Córdoba, 2011) dice: *“Es aquel presupuesto que permite efectuar las estimaciones de ingresos para el periodo de vida previsto a precios constantes y/o corrientes del producto resultante al finalizar el respectivo proyecto”.* (Pág. 196)

El presupuesto de ingresos es aquel que nos permite obtener información de cómo se desarrollan las ventas durante el periodo y los precios de los productos vendidos, lo que nos permitirá tomar decisiones en el próximo periodo en relación a la cantidad de productos a vender y el precio de los mismos.

### **2.7.2. PRESUPUESTO DE GASTOS**

Según (Ortega, 2010) determina que: *“Los presupuestos de egresos están integrados fundamentalmente por los siguientes rubros: costos de producción, costos de operación, gastos administrativos y ventas, así como gastos financieros”.* (Pág. 211)

El presupuesto de gastos representa todos los costos incurridos en la producción de bienes o prestación de servicios, así como también los gastos incurridos en las operaciones administrativas, financieras y de ventas de la institución.

### **2.7.3. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA**

Según (Guajardo, 2014) dice: *“El Estado de Situación Financiera, presenta en un mismo reporte la información necesaria para tomar decisiones en las áreas de inversión y financiamiento”.* (Pág. 48)

El estado de situación financiera es un reporte que nos proporciona información para la toma de decisiones en las áreas de inversión y financiamiento si la empresa lo requeriría.

### **2.7.4. ESTADO DE RESULTADOS**

Según (Morales, 2012) dice que:

**“Presenta información sobre los resultados de una empresa en un periodo determinado, enfrentando a los ingresos, los costos y gastos que se incurrieron para poder obtener y calcular una utilidad o pérdida para ese periodo, muestra un resumen de los resultados de las operaciones de la empresa, si ganó o perdió durante el periodo”.** (Pág. 5)

El estado de resultados es aquel que nos permite determinar la utilidad o pérdida que ha tenido la empresa durante el ejercicio económico; en base a este estado se puede medir la ganancia que ha generado las operaciones de la empresa.

### **2.7.5. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO**

Según (Guajardo, 2014) determina que:

**“Es un informe que desglosa los cambios en la situación financiera de un periodo a otro incluye, las entradas y salidas de efectivo para determinar el cambio en esta partida, el cual es un factor decisivo al evaluar la liquidez de un negocio”. (Pág. 49)**

El estado de flujo de efectivo es aquel que nos permite obtener información financiera de las entradas y salidas de efectivo que ha tenido La empresa durante el periodo, lo que nos permite determinar si a empresa mantiene liquidez o no.

### **2.7.6. CAPITAL DE TRABAJO**

Según (Urbina, 2010) manifiesta que: ***“Esta representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo o diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa”. (Pág. 145)***

Por la definición anteriormente mencionada se puede determinar que el capital de trabajo es una inversión liquida adicional que la organización debe contar para que la empresa empiece a funcionar.

### **2.7.7. CAPITAL FIJO**

Según (Córdoba, 2011) manifiesta que: ***“Es parte del capital destinado a la compra de terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículos, herramientas”. (Pág. 191)***

El capital fijo es aquel que la empresa destina para la compra de terreno, edificaciones, maquinarias, etc., necesarias para iniciar el funcionamiento de las operaciones de la organización.

### **2.7.8. CAPITAL VARIABLE**

Según (Córdoba, 2011) manifiesta que: *“Se refiere a los activos intangibles que están referidos al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, e incluye investigaciones preliminares, gastos de estudio, estructura organizativa”.* (Pág. 192)

El capital variable son los activos intangibles que la empresa destina para su funcionamiento tales como investigaciones preliminares, gastos de estudio, etc.

### **2.7.9. DEPRECIACIÓN**

Según (Solorio, 2012) define que: *“Consiste en distribuir el costo de un activo tangible, menos su valor de desecho a través de la vida útil probable de la unidad, es la baja de valor de cualquier activo material debido al desgaste”.* (Pág. 104)

La depreciación consiste en la baja del valor de un bien o activo tangible a través de su vida útil debido al desgaste por lo que la empresa lo contabiliza como un costo.

## **2.8. INDICADORES ECONÓMICOS**

### **2.8.1. TASA DE RENDIMIENTO MEDIA**

Según (Urbina, 2010) define que:

**“La tasa de rendimiento es la tasa de ganancia anual que solicita ganar el inversionista para llevar a cabo la instalación y operación de la empresa, es la tasa de crecimiento real de la empresa, también conocida como premio al riesgo, de forma que su valor debe reflejar el riesgo que corre el inversionista de no obtener las ganancias pronosticadas y que eventualmente vaya a bancarrota”.** (Pág. 197)

La tasa de rendimiento media nos permite determinar la medida de rentabilidad que necesita un proyecto a fin de cubrir su inversión inicial, los egresos de las operaciones que se realicen, la rentabilidad del capital invertido, los impuestos y los intereses que debemos pagar en caso de tener inversiones financiadas por terceras personas.

### **2.8.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

Según (Sapag, 2011) determina que: *“Mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada y después de recuperar toda la inversión”*. (Pág. 300)

El valor actual neto (VAN) es un método de evaluación que nos permite medir los proyectos de inversión, nos indica si la empresa está teniendo la rentabilidad deseada después de recuperar el monto de la inversión.

### **2.8.3. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

Según (Ortega, 2010) dice: *“Es la tasa de actualización que iguala el valor presente de los ingresos totales con el valor presente de los egresos totales de un proyecto en estudio”*. (Pág. 262)

La tasa interna de retorno (TIR) es un indicador que nos permite actualizar la tasa de los ingresos totales y de los egresos totales a fin de determinar la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR mayor rentabilidad por lo que no sirve como indicador de si se debe realizar el proyecto o no.

### **2.8.4. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

Según (Sapag, 2011) dice: *“Tiene por objeto medir en cuanto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado”*.

Del concepto anteriormente proporcionado podemos definir que el periodo de recuperación de la inversión es un indicador que nos permite determinar el tiempo en el que se recuperara la inversión del capital utilizado en el proyecto.

### **2.8.5. RELACIÓN COSTO-BENEFICIO**

Según (Sapag, 2011) dice: *“La relación costo benéfico compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión”*. (Pág. 307)

La relación costo-beneficio nos indica la relación entre las utilidades del capital invertido frente a los recursos utilizados en la producción de los bienes o la prestación del servicio por la organización.

### **2.8.6. PUNTO DE EQUILIBRIO**

Según (Ortega, 2010) dice: *“Representa el volumen de operación o nivel de utilización de la capacidad instalada, en el cual los ingresos son iguales a los costos. Por debajo de este punto la empresa incurre en pérdidas o por arriba obtiene utilidades”*. (Pág. 223)

El punto de equilibrio representa el volumen de utilización de la capacidad instalada en la organización, además en el cual los ingresos por las ventas generadas son iguales a la suma de los costos fijo y variables realizados, por lo que si la empresa se encuentra por debajo de este punto está incurriendo en pérdidas, pero si se encuentra por encima está obteniendo ganancias.

## **2.9. PROPUESTA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL**

### **2.9.1. MISIÓN**

Según (Alemán, 2012) determina: *“Es el propósito o razón que justifica la existencia de la empresa. Describe, en términos amplios, su actividad e identifica la necesidad básica de la sociedad a la que la empresa destina sus productos”*. (Pág. 447)

La misión representa la razón de ser o existencia de una organización, determina a que se dedica la empresa, cuáles son sus necesidades que cubre con los productos o servicios ofertados es decir a que mercado está dirigido.

### **2.9.2. VISIÓN**

Según (Alemán, 2012) define que: *“Trata de definir el modelo de empresa que se persigue haciendo hincapié en los rasgos distintivos. Es, por así decirlo, la imagen deseada de la empresa, una apreciación idealizada de lo que desea para el futuro”*. (Pág. 448)

La visión se refiere al camino que la empresa quiere seguir, es decir lo que la empresa quiere llegar a ser o como se ve en el futuro, su propósito es guiar, controlar y animar a la organización mediante planes y estrategias para alcanzar los objetivos o imagen que desean.

### **2.9.3. OBJETIVOS**

Según (Alemán, 2012) manifiesta que: *“Formalizan y concretan las líneas de actuación de la empresa proponiendo avances realistas pero ambiciosos”*. (Pág. 448)

Según lo expuesto podemos determinar que los objetivos son resultados que la empresa desea alcanzar en el desarrollo de sus operaciones estos pueden llegar a ser en corto, mediano o largo plazo, los mismos deben ser realistas.

### **2.9.4. VALORES**

Según (Martinez, 2012) determina que: *“Son los ideales y principios colectivo que guían las reflexiones y las actuaciones de un individuo o un grupo de individuos, son los ejes de conducta de la empresa y están íntimamente relacionados con los propósitos de la misma”*. (Pág. 23)

Los valores son los que guían la forma de actuar del talento humano de la organización, son los ejes de conducta que los miembros de la organización deben seguir en el desarrollo de sus actividades los mismos que deben estar relacionados con los propósitos de las mismas, los valores son considerados como las costumbres que distinguen a la organización de otras.

## **2.9.5. ESTRUCTURA ORGÁNICA**

Según Hernández, A. & Hernández, A. define:

**“La estructura técnica de las relaciones que deben existir entre las funciones como niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados”. (Pág. 54)**

De acuerdo a lo expuesto anteriormente se puede definir que la estructura orgánica es aquella donde se definen las relaciones que deben existir entre los niveles y actividades que se realizan con el fin de lograr la máxima eficiencia de las metas, objetivos y planes que la organización se ha planteado conseguir en un periodo determinado.

## **2.10. IMPACTOS**

### **2.10.1. ECONÓMICO**

Según (Organización Panamericana, 2013) determina que:

**“El impacto económico incluye impactos macro y micro económicos de la opción seleccionada, sobre todo en términos de crecimiento económico y de competitividad. Por ejemplo, cambios en los costos de operación tanto para los negocios y empresas como para las autoridades públicas, impactos en el potencial para el desarrollo de innovación y tecnología, cambios en la inversión, en la participación del mercado y en las tendencias de comercio, incremento o decremento en los precios al consumidor, etc.” (Pág. 10)**

El impacto económico es aquel que se puede ver reflejado en el crecimiento o competitividad de la empresa en el mercado ya sea de forma positiva o negativa, esto se puede dar debido a los cambios de los costos para la producción, desarrollo e innovación, cambios en el mercado, cambios de la inversión o por cambios de los precios en el mercado lo que afecta directamente a los ingresos de la empresa.

### **2.10.2. AMBIENTAL**

Según (Fernández, 2009) determina que:

**“Es una acción o actividad que produce una alteración. Favorable o desfavorable, en el medio ambiente o en algunos componentes del medio. Esta acción puede ser un proyecto de ingeniería, programa o plan, una ley o una disposición administrativa con implicaciones ambientales”. (Pág. 25)**

De acuerdo a lo expuesto anteriormente podemos concluir en que el impacto ambiental es todo aquel proyecto o programa que puede llegar a afectar al medio ambiente ya sea de forma favorable o desfavorable y que sus impactos se verán reflejados en el transcurso del tiempo.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. INTRODUCCIÓN**

El estudio de mercado nos permitirá determinar los niveles de demanda y oferta existentes, así como la demanda insatisfecha del mercado al cual pretendemos enfocarnos, y a su vez los centros de distribución de productos dentales que ya existen en la ciudad.

Mediante el estudio se realizan los análisis respectivos en relación a variables muy importantes como son la demanda, oferta, precios, competencia y la comercialización del servicio que estamos pretendiendo ofrecer, esta investigación a realizar nos permitirá determinar si el proyecto que se pretende implementar es factible, es decir si el mismo llegará a tener una aceptación por parte de los posibles usuarios del servicio.

Cabe mencionar que en la ciudad de Ibarra lugar donde se pretende llevar a cabo el estudio, existe un local reconocido que oferta parte de los requerimientos de los odontólogos, el cual será considerado como nuestra competencia directa con respecto al tipo de servicio que estamos ofertando, debido a que la ciudad carece de variedad de lugares de distribución de productos dentales, recalamos que la creación de una distribuidora que contenga todos los materiales, instrumental y equipos odontológicos será muy beneficiosa para los profesionales como para la ciudadanía ya que los mismo ofrecerán un servicio de calidad al contar con todo lo necesario para la realización de sus actividades.

## **3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO**

### **3.2.1. Objetivo General**

Identificar la demanda, oferta, precios y en especial la demanda insatisfecha mediante el estudio de mercado que nos permita determinar la aceptación de la microempresa.

### **3.2.2. Objetivos Específicos**

- Identificar la potencial demanda que tendrá la microempresa de distribución de productos dentales en la ciudad de Ibarra.
- Determinar la oferta del servicio que se pondrá a disposición de los profesionales odontólogos.
- Analizar los precios adecuados de acuerdo a la competencia para el servicio a ofrecer.
- Establecer los medios de publicidad adecuados para lograr una comercialización óptima del servicio a ofrecer en la distribuidora de productos dentales.

## **3.3. VARIABLES DEL ESTUDIO DE MERCADO**

- Demanda
- Oferta
- Precio
- Comercialización

## **3.4. INDICADORES QUE DEFINEN LAS VARIABLES**

### **3.4.1. Demanda**

- Población
- Mercado meta

- Cantidad total de la demanda
- Proyección de la demanda

#### **3.4.2. Oferta**

- Competencia
- Cantidad total ofertada
- Proyección de la oferta
- Proveedores

#### **3.4.3. Precio**

- Análisis del precio actual de servicios similares

#### **3.4.4. Comercialización**

- Medios de publicidad
- Medios de promoción

### 3.5. MATRIZ DE OPERACIÓN DE VARIABLES

**Tabla 8:**

**Matriz de Operación de Variables**

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	FUENTES
Identificar la potencial demanda que tendrá la microempresa de distribución de productos dentales en la ciudad de Ibarra.	Demanda	- Población - Mercado Meta - Cantidad total de demanda - Proyección de la demanda	Primaria Secundaria	Investigación Colegio de Odontólogos de Ibarra- Encuesta  Investigación
Determinar la oferta del servicio que se pondrá a disposición de los profesionales odontólogos.	Oferta	- Competencia - Cantidad total de oferta -Proyección de la oferta	Primaria Secundaria	Observación Investigación
Analizar los precios adecuados de acuerdo a la competencia para el servicio a ofrecer.	Precios	- Análisis del precio actual de servicios similares	Primaria	Observación
Establecer los medios de publicidad adecuados para lograr una comercialización óptima del servicio a ofrecer en la distribuidora de productos dentales.	Comercialización	- Medios de Publicidad - Medios de promoción	Primaria	Encuestas

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La Autora

### **3.6. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO**

El servicio que se va a ofertar está dirigido directamente para los profesionales Odontólogos de la ciudad de Ibarra. Las distribuidoras de productos dentales son de gran importancia entre los profesionales ya que las mismas son las que les proporcionan de los productos necesarios con las características requeridas para la realización de su actividad a fin de prestar un servicio de calidad que se refleja en la salud física y mental de la ciudadanía.

En la ciudad de Ibarra localidad donde se pretende llevar a cabo el estudio, se puede evidenciar que no existen distribuidoras dentales con todos los materiales, instrumental y equipos necesarios, por lo que muchos de los odontólogos optan por dirigirse a otras ciudades a realizar las compras de los mismos teniendo como consecuencia mayores gastos, pérdida de clientes por el cierre de los consultorios y tiempos desperdiciados por los viajes que deben realizar para conseguir lo que requieren.

Por lo que la implementación de una distribuidora de este tipo resultaría ser una acertada decisión de inversión, ya que esta localidad pondrá a disposición de los profesionales instrumental de todo tipo, equipos con tecnología avanzada, así como materiales con la más alta calidad para las diferentes especialidades que en tiempos presentes necesitan de todo lo necesario para ser realizadas a fin de tener resultados adecuados y estéticos en la ciudadanía que solicita este tipo de servicio.

La implementación de este servicio proporcionara grandes ventajas a los profesionales ya que los mismos podrán adquirir materiales de calidad y en el momento que lo requieren sin tener que viajar para conseguirlos, además de que se ofrecerá un servicio de calidad y asesoría con el fin de darles a conocer los nuevos productos que salen al mercado y las mejores maneras para su uso.

De acuerdo a lo expuesto la propuesta que se presenta se refiere a la creación de una microempresa de distribución de productos dentales ya sea al por mayor o menor, la misma que está enfocada para el mercado de profesionales odontológicos de la ciudad de Ibarra. El proyecto a implementarse contara con algunos de los siguientes equipos, instrumental y materiales entre otros de acuerdo a las diferentes especialidades de las que consta esta profesión presentadas a continuación:

**a. Cirugía**

**- Motor para cirugía Woodpecker**



***Gráfico 2: Motor para Cirugía***

**Elaborado por:** La Autora

**Detalle:**

Se utiliza principalmente para la cirugía dental, tal como extracción dental, hueso injerto, cirugía endodóntica, descompresión alveolar del nervio, retiro del quiste, etc. La perfección del monitor y la función de la alarma del proceso de trabajo asegura la seguridad de la máquina y de la cirugía.

- **Hu Friedy Fórceps #150 Cryer**



**Gráfico 3: Fórceps Cryer**

**Elaborado por:** La Autora

**Detalle:**

Son utilizados para retirar los incisivos, caninos, premolares superiores.

Es un fórceps universal para maxilar superior para dientes anteriores.

**b. Equipamiento**

- **ZIANN Equipo Odontológico Mod: ZA-208 D**



**Gráfico 4: Equipo Odontológico**

**Elaborado por:** La Autora

**Detalle:**

Accesorios Estándar

- Escupidera de cerámica rotatoria.

- Válvula electromagnética.
- Control del sillón con motor de lujo, con nueve memorias.
- Motor del sillón eléctrico silencioso.
- Lámpara con intensidad de luz ajustable mayor o menos intensidad.
- Escupidera con sistema de auto limpieza, control de flujo.
- Apoya cabeza ajustable.
- Visor de rayos x panorámico.
- Pantalla LCD en la mesilla de trabajo.
- Dos botellas para soluciones de agua y solución desinfectante.
- Sistema de succión- absorción y filtrado fuerte y suave.
- Taburete dental con C.
- Jeringa triple, agua fría y caliente.

- **SDI- Lámpara Radii**



**Gráfico 5: Lámpara Radii**

**Elaborado por:** La Autora

**Detalle:**

Inalámbrica, permite una completa libertad de movimiento y control absoluto, sin ventilador ruidoso, porque no requiere de ventilador.

Utiliza una tecnología de calor descendente para reducir la cantidad de calor emitido, posee un control de infecciones, las fundas protectoras desechables perfectamente ajustables ayudan a prevenir la contaminación cruzada.

Reduce la fatiga y aumenta la comodidad del usuario.

### c. Estética

#### - 3M Single Bond



*Gráfico 6: Adhesivo Foto curable*

**Elaborado por:** La Autora

#### **Detalle:**

Mayor fuerza de adhesión a la dentina, no necesita agitarse, es versátil para restauraciones directas o indirectas.

El diseño de la botella facilita el dispensado, permite abrir y sellar la tapa con una sola mano, posee una fuerza de adhesión superior que brinda un alto rendimiento.

Compatible con todos los sistemas de resinas existentes en el mercado.

- **3M Resina Compuesta para fotocurado kit**



**Gráfico 7: Resina Kit**

Elaborado por: La Autora

**Detalle:**

Es un material restaurador fuerte estético ideal para restauraciones posteriores, posee menor contracción durante la polimerización. Menor estrés en el diente y ayuda potencialmente a reducir la sensibilidad.

Posee una notoria resistencia al desgaste, excelente resistencia a las fracturas, excelentes características de manipulación definidas por los odontólogos: ofrece una excepcional estabilidad que permite delimitar el contorno.

- **Resina Compuesta fotocurado anteriores**



**Gráfico 8: Resina Estuche**

Elaborado por: La Autora

**Detalle:**

Resultados estéticos fáciles de lograr, efecto camaleónico para restauraciones prácticamente imperceptibles.

Excelente pulido y retención de pulido frente a micro rellenos, amplia gama de tonos para una mejor selección de tonos cuerpo, fuerza excepcional para su uso en anteriores.

- **Yeso Piedra**



***Gráfico 9: Yeso Piedra Dental***

**Elaborado por:** La Autora

**Detalle:**

Es obtenido de minerales de una cristalización altamente compacta sometido a una rigurosa y doble selección y calcinación, bajo condiciones de baja temperatura y largo tiempo, obteniendo cristales de mínima porosidad y forma regular, obteniendo modelos o troqueles de máxima exactitud.

Resistencia a la compresión, estabilidad dimensional.

Presentación en colores blanco y rosa.

Usos: Color blanco para modelos de estudio y rosa para la obtención de modelos de trabajo.

- **Alginato**



*Gráfico 10: Alginato*

Elaborado por: La Autora

**Detalle:**

Posee material elástico está indicado para impresión dental, donde puedan existir ángulos muertos.

Elaboración de modelos de estudio, modelos para montar en articulador y en impresión en infantes.

**d. Ortodoncia**

- **American Orthodontics Brackets low profile system**



*Gráfico 11: Brackets*

Elaborado por: La Autora

**Detalle:**

Los brackets LP de perfil bajo, brindan un movimiento dentario preciso, mayor confort al paciente, y son fáciles de ligar.

**e. Restauración Dental y otros**

**- 3M Anestésico Mepivastesin**



***Gráfico 12: Anestésico***

**Elaborado por:** La Autora

**Detalle:**

Efecto Anestésico: 1:00 hora.

Dosis máxima recomendada: 300mg.

Tubos de cristal siliconizados con cinta protectora anti fracturas.

Tarros sellados al vacío.

No contiene vasoconstrictor, ni sulfitos alergénicos.

Lata de aluminio sellada al vacío x 50 cartuchos de 1.7 ml.

- **3M Ketal N100**



**Gráfico 13: Ionómero de Vidrio**

**Elaborado por:** La Autora

**Detalle:**

Primer ionómero de vidrio modificado con resina de nao relleno, disponible en sistema de pasta/pasta, con excelente estética y mejor pulido.

Fácil de dispensar, fácil de usar, fácil de mezclar.

Excelente pulido inicial y retención de pulido frente a los inómeros de vidrio disponibles actualmente en el mercado.

Alta resistencia.

Resistencia al desgaste mejorada.

Alta liberación de flúor, mostrando inhibición de caries.

### **3.7. SEGEMENTACIÓN DE MERCADO**

#### **3.7.1. Población**

La población universo que abarca la propuesta, son los profesionales odontólogos residentes en la ciudad de Ibarra sin distinción de género que se encuentren activos en la rama odontológica ya sea en el sector público o privado, información que fue proporcionada por el Colegio de Odontólogos de la ciudad.

#### **3.7.2. Mercado Meta**

El mercado meta para la realización del presente estudio serán específicamente los profesionales odontólogos de la ciudad de Ibarra, indistintamente del sector al que presten sus servicios. Dicho mercado está comprendido por 220 profesionales según datos proporcionados por el colegio de odontólogos de la ciudad, los cuales se encuentran inscritos en el mismo y nos representan los posibles usuarios que acudirán a solicitar nuestros servicios.

#### **3.7.3. Fórmula**

Para conocer nuestro mercado meta se aplicará la fórmula de la población finita (menos de 100.000 elementos) ya que el mercado que vamos a estudiar está compuesto por un total de 220 profesionales odontólogos, los mismos que representan a la población a quienes se les llevara a cabo la realización de las encuestas.

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

Donde:

<b>n</b>	<b>Muestra</b>	
<b>N</b>	Población	220
<b>Z</b>	Nivel de Confianza	1,96
<b>δ</b>	Varianza	0,5
<b>e</b>	Error	5%

### 3.7.4. Muestra

Para determinar la muestra procedemos a remplazar los datos en la formula anteriormente proporcionada lo cual nos permite obtener el siguiente resultado.

$$n = \frac{220 \times (1,96)^2 \times (0,5)^2}{(0,05)^2 (220 - 1) + (1,96)^2 \times (0,5)^2}$$

$$n = \frac{211.288}{1.5079}$$

$$n = 140$$

De acuerdo a la operación realizada se pudo determinar que el número de encuestados necesarios para realizar la investigación es de 140 profesionales odontólogos.

### 3.8. EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Luego de haber finalizado la aplicación de las encuestas a la población determinada por el muestreo, se procede al análisis e interpretación de la información recopilada.

### 3.8.1. Resultados de la Encuesta

#### 3.8.1.1. Datos Técnicos

##### a. Género de los Encuestados

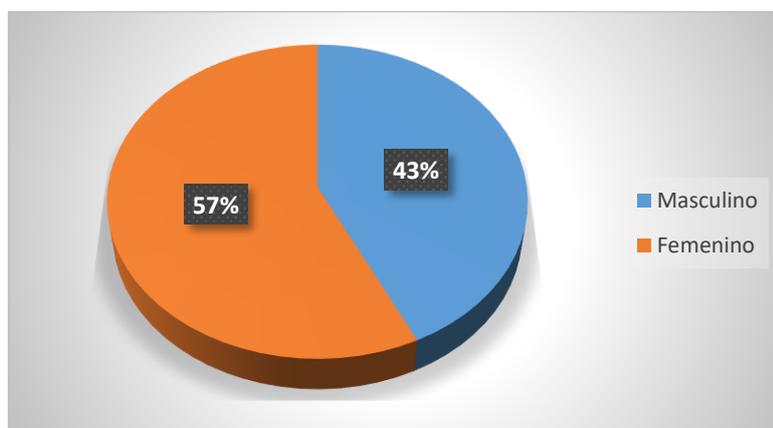
**Tabla 9:**

**Género de los Encuestados**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	60	43%
Femenino	80	57%
<b>Total</b>	<b>140</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Odontólogos de la ciudad de Ibarra

**Elaborado por:** La Autora



**Gráfico 14: Género de los Encuestados**

**Fuente:** Encuesta Odontólogos

**Elaborado por:** La Autora

#### Análisis e Interpretación

La información recolectada determina que la mayoría de los profesionales odontólogos pertenecen al género femenino, mientras que un porcentaje menor pertenecen al género masculino.

### 3.8.1.2. Preguntas relacionadas con el proyecto

#### 1. ¿Compra regularmente productos odontológicos fuera de la ciudad de Ibarra?

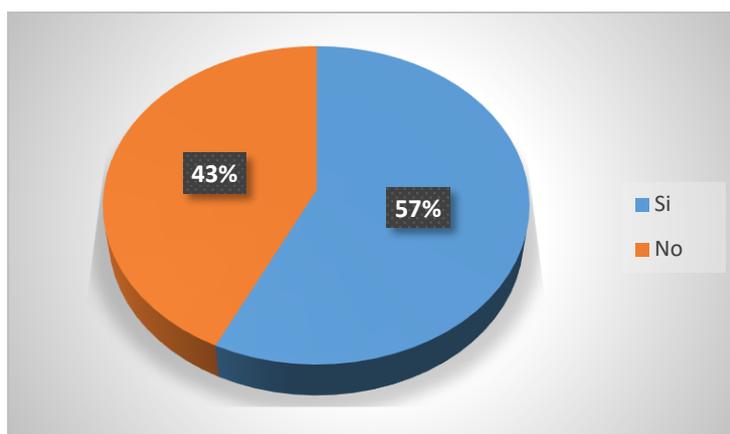
**Tabla 10:**

**Compra de productos fuera de la ciudad**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	80	57%
No	60	43%
<b>Total</b>	<b>140</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Odontólogos de la ciudad de Ibarra

**Elaborado por:** La Autora



**Gráfico 15: Compra de Productos Dentales**

**Fuente:** Odontólogos de la ciudad

**Elaborado por:** La Autora

### Análisis e Interpretación

La encuesta realizada a los profesionales odontólogos establece que la mayoría de los mismos adquieren los suplementos necesarios para el desarrollo de sus actividades fuera de la ciudad, ya que las distribuidoras existentes no pueden cubrir con todos sus requerimientos y necesidades. Mientras que un grupo minoritario realizan sus compras en las distribuidoras de la ciudad.

**2. ¿Si pudiera adquirir nuevos equipos, instrumental y materiales para su consultorio o clínica, de calidad, modernos y con tecnología avanzada localmente invertiría en ellos?**

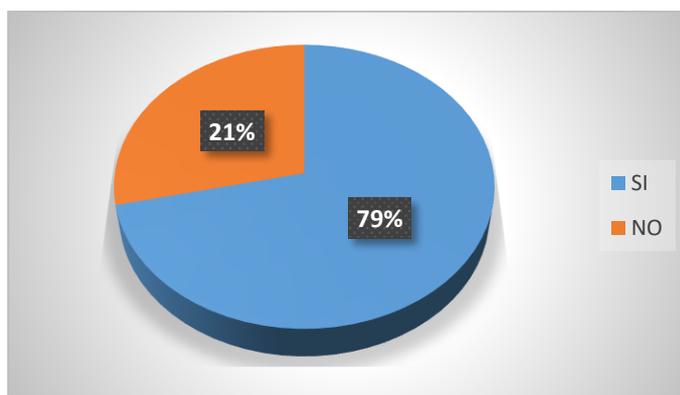
**Tabla 11:**

**Adquisición de nuevos productos**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	110	79%
NO	30	21%
<b>Total</b>	<b>140</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Odontólogos de la ciudad de Ibarra

**Elaborado por:** La Autora



**Gráfico 16: Adquisición de nuevos productos**

**Fuente:** Encuesta Odontólogos

**Elaborado por:** La Autora

### **Análisis e Interpretación**

Según la información de los profesionales odontólogos de la ciudad un porcentaje mayoritario de los mismos se encuentran dispuestos a invertir en la adquisición de nuevos materiales, equipos e instrumental que les permita renovar sus consultorios y clínicas dentales con el fin de proporcionar un servicio de calidad y ser competitivos en relación a sus colegas, sin embargo, un porcentaje menor prefieren mantener los equipos y materiales que poseen.

### 3. ¿Con que frecuencia acude a las distribuidoras dentales a realizar compras de productos?

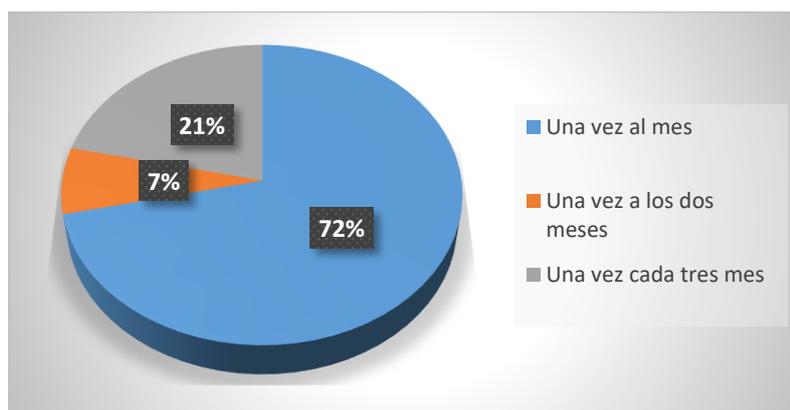
**Tabla 12:**

**Frecuencia de Compra**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Una vez al mes	100	72%
Una vez a los dos meses	10	7%
Una vez cada tres mes	30	21%
<b>Total</b>	<b>140</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Odontólogos de la ciudad de Ibarra

**Elaborado por:** La Autora



**Gráfico 17: Frecuencia de Compra**

**Fuente:** Encuesta Odontólogos

**Elaborado por:** La Autora

### Análisis e Interpretación

El estudio demostró que los profesionales odontólogos realizan la compra de los materiales necesarios para realizar sus actividades mensualmente, mientras que un porcentaje significativo lo realizan trimestralmente y un número minoritario las realizan cada dos meses, cabe tomar en cuenta que es en lo referente a materiales ya que en lo que concierne a instrumental y equipos lo realizan anualmente.

#### 4. ¿Cuándo acude a las distribuidoras ¿Qué es lo que generalmente adquiere?

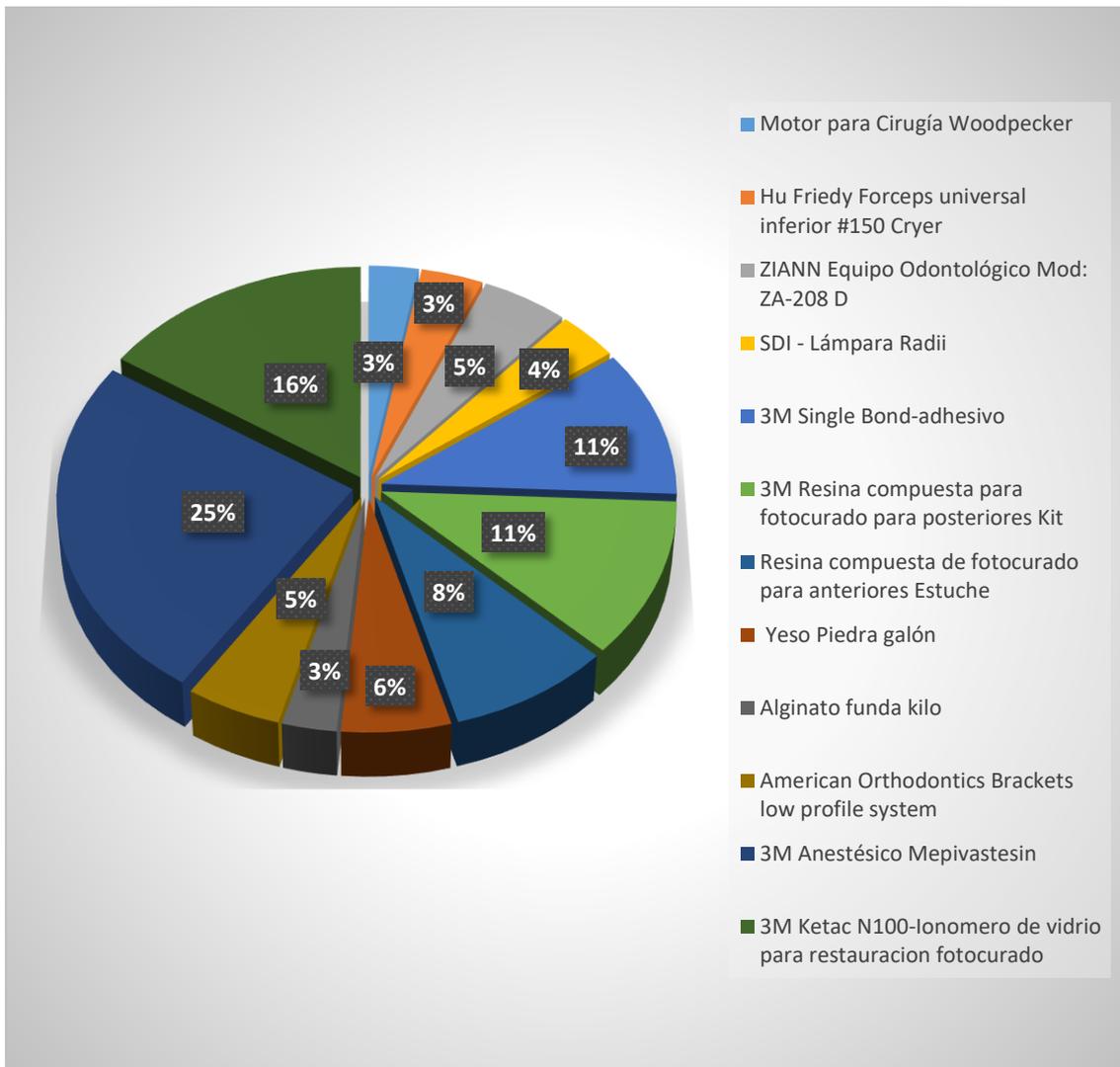
**Tabla 13:**

***Productos de Adquisición***

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Motor para Cirugía Woodpecker	4	3%
Hu Friedy Forceps universal inferior #150 Cryer	5	4%
ZIANN Equipo Odontológico Mod: ZA-208 D	7	5%
SDI - Lámpara Radii	5	4%
3M Single Bond-adhesivo	15	11%
3M Resina compuesta para fotocurado para posteriores Kit	16	11%
Resina compuesta de fotocurado para anteriores Estuche	12	9%
Yeso Piedra galón	8	6%
Alginato funda kilo	4	3%
American Orthodontics Brackets low profile system	7	5%
3M Anestésico Mepivastesin	35	25%
3M Ketac N100-Ionomero de vidrio para restauración fotocurado	22	16%
<b>Total</b>	<b>140</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Odontólogos de la ciudad de Ibarra

**Elaborado por:** La Autora



**Gráfico 18: Productos de Adquisición**

**Fuente:** Encuesta Odontólogos

**Elaborado por:** La Autora

### **Análisis e Interpretación**

El análisis demuestra que los profesionales odontólogos realizan las compras de sus productos dentales de forma regular, elementos que son indispensables y de suma importancia para el desarrollo de sus actividades.

5. ¿Si se implantará una distribuidora en la ciudad de Ibarra en la cual se ofrezcan productos con cómodas formas de pago se favorecería de estos beneficios?

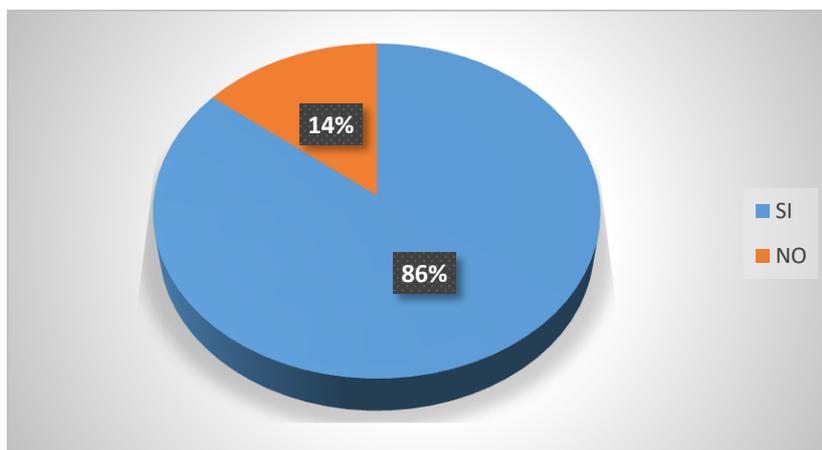
**Tabla 14:**

***Aceptación de nueva Distribuidora***

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	120	86%
No	20	14%
<b>Total</b>	<b>140</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Odontólogos de la ciudad de Ibarra

**Elaborado por:** La Autora



**Gráfico 19: Aceptación de nueva Distribuidora**

**Fuente:** Encuesta Odontólogos

**Elaborado por:** La Autora

### **Análisis e Interpretación**

Mediante la realización de esta pregunta se obtuvo información de que el 86% de los profesionales odontólogos estarían dispuestos a adquirir los productos que se ofrecerán en caso de la implementación de la distribuidora dental objeto de la investigación que se está realizando, mientras que un grupo minoritario no están dispuestos a adquirir los productos ya que son profesionales que vienen de otras ciudades y consideran que los productos de esos sectores son mejores.

6. ¿Considera usted, que al contar con una distribuidora local reduciría sus gastos y mejoraría sus niveles de ingresos?

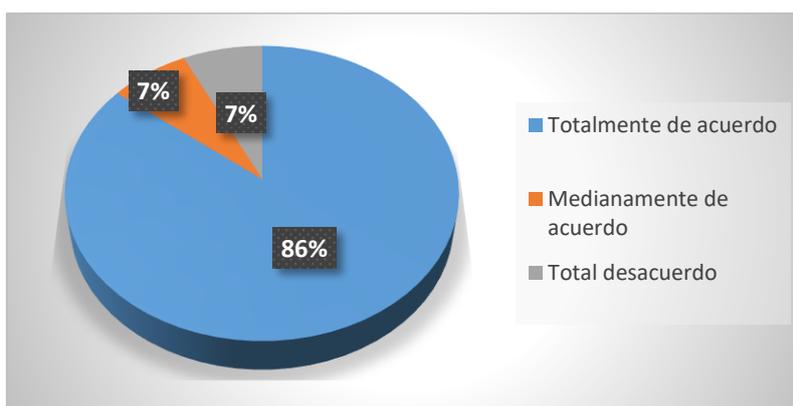
**Tabla 15:**

**Reducción de gastos y mejora de ingresos**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	120	86%
Medianamente de acuerdo	10	7%
Total, desacuerdo	10	7%
<b>Total</b>	<b>140</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Odontólogos de la ciudad de Ibarra

**Elaborado por:** La Autora



**Gráfico 20: Reducción de Gastos y Mejora de Ingresos**

**Fuente:** Encuesta Odontólogos

**Elaborado por:** La Autora

### **Análisis e Interpretación**

De acuerdo a la investigación realizada los profesionales coinciden en que resultaría muy beneficio contar con una distribuidora que les proporcione todo lo necesario para el desarrollo de sus actividades en la ciudad ya que reduciría los gastos extras por el transporte de los equipos desde otras ciudades a la nuestra lo que se vería reflejado en la mejora de sus ingresos, así también mejoraría su cartera de clientes ya que no tendrán tiempos perdidos por los viajes, sin embargo un grupo minoritario opinan que esto no tiene influencia en sus gastos e ingresos.

## 7. ¿Cómo califica el servicio prestado por las distribuidoras dentales existentes en la ciudad?

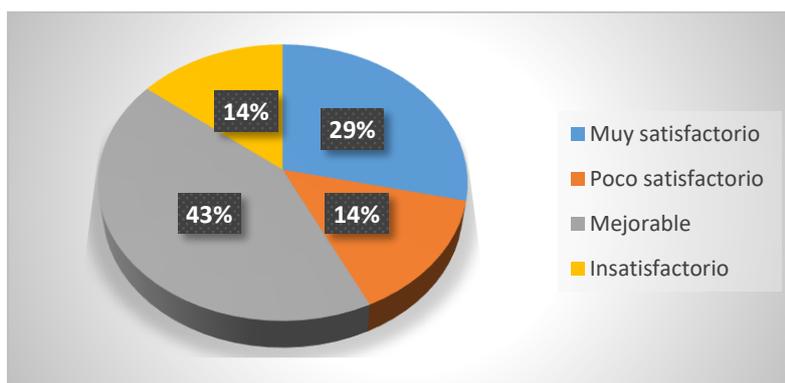
**Tabla 16:**

**Servicio Existente**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfactorio	40	29%
Poco satisfactorio	20	14%
Mejorable	60	43%
Insatisfactorio	20	14%
<b>Total</b>	<b>140</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Odontólogos de la ciudad de Ibarra

**Elaborado por:** La Autora



**Gráfico 21: Servicios Existentes**

**Fuente:** Encuesta Odontólogos

**Elaborado por:** La Autora

### Análisis e Interpretación

Los profesionales odontólogos tienen el concepto de que el servicio prestado por la distribuidora reconocida en la ciudad puede ser mejor ya que no se sienten cómodos con el mismo, así también un grupo no muy significativo considera que es muy satisfactorio, por lo que nos representa una oportunidad para el proyecto de estudio cubrir esa población insatisfecha ofreciendo un servicio de calidad.

**8. ¿Le gustaría contar con una distribuidora que le proporcione asesoría profesional directa, sobre nuevos materiales, instrumental y equipos para el área odontológica?**

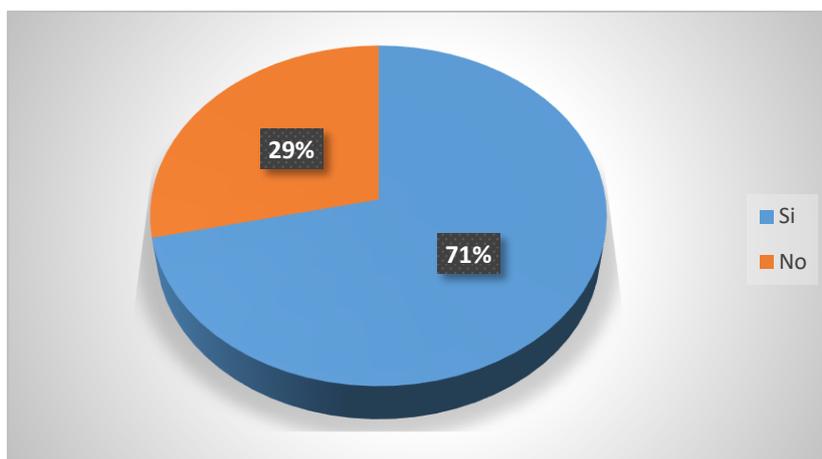
**Tabla 17:**

**Asesoría Profesional**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	100	71%
No	40	29%
<b>Total</b>	<b>140</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Odontólogos de la ciudad de Ibarra

**Elaborado por:** La Autora



**Gráfico 22: Asesoría Profesional**

**Fuente:** Encuesta Odontólogos

**Elaborado por:** La Autora

### **Análisis e Interpretación**

El 71% de profesionales odontólogos consideran que sería muy beneficiosos contar con una distribuidora que les proporcione asesoría profesional sobre los nuevos materiales, instrumental y equipos que salen al mercado a fin de mantenerse en conocimiento sobre la nueva tecnología que se está utilizando a nivel nacional e internacional.

## 9. ¿Por qué medio publicitario preferiría que se promocioe la distribuidora dental?

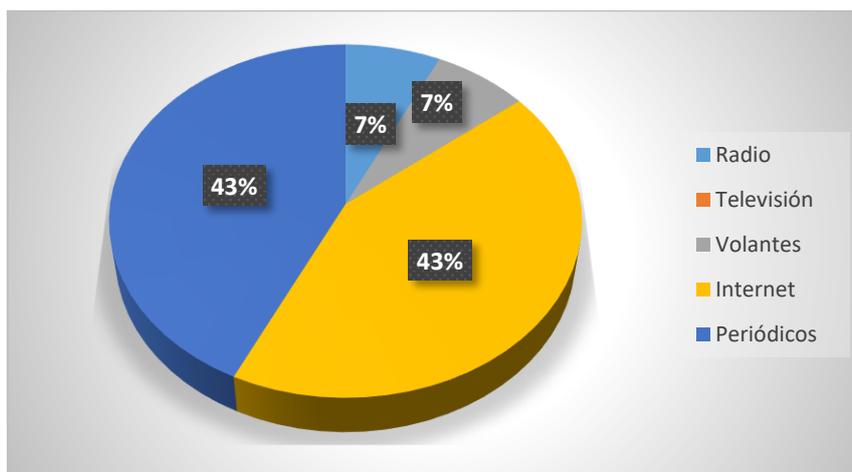
**Tabla 18:**

*Medios de Publicidad*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Radio	10	7%
Televisión	0	0%
Volantes	10	7%
Internet	60	43%
Periódicos	60	43%
<b>Total</b>	<b>140</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Odontólogos de la ciudad de Ibarra

**Elaborado por:** La Autora



**Gráfico 23: Medios de Publicidad**

**Fuente:** Encuesta Odontólogo

**Elaborado por:** La Autora

### Análisis e Interpretación

El estudio indica que la mayoría de profesionales coinciden en que los mejores medios para dar a conocer la empresa serían a través de la prensa escrita y el internet y un grupo menor consideran que es una buena opción proporcionar la información por la radio y hojas volantes que serían distribuidas en los lugares de trabajo.

### **3.9. IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA**

#### **3.9.1. Análisis de la Demanda**

El análisis de la demanda se realizará con el fin de determinar la frecuencia con la que el servicio será adquirido, así como también el comportamiento de la demanda, esto se realizará en base a la información recolectada sobre los profesionales odontólogos de la ciudad de Ibarra, ya que serán los principales consumidores del servicio a implementarse.

#### **3.9.2. Demanda Actual**

Para determinar la demanda actual se llevó a cabo el análisis de la información proporcionada por los odontólogos de la ciudad de Ibarra mediante la realización encuestas, así como también información proporcionada por el colegio de odontólogos de la ciudad.

Mediante la información recolectada en las preguntas cuatro y cinco de la encuesta se pudo determinar la demanda de los productos más representativos, tomando en cuenta a los 140 profesionales que son el número de encuestados según la determinación de muestra.

**Tabla 19:****Demanda Actual**

Población	%	Aceptación de la población	%	Producto	Cantidad	Demanda Anual	Cantidad de Productos
			3%	Motor para Cirugía Woodpecker	4	12	43
			4%	Hu Friedy Forceps universal inferior #150 Cryer	5	12	58
			5%	ZIANN Equipo Odontológico Mod: ZA-208 D	6	12	72
			4%	SDI - Lámpara Radii	5	12	58
			11%	3M Single Bond-adhesivo	13	12	158
			11%	3M Resina compuesta para fotocurado para posteriores Kit	13	12	158
<b>140</b>	<b>86%</b>	<b>120</b>	9%	Resina compuesta de fotocurado para anteriores Estuche	11	12	130
			6%	Yeso Piedra galón	7	12	86
			3%	Alginato funda kilo	4	12	43
			5%	American Orthodontics Brackets low profile system	6	12	72
			25%	3M Anestésico Mepivastesin	30	12	360
			16%	3M Ketac N100-Ionomero de vidrio para restauración fotocurado	19	12	230
<b>Demanda Actual</b>							<b>1469</b>

**Fuente:** Encuesta Odontólogos

**Elaborado por:** La Autora

### 3.9.3. Proyección de la Demanda

La proyección de la demanda nos permitirá determinar a futuro una aproximación sobre el número de productos necesarios para cubrir la demanda de los posibles compradores, la proyección se realizará en base a la tasa de crecimiento de los profesionales odontólogos de la ciudad de Ibarra, la misma que es del 2,51% datos otorgados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) en el año 2010. Dicha proyección la realizaremos utilizando el siguiente modelo exponencial.

**Formula:**

$$Q_n = Q_0(1+i)^n$$

**Dónde:**

<b>Qn</b>	<b>Demanda Futura</b>
<b>Qo</b>	Demanda Inicial
<b>I</b>	Tasa de crecimiento poblacional
<b>n</b>	Años Proyectos

**Tabla 20:**

**Proyección de la Demanda**

<b>Años</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Motor para Cirugía Woodpecker	43	44	45	47	48
Hu Friedy Forceps universal inferior #150 Cryer	58	59	61	62	64
ZIANN Equipo Odontológico Mod: ZA-208 D	72	74	76	78	80
SDI - Lámpara Radii	58	59	61	62	64
3M Single Bond-adhesivo	158	162	166	171	175
3M Resina compuesta para fotocurado para posteriores Kit	158	162	166	171	175
Resina compuesta de fotocurado para anteriores Estuche	130	133	136	140	143
Yeso Piedra galón	86	89	91	93	95
Alginato funda kilo	43	44	45	47	48
American Orthodontics Brackets low profile system	72	74	76	78	80
3M Anestésico Mepivastesin	360	369	378	388	398
3M Ketac N100-Ionomero de vidrio para restauración fotocurado	230	236	242	248	254
<b>Demanda Total</b>	<b>1469</b>	<b>1506</b>	<b>1543</b>	<b>1582</b>	<b>1622</b>

**Elaborado por:** La Autora

### 3.10. IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA

#### 3.10.1. Análisis de la Oferta

Dentro de la ciudad de Ibarra existe una empresa llamada “Prodontomed” que brinda servicios similares al proyecto de estudio que se pretende implementar, pero cabe destacar que no ofrece todos los servicios requeridos por los profesionales odontólogos para las diferentes ramas de su especialidad.

### 3.10.2. Oferta Actual

Para establecer la oferta actual se realizó un análisis de la información proporcionada por uno de los miembros que laboran en la empresa que oferta servicios similares.

**Tabla 21:**

#### *Oferta Actual*

Año	Competencia Similar	N° de profesionales al día	%	Servicio	Frecuencia Anual	Oferta
1	Prodontomed	3	3%	Motor para Cirugía Woodpecker	1080	32
			4%	Hu Friedy Forceps universal inferior #150 Cryer		43
			6%	ZIANN Equipo Odontológico Mod: ZA-208 D		65
			5%	SDI - Lámpara Radii		54
			13%	3M Single Bond-adhesivo		140
			11%	3M Resina compuesta para fotocurado para posteriores Kit		119
			10%	Resina compuesta de fotocurado		108
			6%	Yeso Piedra galón		65
			3%	Alginato funda kilo		32
			5%	American Orthodontics Brackets I		54
			20%	3M Anestésico Mepivastesin		216
			14%	3M Ketac N100-Ionomero de vidrio para restauración fotocurado		151
			<b>Oferta Actual</b>			

**Fuente:** Entrevista

**Elaborado por:** La Autora

### 3.10.3. Proyección de la Oferta

La proyección de la oferta nos permitirá identificar cual será el comportamiento de la misma a futuro, la proyección la realizaremos con la tasa de crecimiento del sector servicios la cual está representada con 2,21%, según datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo del año 2010.

**Formula:**

$$Q_n = Q_0(1+i)^n$$

**Dónde:**

<b>Qn</b>	<b>Oferta Futura</b>
<b>Qo</b>	Oferta Inicial
<b>i</b>	Tasa de Inflación Ecuador
<b>n</b>	Años proyectados

**Tabla 22:**

**Proyección de la Oferta**

<b>Años</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Motor para Cirugía Woodpecker	32	33	34	35	35
Hu Friedy Forceps universal inferior #150 Cryer	43	44	45	46	47
ZIANN Equipo Odontológico Mod: ZA-208 D	65	66	68	69	71
SDI - Lámpara Radii	54	55	56	58	59
3M Single Bond-adhesivo	140	144	147	150	153
3M Resina compuesta para fotocurado para posteriores Kit	119	121	124	127	130
Resina compuesta de fotocurado para anteriores Estuche	108	110	113	115	118
Yeso Piedra galón	65	66	68	69	71
Alginato funda kilo	32	33	34	35	35
American Orthodontics Brackets low profile system	54	55	56	58	59
3M Anestésico Mepivastesin	216	221	226	231	236
3M Ketac N100-Ionomero de vidrio para restauración fotocurado	151	155	158	161	165
<b>Total. Oferta</b>	<b>1080</b>	<b>1104</b>	<b>1128</b>	<b>1153</b>	<b>1179</b>

**Fuente:** Entrevista

**Elaborado por:** La Autora

### 3.11. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

La demanda insatisfecha se obtendrá del balance que exista entre la oferta y demanda, todo esto se realizara mediante la información recolectada a través de las encuestas realizadas a los profesionales odontológicos y entrevistas a personas que laboran en empresas que ofrecen servicios similares al que pretendemos ofertar.

Demanda insatisfecha por productos:

**Tabla 23:*****Demanda Insatisfecha***

<b>Productos</b>	<b>Demanda Anual Total</b>	<b>Oferta Anual Total</b>	<b>Demanda Insatisfecha Anual total</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Motor para Cirugía Woodpecker</b>	43	32	11	11	12	12	12
<b>Hu Friedy Forceps universal inferior #150 Cryer</b>	58	43	14	15	15	16	16
<b>ZIANN Equipo Odontológico Mod: ZA-208 D</b>	72	65	7	7	8	8	8
<b>SDI - Lámpara Radii</b>	58	54	4	4	4	4	4
<b>3M Single Bond-adhesivo</b>	158	140	18	19	19	20	21
<b>3M Resina compuesta para fotocurado para posteriores Kit</b>	158	119	40	41	42	44	45
<b>Resina compuesta de fotocurado para anteriores Estuche</b>	130	108	22	22	23	24	25
<b>Yeso Piedra galón</b>	86	65	22	22	23	24	25
<b>Alginato funda kilo</b>	43	32	11	11	12	12	12
<b>American Orthodontics Brackets low profile system</b>	72	54	18	19	19	20	21
<b>3M Anestésico Mepivastésin</b>	360	216	144	149	154	159	164
<b>3M Ketac N100-Ionomero de vidrio para restauración fotocurado</b>	230	151	79	82	85	88	90

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

De acuerdo al estudio realizado con sus respectivas proyecciones tanto de la oferta como demanda, se puede concluir que existe una demanda insatisfecha la cual se pretende cubrir con la realización de este proyecto, ofreciendo productos de calidad y con las características requeridas por los profesionales odontólogos, además de un servicio de asesoría que permita conocer sobre los nuevos insumos que salen al mercado.

### 3.12. DEMANDA A CAPTAR

La demanda a captar se refiere a aquello que la oferta existente no puede cubrir en la ciudad de Ibarra por diversos factores como la calidad de los productos y precios elevados o por la inexistencia de los productos requeridos en estas localidades, y de acuerdo al balance realizado de la demanda y oferta se pretende cubrir el 70% de la demanda insatisfecha.

**Tabla 24:**

#### *Demanda a Captar*

Años	Demanda Insatisfecha Anual	Captación del 70%	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Motor para Cirugía Woodpecker	11	8	8	8	8	9
Hu Friedy Forceps universal inferior #150 Cryer	14	10	10	11	11	12
ZIANN Equipo Odontológico Mod: ZA-208 D	7	5	5	5	6	6
SDI - Lámpara Radii	4	3	3	3	3	3
3M Single Bond-adhesivo	18	13	13	13	14	14
3M Resina compuesta para fotocurado para posteriores Kit	40	28	29	30	31	32
Resina compuesta de fotocurado para anteriores Estuche	22	15	16	16	17	17
Yeso Piedra galón	22	15	16	16	17	17
Alginato funda kilo	11	8	8	8	8	9
American Orthodontics Brackets low profile system	18	13	13	13	14	14
3M Anestésico Mepivastesin	144	101	104	108	111	115
3M Ketac N100-Ionomero de vidrio para restauración fotocurado	79	55	57	59	61	63

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

### 3.13. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

La principal competencia para el proyecto de estudio es Prodontomed, ya que la misma se ha mantenido por un largo tiempo en el mercado odontológico en la ciudad de Ibarra, además de

que la misma tiene un reconocimiento ya que se representante legal es un profesional Odontólogo reconocido a nivel nacional e internacional.

**Tabla 25:**

**Análisis de Prodontomed**

Variedad de Productos	Promoción	Fortalezas	Debilidades
<p>-Prodontomed ofrece el servicio de oferta de productos dentales.</p> <p>-Su especialidad es la venta de equipo e instrumental odontológico.</p> <p>-Variedad de equipos dentales.</p>	<p>-A través de clientes.</p> <p>-Mediante visitas a instituciones del estado como privadas.</p> <p>-Mediante redes sociales.</p>	<p>-Tienen un reconocimiento.</p> <p>-Se mantiene en el mercado por un largo tiempo.</p> <p>-Su representante legal es un reconocido profesional odontológico.</p> <p>-Dan a conocer sus promociones por medio de su página web.</p>	<p>-Sus instalaciones no dan la comodidad a los profesionales para visualizar y analizar los productos.</p> <p>-No tiene variedad de materiales odontológicos.</p> <p>-No tienen conocimientos de los materiales cuando se solicita explicación de características.</p>

**Elaborado por:** La Autora

### 3.14. ANÁLISIS DE LOS PRECIOS

Los precios se establecieron mediante proformas y la observación directa, aplicada a los siguientes establecimientos: Prodontomed y Distribuidora Dental online, además de establecer la política de utilidad de este tipo de establecimientos entre el 20% y 25% de acuerdo al precio de los productos, se procede al análisis de los precios de los locales anteriormente mencionados presentados a continuación:

**Tabla 26:**

***Precios de Productos***

<b>Detalle</b>	<b>Precio Competencia</b>	<b>Costo</b>	<b>Utilidad</b>	<b>PVP</b>
Motor para Cirugía Woodpecker	\$700,00	\$550,00	22%	\$671,00
Hu Friedy Forceps universal inferior #150 Cryer	\$80,29	\$62,00	25%	\$77,50
ZIANN Equipo Odontológico Mod: ZA-208 D	\$6.100,54	\$4.900,00	22%	\$5.978,00
SDI - Lámpara Radii	\$600,33	\$450,00	23%	\$553,50
3M Single Bond-adhesivo	\$60,00	\$42,30	25%	\$52,88
3M Resina compuesta para fotocurado para posteriores Kit	\$125,00	\$98,60	25%	\$123,25
Resina compuesta de fotocurado para anteriores Estuche	\$80,56	\$57,28	25%	\$71,60
Yeso Piedra galón	\$40,74	\$30,76	25%	\$38,45
Alginato funda kilo	\$35,84	\$26,78	25%	\$33,48
American Orthodontics Brackets low profile system	\$420,00	\$310,90	24%	\$385,52
3M Anestésico Mepivastesin	\$50,11	\$35,45	25%	\$44,31
3M Ketac N100-Ionomero de vidrio para restauración fotocurado	\$130,61	\$99,98	25%	\$124,98

**Fuente:** Prodontomed

Acden

**Elaborado por:** La Autora

Los precios se tomaron en cuenta de acuerdo a la investigación realizada mediante la observación directa a sus locales comerciales, así como también la revisión de sus respectivas páginas web y catálogos.

Debido al incremento de la competencia, y leyes, así como la cultura de la población los precios tienen a incrementar según se vayan presentando los diferentes escenarios en el mercado.

### 3.14.1. Proyección de los Precios

Los precios de los productos a ofertar se proyectaron tomando en cuenta la tasa de inflación del país que es del 3,38% según los datos proporcionados por la página oficial del Banco Central del Ecuador con lo correspondiente al año 2015.

A continuación, se detalla la lista de productos con la que la Distribuidora Dental, entrara al mercado:

**Tabla 27:**

#### **Proyección de Precios**

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Motor para Cirugía Woodpecker	\$671,00	\$693,68	\$717,13	\$741,37	\$766,42
Hu Friedy Forceps universal inferior #150 Cryer	\$77,50	\$80,12	\$82,83	\$85,63	\$88,52
ZIANN Equipo Odontológico Mod: ZA-208 D	\$5.978,00	\$6.180,06	\$6.388,94	\$6.604,89	\$6.828,13
SDI - Lámpara Radii	\$553,50	\$572,21	\$591,55	\$611,54	\$632,21
3M Single Bond-adhesivo	\$52,88	\$54,66	\$56,51	\$58,42	\$60,39
3M Resina compuesta para fotocurado para posteriores Kit	\$123,25	\$127,42	\$131,72	\$136,17	\$140,78
Resina compuesta de fotocurado para anteriores Estuche	\$71,60	\$74,02	\$76,52	\$79,11	\$81,78
Yeso Piedra galón	\$38,45	\$39,75	\$41,09	\$42,48	\$43,92
Alginato funda kilo	\$33,48	\$34,61	\$35,78	\$36,99	\$38,24
American Orthodontics Brackets low profile system	\$385,52	\$398,55	\$412,02	\$425,94	\$440,34
3M Anestésico Mepivastesin	\$44,31	\$45,81	\$47,36	\$48,96	\$50,61
3M Ketac N100-Ionomero de vidrio para restauración fotocurado	\$124,98	\$129,20	\$133,57	\$138,08	\$142,75

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado por:** La Autora

### **3.15. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN**

#### **3.15.1. Estrategias del Servicio**

Las estrategias que se llevarán a cabo para dar a conocer el servicio a los profesionales odontólogos de la ciudad, será mediante la disposición de los materiales, instrumental y equipos odontológicos en el lugar de expendió así también se pretende implementar las siguientes estrategias:

- Poner a disposición de los profesionales odontólogos los materiales, instrumental y equipos con tecnología avanzada, de calidad, novedosos y de diferente variedad en relación a las diferentes especialidades.
- Proporcionar un servicio de calidad, con trato amable y cordial con el fin de que los profesionales se sientan a gusto en nuestras instalaciones.
- Mantener las instalaciones de forma limpia, ordenada, confortable y con espacios para que los visitantes puedan descansar y hacer las elecciones de los materiales que más les convengan.
- Brindar servicios de asesoría directa sobre los nuevos materiales, instrumental y equipos que salgan al mercado, así como capacitaciones de su forma de uso.

#### **3.15.2. Estrategias de Precios**

Las estrategias a realizarse sobre los precios son de suma importancia, ya que depende de los mismos tener una buena introducción al mercado. Las estrategias de precio para el proyecto de investigación serán las siguientes:

- Análisis de los precios en el mercado en lo referente a servicios similares.
- Proporcionar a los profesionales formas de pago accesibles de acuerdo a la proporción de productos que sean adquiridos.

- Establecer los precios de acuerdo a la situación actual del mercado y en referencia a los consumidores potenciales.

### **3.15.3. Estrategias de Plaza**

Las estrategias referentes a la plaza están enfocadas en cómo poner a disposición de los usuarios el servicio ofertado, la manera más fácil de acceder a él, por lo que se plantean las siguientes estrategias:

- La ubicación del proyecto será en una zona estratégica, se pretende implementarlo en el centro de la ciudad a fin de facilitar el acceso de todos los profesionales.
- Se pretende realizar visitas a los diferentes consultorios y clínicas dentales a fin de dar a conocer los productos y en el caso que sea necesario llevar muestras o productos que los mismos soliciten.

### **3.15.4. Estrategia de Promoción**

Las estrategias que se pretenden utilizar en relación a la publicidad permitirán dar a conocer la existencia de la distribuidora dental, así como su ubicación y los servicios que ofrece:

- La publicidad se llevará a cabo por medio de una página web ya que es la mejor manera de enviar los catálogos de los servicios que ofrecemos a los profesionales.
- También se presentará anuncios en los medios escritos proporcionando la dirección, números telefónicos y todo lo relacionado a la ubicación del local.
- Por otro lado, se realizarán cuñas radiales de forma constante a fin de llamar la atención de nuestros consumidores potenciales.

### 3.16. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Al término de la investigación del estudio de mercado se pudo determinar que los profesionales odontólogos requieren de un lugar en donde puedan adquirir todos los insumos necesarios para desempeñar sus actividades.
- Así también a través de las encuestas realizadas en el estudio de mercado se pudo conocer que la mayoría de los odontólogos adquieren de forma constante productos dentales por lo que sería muy beneficio implementar una localidad que les ofrezca todos sus requerimientos en la ciudad.
- Mediante la información recolectada se pudo determinar la posible demanda que tendría este tipo de establecimiento en la ciudad.
- Se determinó que la oferta prestada a los profesionales actualmente no es suficiente para cubrir la demanda presentada en la ciudad, por lo que se estableció que existe una demanda insatisfecha muy interesante. Esto puede llegar a ser porque la localidad existente no cuenta con todo lo requerido por los odontólogos.
- Otro aspecto muy importante fue el estudio de los precios del mercado en relación a productos similares ofrecidos por empresas que prestan los mismos servicios, lo que sumado a la inflación que ocurre en el país determina los precios que se presentaran a los consumidores.
- Por lo que se concluye que el proyecto de estudio cuenta con la aceptación necesaria al momento de implementarse ya que contara con posibles usuarios dispuestos a adquirir los servicios que ofrecemos, además de que se le presentó la idea de ofrecerles servicios de asesoría sobre la nueva tecnología que se presente a lo que respondieron con gran entusiasmo.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1. INTRODUCCIÓN**

El estudio técnico es de suma importancia en la realización del proyecto ya que el mismo hará referencia a que si la propuesta a plantearse será factible o no, así como también el análisis de aspectos como su tamaño y equipamiento, es decir lo relacionado con el funcionamiento del proyecto, esto se realizará mediante la recopilación de información tanto cualitativa como cuantitativamente respecto a los factores económicos que tendrá la microempresa a plantearse.

Así también se determinará la localidad o área donde se pretende implantar el proyecto y los beneficios de la misma con respecto a la implementación de una distribuidora dental en el sector.

#### **4.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO**

##### **4.2.1. Objetivo General**

Determinar la macro y micro localización, el tamaño del proyecto; y, las inversiones que requerirá el estudio.

##### **4.2.2. Objetivos Específicos**

- Determinar la macro y micro localización del proyecto, con la finalidad de obtener mayor información de los posibles beneficios.
- Establecer la capacidad instalada del proyecto tomando en cuenta factores como la inversión, demanda, recursos financieros, entre otros.

- Realizar la ingeniería del proyecto con el correcto diseño de la planta y la adecuada distribución del espacio físico.

### **4.3. TAMAÑO DEL PROYECTO**

El tamaño del proyecto está definido por la capacidad física o de prestación del servicio durante el periodo de vida útil del proyecto a implementarse, así también tomando en cuenta variables de gran importancia como: inversión, disponibilidad de capital, demanda, el mercado, disponibilidad de mano de obra y la tecnología.

El presente proyecto está directamente dirigido a satisfacer las necesidades de los profesionales odontólogos por lo tanto se tomará en cuenta para establecer la capacidad instalada de la empresa, un porcentaje de la demanda potencial insatisfecha determinada en el capítulo anterior.

### **4.4. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

La localización del proyecto nos permitirá determinar la ubicación más ventajosa para implementar la propuesta de estudio, nos ayudará a definir la mejor opción que nos permita minimizar costos y obtener los mayores beneficios posibles en su implementación.

#### **4.4.1. Macro Localización**

El proyecto se encontrará localizado en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura que se encuentra en la Sierra Norte del País, la misma que es centro de desarrollo económico, educativo y científico de la zona norte del Ecuador. Para el proyecto se tomará en cuenta a los profesionales odontólogos de la ciudad. La misma que se encuentra edificada a las faldas del volcán que lleva el mismo nombre de la provincia.



*Gráfico 24: Imbabura en relación a Ecuador*

Elaborado por: La Autora



*Gráfico 25: Ibarra en relación a Imbabura*

Elaborado por: La Autora

#### 4.4.2. Micro Localización

La distribuidora dental se encontrará localizada en la ciudad de Ibarra, en una zona donde tenga acceso a todos los servicios básicos, que su ubicación sea cerca al centro de desarrollo urbano y que la misma tenga gran afluencia de profesionales odontólogos, cabe recalcar que las vías en los sitios donde se pretende implementar el proyecto son de fácil acceso y circulación, además de ser áreas comerciales seguras.

Para lo cual tomaremos en cuenta los siguientes aspectos de las áreas tentativas a la ubicación del proyecto las cuales son presentadas a continuación:

**Tabla 28:**

#### **Factores de la Micro localización**

Factores	Peso	Teodoro y Atahualpa		Centro de la Ciudad		Sánchez y Cifuentes y Pedro Moncayo	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Servicios Básicos	20%	9	1,8	9	1,8	9	1,8
Ubicación Comercial	16%	9	1,44	9	1,44	9	1,44
Sistema Vial	16%	9	1,44	7	1,12	9	1,44
Ambiente	9%	8	0,72	8	0,72	9	0,81
Afluencia de Profesionales Odontológicos	20%	8	1,6	9	1,8	9	1,8
Seguridad	10%	8	0,8	8	0,8	9	0,9
Disponibilidad de Espacio Físico	9%	8	0,72	8	0,72	8	0,72
<b>Total</b>	<b>100%</b>		<b>8,52</b>		<b>8,4</b>		<b>8,91</b>

**Elaborado por:** La Autora

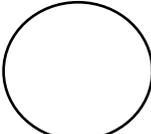
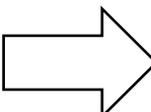
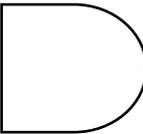
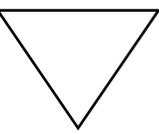
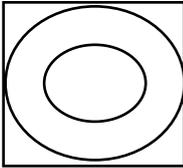


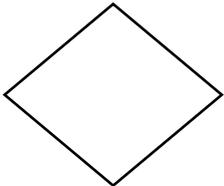
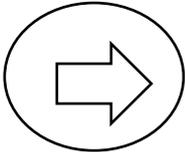
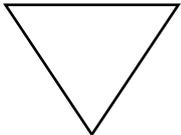
necesidades, esto se realizará a través de un flujograma de procesos en el cual contarán las diferentes actividades a realizarse y la secuencia que la mismas deben seguir a fin de tener un correcto funcionamiento.

Para lo cual se utilizará la siguiente simbología:

**Tabla 29:**

**Simbología Flujogramas**

Símbolo	Representa	
	Operación	Indica las principales fases del proceso, método o procedimiento.
	Inspección	Indica que se verifica la calidad y/o cantidad de algo.
	Desplazamiento o Transporte	Indica el movimiento de los empleados, material y equipo de un lugar a otro.
	Depósito provisional o espera	Indica demora en el desarrollo de los hechos.
	Almacenamiento permanente	Indica el depósito de un documento o información dentro de un archivo, o de un objeto cualquiera en un almacén.
	Origen de una forma o documento	Indica el hecho de formular una forma o producir un informe.

	Decisión	Representa el acto de tomar una decisión o bien de efectuar una autorización.
	Entrevistas	Indica el desarrollo de una entrevista entre dos o más personas.
	Destrucción de un documento	Indica el hecho de destruir un documento o tanto de él o bien la existencia de un archivo muerto.

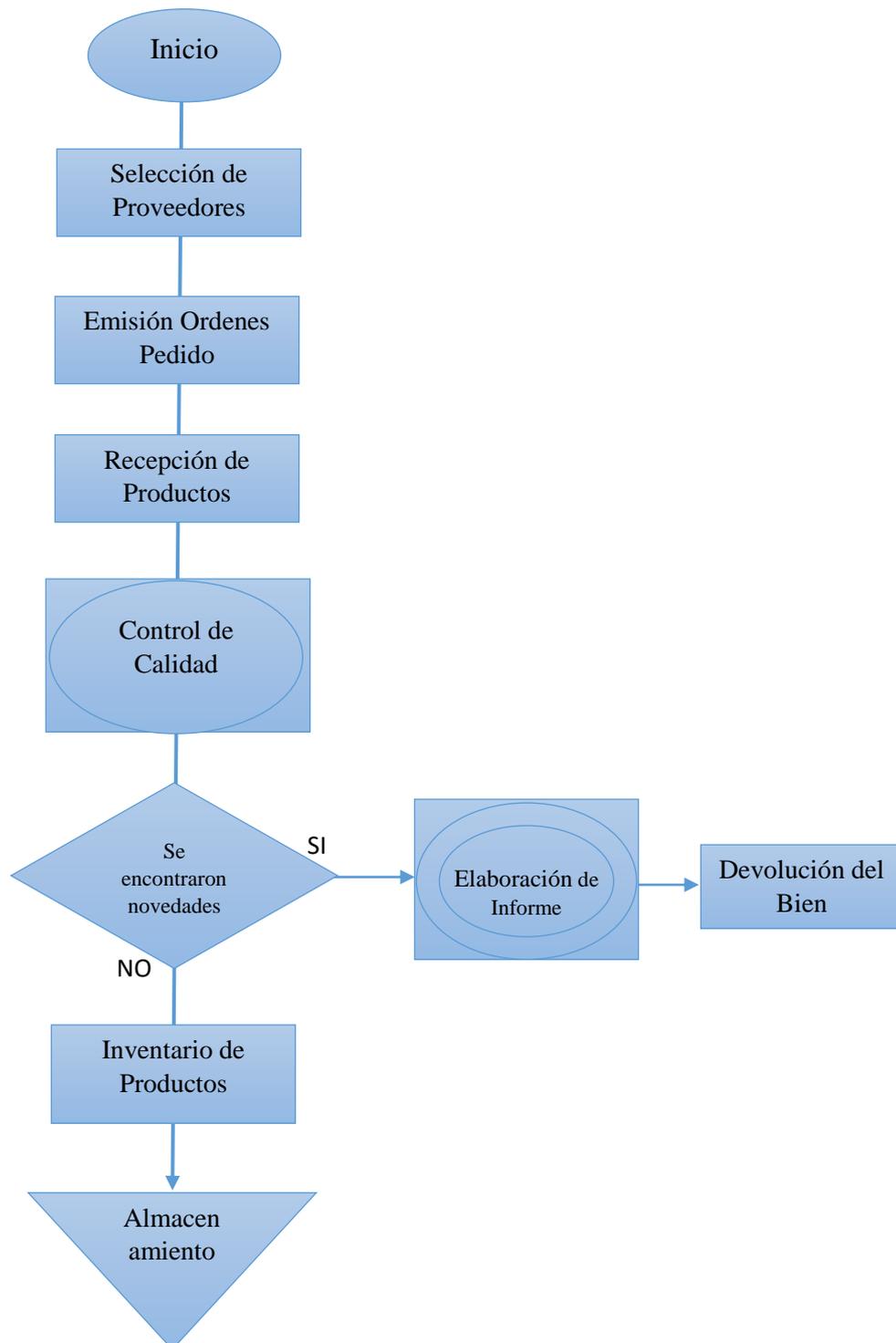
**Fuente:** Normas ASME

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.5.1. Flujogramas de los principales procesos del servicio

Entre los principales flujogramas diseñados por la microempresa para la realización de sus actividades se encuentran: el proceso de adquisición de mercadería, el proceso de asesoría a los profesionales odontólogos posibles clientes del proyecto a implementarse y el proceso de selección de la mejor alternativa para la realización de la compra, los mismos que se encuentran graficados a continuación:

#### 4.5.1.1. Flujograma de servicio



**Gráfico 27: Abastecimiento de Mercadería**

**Fuente:** Normas ASME

**Elaborado por:** La Autora

El abastecimiento de productos Odontológicos se describe a continuación:

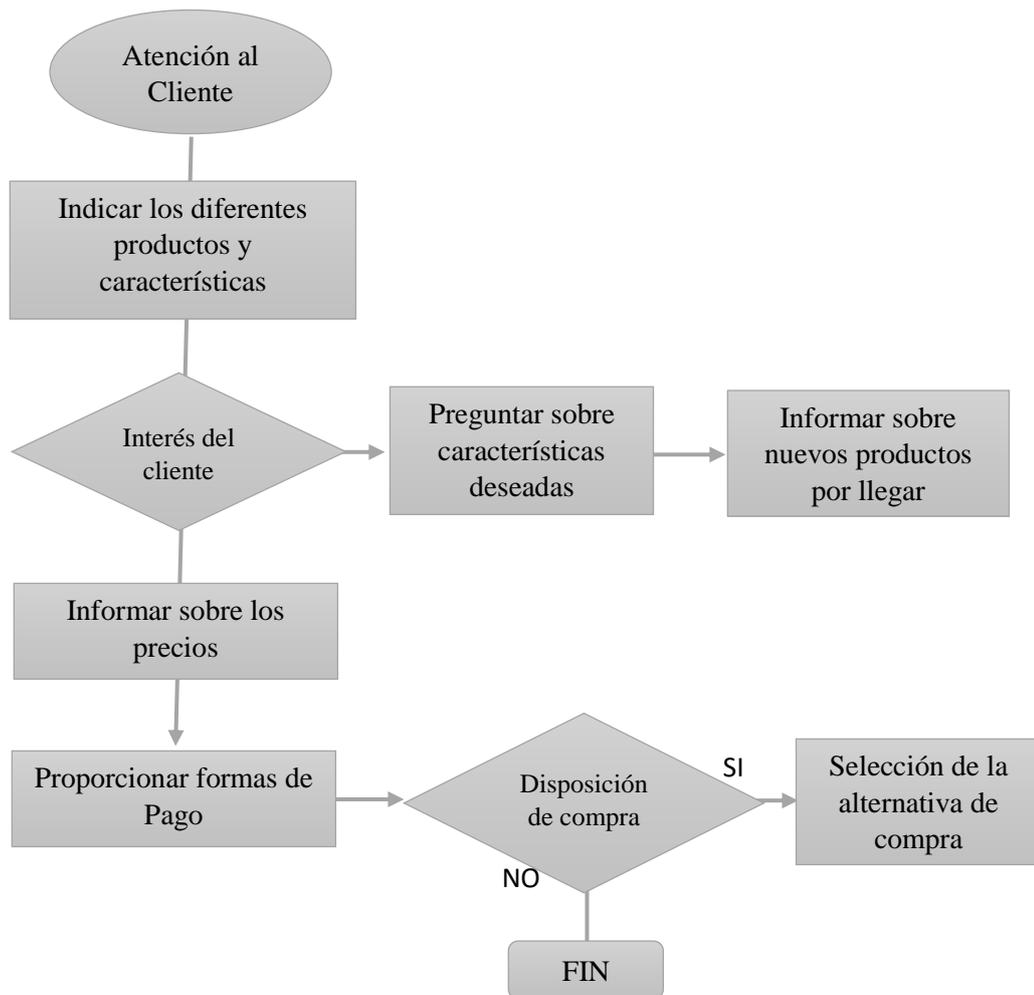
- a. Selección del mejor proveedor previa a una selección de los ofertantes.
- b. Se realiza las ordenes de pedido al proveedor o proveedores seleccionados.
- c. Una vez que la mercadería llega se realiza un control de calidad con el fin de determinar si la misma se encuentra en óptimas condiciones, en el caso de encontrar fallas se elabora un informe y se procede a la devolución de las mismas.
- d. Una vez que toda la mercadería se encuentra de acuerdo los requerimientos establecidos se procede a realizar un inventario y su posterior almacenamiento. La exhibición de los productos odontológicos se hará de manera que el cliente y el personal puedan acceder a los mismo de forma rápida.

#### **4.5.1.2. Flujograma de Asesoría al Cliente**

En la fase de asesoría al cliente el personal encargado de las ventas deberá informar al comprador sobre la variedad de mercancía existente sus características y las diferencias de otras similares, así como sus respectivos precios las veces que sean necesarias de acuerdo a los requerimientos del cliente.

Así también deberá informarles sobre las promociones en caso de existir y las formas de pago que la microempresa maneja ya sea la opción del comprador de pagar en efectivo o acceder a créditos el personal debe informarles sobre todas las alternativas existentes.

Los encargados del departamento de ventas serán los responsables de mostrar los productos a fin de garantizar su calidad total y emitir las órdenes de compra requeridas por el cliente al momento que este tome la decisión de compra.



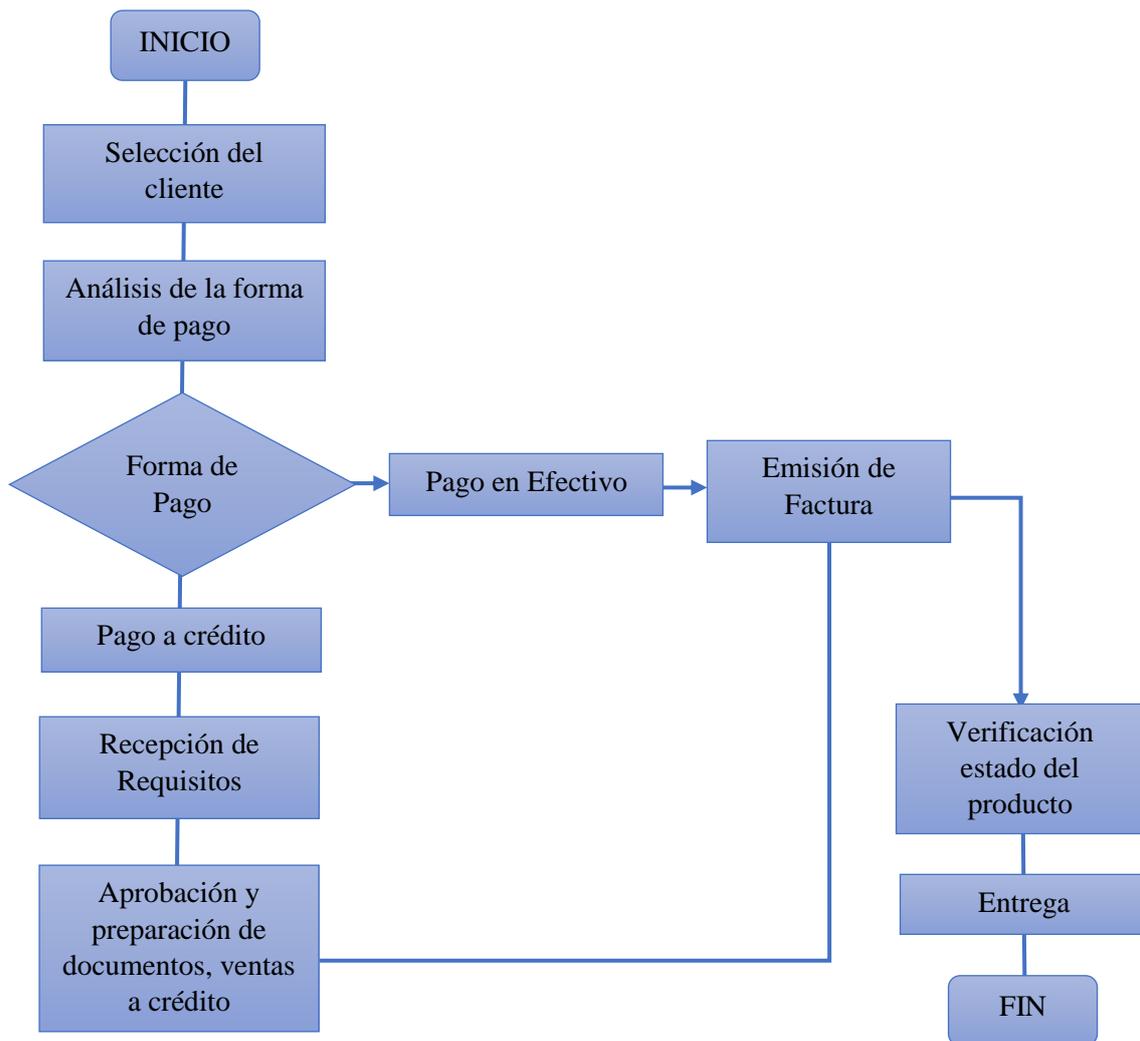
**Gráfico 28: Asesoría al Cliente**

**Fuente:** Normas ASME  
**Elaborado por:** La Autora

#### 4.5.1.3. Flujograma de Selección de la Alternativa de Compra

- Los encargados de venta deben realizar los procesos de facturación de acuerdo a la decisión tomada por parte del cliente. Así mismo serán los encargados de revisar y mostrar a los clientes que los productos se encuentran en óptimas condiciones.
- Deberán recoger toda la documentación del cliente en el caso de pago a crédito y verificar que el cliente es apto para este tipo de procedimiento, al culminar se emitirá la factura y se entregarán los productos.

- En caso de que el cliente decida comprar al por mayor se debe verificar que exista la cantidad de productos en bodega requeridos.
- Así también el proceso de seguimiento es la actividad de cobranza de las cuotas de las ventas a crédito las mismas que se realizan en la distribuidora y en caso de retraso se le recordara por medio de llamadas telefónicas.



**Gráfico 29: Selección de la Alternativa de Compra**

**Fuente:** Normas ASME  
**Elaborado por:** La Autora

## 4.6. INGENIERÍA DEL PROYECTO

En la ingeniería del proyecto se llevará a cabo el análisis de la información que nos permita realizar un evaluación técnica y económica, de todos los fundamentos técnicos necesarios para realizar el diseño y ejecución del proyecto.

### 4.6.1. Distribución de la Planta

En la distribución de la planta se llevará a cabo una explicación grafica de cómo se encontrará distribuida la microempresa en relación a sus respectivos departamentos como: de administración, contabilidad y ventas los mismos que se encuentran graficados a continuación:



*Gráfico 30: Distribución de la Planta*

Elaborado por: La Autora

#### 4.6.1.1. Explicación de la Planta

La planta para las actividades de la organización contendrá cuatro áreas presentadas a continuación:

- a. Administración
- b. Contabilidad
- c. Ventas
- d. Bodega

### **Administración**

El departamento de administración será el encargado de realizar el análisis de toda la información referente a la organización, así como también para realizar negociaciones con los proveedores y clientes que se puedan presentar solicitando los servicios y ofreciendo una nueva gama de productos para la distribuidora.

### **Contabilidad**

Área encargada de analizar todos los ingresos, egresos de la microempresa, así como el pago de trabajadores y responsabilidades sociales de la misma.

### **Ventas**

El departamento de ventas será el encargado de ofrecer los servicios a los profesionales odontólogos con asesoría especializada de los nuevos productos que salen al mercado en la misma se realizara la muestra de los insumos así también en la misma se contara con un área de descanso en la cual los profesionales podrán esperar que sus productos o equipos sean empacados y se les entregue las facturas correspondientes.

### **Bodega**

El área de bodega será donde se encuentren los productos empacados para ser entregados a los clientes que los requieran, la misma contará con estanterías para cartones livianos y pesados a fin de salvaguardar la seguridad de los productos y evitar daños.

## 4.7. PRESUPUESTO TÉCNICO

Mediante el presupuesto técnico se pretende determinar el monto necesario de los recursos económicos para la implementación del proyecto, es decir se tomará en cuenta lo necesario para el funcionamiento de las áreas administrativas, contabilidad, venta y bodega, señalando factores indispensables como el tamaño, ubicación, equipamiento y distribución de las áreas de la microempresa.

### 4.7.1. Requerimiento de Activos

Se refiere a los activos que serán necesario adquirir para iniciar las actividades de la microempresa en relación a la prestación de servicios a los profesionales odontólogos los mismos que se detallan a continuación:

#### 4.7.1.1. Muebles y Enseres

Se refiere al mobiliario que la distribuidora requerirá para dar inicio a su funcionamiento, los mismos que son detallados a continuación:

**Tabla 30:**

#### *Muebles y Enseres*

Área	Departamento	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Administrativa	Administración- Contabilidad	Estación de Trabajo	2	\$1.250,00	\$2.500,00
		Sillas Operativas	2	\$100,00	\$200,00
		Juego de sillas visitantes	6	\$80,00	\$480,00
		Librero de Oficina	2	\$150,00	\$300,00
Comercial	Ventas	Estación de Trabajo	1	\$1.000,00	\$1.000,00
		Sillas Operativas	1	\$100,00	\$100,00
		Juego de Muebles	1	\$900,00	\$900,00
		Archivador	1	\$200,00	\$200,00
		Estanterías	3	\$350,00	\$1.050,00
Bodega	Bodega	Góndolas Metálicas	3	\$450,00	\$1.350,00
		Estanterías de	2	\$530,00	\$1.060,00
		Almacenaje pesado			
<b>Total</b>					<b>\$9.140,00</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.7.1.2. Equipo de Oficina

El equipo de oficina necesario para la distribuidora asciende a \$1.076,41 los mismos que se encuentran detallados a continuación:

**Tabla 31:**

**Equipo de Oficina**

Área	Departamento	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Administrativa	Administración-Contabilidad	Teléfono Panasonic	2	\$59,47	\$118,94
		Papelera	2	\$20,00	\$40,00
		Calculadora	2	\$30,00	\$60,00
		Grapadora, perforadora y saca grapas	2	\$8,00	\$16,00
Comercial	Ventas	Teléfono Panasonic	1	\$59,47	\$59,47
		Grapadora, perforadora y saca grapas	1	\$30,00	\$30,00
		Calculadora	1	\$8,00	\$8,00
		Papelera	1	\$15,00	\$15,00
		TV plasma 43 pulgadas	1	\$729,00	\$729,00
<b>Total</b>					<b>\$1.076,41</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.7.1.3. Equipo de Computo

Son los equipos necesarios para la prestación del servicio a ofrecer que nos permitirán llevar registros sobre los productos de los que dispones y los precios de los mismos presentados a continuación:

**Tabla 32:****Equipo de Computo**

Área	Departamento	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Administrativa	Administración- Contabilidad	Computadora Hp 54 pulgadas	2	\$819,99	\$1.639,98
		Impresora Canon	2	\$90,82	\$181,64
Comercial	Ventas	Computadora Hp 54 pulgadas	1	\$819,99	\$819,99
		Impresora Canon	1	\$90,82	\$90,82
<b>Total</b>					\$2.732,43

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.7.1.4. Depreciación de los Activos

Se refiere al detalle de cómo se realizarán las depreciaciones con respecto a sus porcentajes y años de vida útil de los activos fijos que posee la distribuidora los mismos que se encuentran detallados a continuación:

Tabla 33:

## Depreciaciones

Detalle	#	Valor Unitario	Valor Total	% Depreciación	Valor Depreciación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Depreciación Mensual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
Estación de Trabajo	3	\$1.250,00	\$3.750,00	0,1	\$375,00	\$375,00	\$375,00	\$375,00	\$375,00	\$375,00	\$31,25	\$1.875,00	\$1.875,00
Sillas Operativas	3	\$100,00	\$300,00	0,1	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$2,50	\$150,00	\$150,00
Juego de sillas visitantes	6	\$80,00	\$480,00	0,1	\$48,00	\$48,00	\$48,00	\$48,00	\$48,00	\$48,00	\$4,00	\$240,00	\$240,00
Librero de Oficina	2	\$150,00	\$300,00	0,1	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$2,50	\$150,00	\$150,00
Juego de Muebles	1	\$900,00	\$900,00	0,1	\$90,00	\$90,00	\$90,00	\$90,00	\$90,00	\$90,00	\$7,50	\$450,00	\$450,00
Archivador	1	\$200,00	\$200,00	0,1	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$1,67	\$100,00	\$100,00
Estanterías	3	\$350,00	\$1.050,00	0,1	\$105,00	\$105,00	\$105,00	\$105,00	\$105,00	\$105,00	\$8,75	\$525,00	\$525,00
Góndolas Metálicas	3	\$450,00	\$1.350,00	0,1	\$135,00	\$135,00	\$135,00	\$135,00	\$135,00	\$135,00	\$11,25	\$675,00	\$675,00
Estanterías de Almacenaje pesado	2	\$530,00	\$1.060,00	0,1	\$106,00	\$106,00	\$106,00	\$106,00	\$106,00	\$106,00	\$8,83	\$530,00	\$530,00
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>		<b>\$4.010,00</b>	<b>\$9.390,00</b>		<b>\$939,00</b>	<b>\$939,00</b>	<b>\$939,00</b>	<b>\$939,00</b>	<b>\$939,00</b>	<b>\$939,00</b>	<b>\$78,25</b>	<b>\$4.695,00</b>	<b>\$4.695,00</b>
Teléfono Panasonic	3	\$59,47	\$178,41	0,1	\$17,84	\$17,84	\$17,84	\$17,84	\$17,84	\$17,84	\$1,49	\$89,21	\$89,21
TV plasma 43 pulgadas	1	\$729,00	\$729,00	0,1	\$72,90	\$72,90	\$72,90	\$72,90	\$72,90	\$72,90	\$6,08	\$364,50	\$364,50
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>		<b>\$788,47</b>	<b>\$907,41</b>		<b>\$90,74</b>	<b>\$90,74</b>	<b>\$90,74</b>	<b>\$90,74</b>	<b>\$90,74</b>	<b>\$90,74</b>	<b>\$7,56</b>	<b>\$453,71</b>	<b>\$453,71</b>
Computadora Hp 54 pulgadas	3	\$819,99	\$2.459,97	0,3333	\$819,91	\$819,91	\$819,91	\$819,91	\$0,00	\$0,00	\$68,33	\$2.459,72	\$0,25
Impresora Canon	3	\$90,82	\$272,46	0,3333	\$90,81	\$90,81	\$90,81	\$90,81	\$0,00	\$0,00	\$7,57	\$272,43	\$0,03
<b>EQUIPO DE COMPUTO</b>		<b>\$910,81</b>	<b>\$2.732,43</b>		<b>\$910,72</b>	<b>\$910,72</b>	<b>\$910,72</b>	<b>\$910,72</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$75,89</b>	<b>\$2.732,16</b>	<b>\$0,27</b>
<b>ADMINISTRACIÓN Y VENTA</b>		<b>\$5.709,28</b>	<b>\$13.029,84</b>		<b>\$1.940,46</b>	<b>\$1.940,46</b>	<b>\$1.940,46</b>	<b>\$1.940,46</b>	<b>\$1.029,74</b>	<b>\$1.029,74</b>	<b>\$161,70</b>	<b>\$7.880,86</b>	<b>\$5.148,98</b>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La Autora

#### 4.7.2. Requerimiento de Personal

Los siguientes datos proporcionados se refieren al personal necesario requerido por la distribuidora para dar inicio a sus actividades, los mismos que se encuentran distribuidos en las áreas administrativas y de comercialización.

Por lo que las mismas se presentan a continuación de forma detallada con respecto a los roles de pago de los dos primeros años de actividad.

**Tabla 34:**

##### *Nómina*

Nómina	N°	Remuneración
Administrador	1	\$500,00
Contador	1	\$450,00
Vendedor	1	\$400,00
<b>Total</b>	<b>3</b>	

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla 35:**

##### *Nómina Primer Año*

Nómina	N°	Remuneración	Mes	Total	IESS Patronal	Vacaciones	Fondos de Reserva	13° Sueldo	14° Sueldo	Total, Anual
Administrador	1	\$500,00	12	\$6.000,00	\$729,00	\$250,00	\$0,00	\$500,00	\$366,00	\$7.845,00
Contador	1	\$450,00	12	\$5.400,00	\$656,10	\$225,00	\$0,00	\$450,00	\$366,00	\$7.097,10
Vendedor	1	\$400,00	12	\$4.800,00	\$583,20	\$200,00	\$0,00	\$400,00	\$366,00	\$6.349,20
<b>Total</b>	<b>3</b>			<b>\$16.200,00</b>	<b>\$1.968,30</b>	<b>\$675,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$1.350,00</b>	<b>\$1.098,00</b>	<b>\$21.291,30</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla 36:****Nómina Segundo Año**

Nómina	N°	Remuneración	Mes	Total	IESS Patronal	Vacaciones	Fondos de Reserva	13° Sueldo	14° Sueldo	Total, Anual
Administrador	1	\$500,00	12	\$6.000,00	\$729,00	250	\$366,00	\$500,00	\$366,00	\$8.211,00
Contador	1	\$450,00	12	\$5.400,00	\$656,10	225	\$366,00	\$450,00	\$366,00	\$7.463,10
Vendedor	1	\$400,00	12	\$4.800,00	\$583,20	200	\$366,00	\$400,00	\$366,00	\$6.715,20
<b>Total</b>	<b>3</b>			<b>\$16.200,00</b>	<b>\$1.968,30</b>	<b>\$675,00</b>	<b>\$1.098,00</b>	<b>\$1.350,00</b>	<b>\$1.098,00</b>	<b>\$22.389,30</b>

**Fuente:** Estudio Técnico**Elaborado por:** La Autora**4.7.3. Costo de ventas****4.7.3.1. Adquisición de Productos**

Hace referencia a los costos en los que incurrimos para adquirir los materiales, instrumental y equipos que posteriormente serán ofrecidos a nuestros consumidores los mismos que se detallan a continuación:

**Tabla 37:****Adquisición de Productos**

Detalle	Cantidad	Precio	Total, Anual	Total, Anual Cantidades
Motor para Cirugía Woodpecker	8	\$550,00	\$4.158,00	8
Hu Friedy Forceps universal inferior #150 Cryer	10	\$62,00	\$624,96	10
ZIANN Equipo Odontológico Mod: ZA-208 D	5	\$4.900,00	\$24.696,00	5
SDI - Lámpara Radii	3	\$450,00	\$1.134,00	3
3M Single Bond-adhesivo	13	\$42,30	\$6.395,76	151
3M Resina compuesta para fotocurado para posteriores Kit	28	\$98,60	\$32.798,30	333
Resina compuesta de fotocurado para anteriores Estuche	15	\$57,28	\$10.392,88	181
Yeso Piedra galón	15	\$30,76	\$5.581,09	181
Alginato funda kilo	8	\$26,78	\$2.429,48	91
American Orthodontics Brackets low profile system	13	\$310,90	\$47.008,08	151
3M Anestésico Mepivastesin	101	\$35,45	\$42.880,32	1210
3M Ketac N100-Ionomero de vidrio para restauración fotocurado	55	\$99,98	\$66.514,69	665
<b>Total, Anual</b>			<b>\$244.613,58</b>	<b>2989</b>

**Fuente:** Estudio Técnico**Elaborado por:** La Autora

#### 4.7.4. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos hacen referencia a los siguientes rubros los mismo que son indispensables en el funcionamiento del proyecto a implementarse los mismos que son proporcionados a continuación:

**Tabla 38:**

##### *Gastos Administrativos*

<b>Detalle</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Nómina	\$1.245,18	\$14.942,10
Servicios Básicos	\$1.156,42	\$13.877,04
<b>Total</b>	<b>\$2.401,60</b>	<b>\$28.819,14</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La Autora

##### 4.7.4.1. Nómina

**Tabla 39:**

##### *Nómina Administrativa*

<b>Detalle</b>	<b>Remuneración Mensual</b>	<b>Remuneración Anual</b>
Administrador	\$653,75	\$7.845,00
Contador	\$591,43	\$7.097,10
<b>Total</b>	<b>\$1.245,18</b>	<b>\$14.942,10</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La Autora

##### 4.7.4.2. Gastos de Constitución

**Tabla 40:**

##### *Gastos de Constitución*

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Registro Notaría Publica	\$140,00
Registro Ministerio de salud	\$150,00
Pago Patente	\$50,00
Trámite Ruc	\$60,00
Pago bomberos	\$30,00
Otros	\$400,00
<b>Total</b>	<b>\$830,00</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.7.4.3. Suministros de Oficina

Los suministros de oficina hacen relación a todo lo necesario para que la distribuidora realice sus actividades de forma constante diariamente, los mismos que serán adquiridos de forma mensual y se encuentran detallados a continuación:

**Tabla 41:**

#### *Suministros de Oficina*

Área	Departamento	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
		Resma de Papel Bond	4	\$3,50	\$14,00
		Esferos Gráficos Azules	4	\$0,60	\$2,40
		Esferos Gráficos Negros	4	\$0,60	\$2,40
		Lápices	4	\$0,50	\$2,00
		Carpetas de Cartón	10	\$0,20	\$2,00
		Agendas	4	\$2,00	\$8,00
Administrativa- Comercial	Administración- Ventas	Tóner Recargable	3	\$30,00	\$90,00
		Grapas (caja)	4	\$0,48	\$1,92
		Resaltadores	4	\$0,75	\$3,00
		Borradores	4	\$0,25	\$1,00
		Correctores	4	\$1,80	\$7,20
		Clips (caja)	4	\$1,00	\$4,00
		Tijeras	4	\$3,50	\$14,00
		Cinta de Embalaje	4	\$2,20	\$8,80
<b>Total</b>					<b>\$160,72</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** la Autora

#### 4.7.4.4. Materiales de Aseo

Se refiere a todos los materiales que se utilizan de forma diaria dentro de la distribuidora con el fin de mantenerla en óptimas condiciones para recibir a los clientes, los mismo que serán adquiridos de manera variable de acuerdo a su uso mensualmente y se encuentran detallados a continuación:

**Tabla 42:****Equipo de Aseo**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escobas	2	\$1,50	\$3,00
Trapeador	2	\$2,00	\$4,00
Desinfectante	2	\$4,00	\$8,00
Detergente	2	\$2,50	\$5,00
Jabón Líquido	2	\$2,00	\$4,00
Botiquín de Emergencias	1	\$15,00	\$15,00
Baldes	2	\$1,00	\$2,00
Papel Higiénico	4	\$0,30	\$1,20
Basureros	2	\$6,00	\$12,00
Recogedores	1	\$1,50	\$1,50
<b>Total</b>			<b>\$55,70</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.7.5. Gastos de Venta

Los gastos de venta están constituidos por los detalles presentados a continuación:

**Tabla 43:****Gastos de Venta**

Detalle	Mensual	Anual
Nómina	\$529,10	\$6.349,20
Publicidad	\$110,00	\$1.320,00
<b>Total</b>	<b>\$639,10</b>	<b>\$7.669,20</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La Autora

##### 4.7.5.1. Nómina

**Tabla 44:****Nómina de Ventas**

Detalle	Remuneración Mensual	Remuneración Anual
Vendedor	\$529,10	\$6.349,20
<b>Total</b>	<b>\$529,10</b>	<b>\$6.349,20</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.7.5.2. Publicidad

**Tabla 45:**

**Publicidad**

<b>Detalle</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Creación Pagina Web	\$10,00	\$120,00
Radio y Prensa Escrita	\$100,00	\$1.200,00
<b>Total</b>	<b>\$110,00</b>	<b>\$1.320,00</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.8. CAPITAL DE TRABAJO

Se refiere a la parte de la inversión requerida para iniciar las actividades de la distribuidora, el mismo está constituido por los gastos administrativos, gastos de venta y el costo de venta los mismos que se presentan a continuación:

**Tabla 46:**

**Capital de Trabajo**

<b>Detalle</b>	<b>Valor Anual</b>	<b>Trimestral</b>
Costo de adquisición productos	\$244.613,58	\$53.500,15
Gastos Administrativos	\$28.819,14	\$7.204,79
Gastos de Venta	\$7.669,20	\$1.917,30
<b>Total</b>	<b>\$281.101,92</b>	<b>\$62.622,24</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La Autora

## **CAPÍTULO V**

### **5. ESTUDIO FINANCIERO**

#### **5.1. INTRODUCCIÓN**

En la realización de un proyecto el estudio financiero representa uno de los aspectos más importantes e indispensables de realizar, ya que el mismo nos permite realizar un análisis de la estructura económica del mismo al momento de su implementación.

En este capítulo se realizarán las proyecciones de los presupuestos y estados financieros a fin de verificar si la información obtenida en el estudio de mercado en los aspectos económicos, financieros y contables son los adecuados para implementar el proyecto o no.

#### **5.2. OBJETIVOS DE LA EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA**

##### **5.2.1. Objetivo General**

Elaborar el estudio financiero para determinar la factibilidad del proyecto a través de indicadores económicos.

#### **5.3. INVERSIÓN**

Se refiere al valor monetario es decir el dinero que se utilizará para los activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo que requerirá la distribuidora para dar inicio a su funcionamiento.

A continuación, se presenta el resumen de la inversión para poner en marcha el proyecto:

**Tabla 47:****Inversión**

<b>Detalle</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Valor</b>
Arriendo y equipo	16,95%	\$12.948,84
Activos diferidos	1,09%	\$830,00
Capital de Trabajo	81,97%	\$62.622,24
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>\$76.401,08</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La Autora

### 5.3.1. Financiamiento

El financiamiento del proyecto en la mayoría será por parte de la autora del proyecto y el resto mediante un crédito solicitado a una entidad financiera es decir el 66% representara a el capital propio y el 34% mediante un crédito bancario.

**Tabla 48:****Financiamiento**

<b>Detalle</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Valor</b>
Capital Propio	66%	\$50.401,08
Capital Financiado	34%	\$26.000,00
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>\$76.401,08</b>

**Fuente:** Estudio Técnico

**Elaborado por:** La Autora

La corporación financiera en la cual pretendemos acceder al crédito es el Banco del Pichincha, el mismo que cuenta con una tasa de interés del 11,23% a un periodo de 3 años.

A continuación, se presenta la tabla de amortización del crédito a obtener por un monto de \$26.000 dólares.

<b>Monto</b>	<b>\$26.000,00</b>
<b>Tasa de Interés</b>	11,23%
<b>Cuota</b>	\$10.682,13
<b>Tiempo</b>	3 Años

**Tabla 49:****Tabla de Amortización**

<b>Tabla de Amortización</b>				
<b>Años</b>	<b>Saldo de la Deuda</b>	<b>Cuota</b>	<b>Interés</b>	<b>Amortización de la Deuda</b>
<b>1</b>	\$26.000,00	\$10.682,13	\$2.919,80	\$7.762,33
<b>2</b>	\$18.237,67	\$10.682,13	\$2.048,09	\$8.634,04
<b>3</b>	\$9.603,64	\$10.682,13	\$1.078,49	\$9.603,64
<b>4</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$10.682,13</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$10.682,13</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

## **5.4. PROYECCIONES**

### **5.4.1. Presupuesto de Ingresos**

Los ingresos que la distribuidora tendrá están en relacional servicio prestado a los odontólogos de la ciudad en venta de materiales, instrumental y equipos dentales, los mismos que se estimaron de acuerdo a la tasa de crecimiento poblacional de los profesionales odontólogos que corresponde al 2,51%.

Los precios se proyectaron en relación a la tasa de inflación del 2015 que fue del 3,38% según el Banco Central del Ecuador. A continuación, se detalla la demanda del servicio requerido:

Tabla 50:

## Proyección Presupuesto de Ingresos

Descripción	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Canti dad	Precio	Total												
Motor para Cirugía Woodpecker	8	\$671,00	\$5.072,76	8	\$693,68	\$5.375,85	8	\$717,13	\$5.697,05	8	\$741,37	\$6.037,44	8	\$766,42	\$6.398,16
Hu Friedy Forceps universal inferior #150 Cryer	10	\$77,50	\$781,20	10	\$80,12	\$827,88	11	\$82,83	\$877,34	11	\$85,63	\$929,76	11	\$88,52	\$985,31
ZIANN Equipo Odontológico Mod: ZA-208 D	5	\$5.978,00	\$30.129,12	5	\$6.180,06	\$31.929,29	5	\$6.388,94	\$33.837,01	5	\$6.604,89	\$35.858,72	6	\$6.828,13	\$38.001,22
SDI - Lámpara Radii	3	\$553,50	\$1.394,82	3	\$572,21	\$1.478,16	3	\$591,55	\$1.566,48	3	\$611,54	\$1.660,07	3	\$632,21	\$1.759,26
3M Single Bond- adhesivo	151	\$52,88	\$7.994,70	155	\$54,66	\$8.472,37	159	\$56,51	\$8.978,58	163	\$58,42	\$9.515,04	167	\$60,39	\$10.083,54
3M Resina compuesta para fotocurado para posteriores Kit	333	\$123,25	\$40.997,88	341	\$127,42	\$43.447,44	350	\$131,72	\$46.043,35	358	\$136,17	\$48.794,37	367	\$140,78	\$51.709,75
Resina compuesta de fotocurado para anteriores Estuche	181	\$71,60	\$12.991,10	186	\$74,02	\$13.767,30	191	\$76,52	\$14.589,88	195	\$79,11	\$15.461,60	200	\$81,78	\$16.385,40
Yeso Piedra galón	181	\$38,45	\$6.976,37	186	\$39,75	\$7.393,19	191	\$41,09	\$7.834,93	195	\$42,48	\$8.303,05	200	\$43,92	\$8.799,14
Alginato funda kilo	91	\$33,48	\$3.036,85	93	\$34,61	\$3.218,30	95	\$35,78	\$3.410,59	98	\$36,99	\$3.614,36	100	\$38,24	\$3.830,32
American Orthodontics Brackets low profile system	151	\$385,52	\$58.290,02	155	\$398,55	\$61.772,75	159	\$412,02	\$65.463,58	163	\$425,94	\$69.374,92	167	\$440,34	\$73.519,96
3M Anestésico Mepivastesin	1210	\$44,31	\$53.600,40	1240	\$45,81	\$56.802,94	1271	\$47,36	\$60.196,82	1303	\$48,96	\$63.793,48	1336	\$50,61	\$67.605,04
3M Ketac N100- Ionomero de vidrio para restauración fotocurado	665	\$124,98	\$83.143,37	682	\$129,20	\$88.111,05	699	\$133,57	\$93.375,54	717	\$138,08	\$98.954,58	735	\$142,75	\$104.866,96
<b>Total, Anual</b>			<b>\$304.408,59</b>			<b>\$322.596,51</b>			<b>\$341.871,13</b>			<b>\$362.297,38</b>			<b>\$383.944,06</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La Autora

### 5.4.2. Presupuesto de Egresos

Para los egresos se tomará en cuenta los gastos administrativos, gastos de venta que son considerados como los más necesarios para el desarrollo de las actividades de la empresa al momento de su implementación.

Los valores serán proyectados a un periodo de 5 años tomando en cuenta la tasa de inflación que según el Banco Central del Ecuador es del 3,38%.

**Tabla 51:**

#### *Proyección de Egresos*

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de ventas	\$244.613,58	\$252.881,52	\$261.428,91	\$270.265,21	\$279.400,17
Gastos Administrativos	\$28.819,14	\$29.894,07	\$30.904,49	\$31.949,06	\$33.028,94
Gastos de Venta	\$7.669,20	\$7.955,76	\$8.224,66	\$8.502,66	\$8.790,05
Gastos Financieros	\$2.919,80	\$2.048,09	\$1.078,49	\$0,00	\$0,00
<b>Total</b>	<b>\$284.021,72</b>	<b>\$292.779,43</b>	<b>\$301.636,55</b>	<b>\$310.716,92</b>	<b>\$321.219,16</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

#### 5.4.2.1. Costo de Adquisición de Productos

En el costo de adquisición se toma en consideración los costos de los productos que se adquirirían para la prestación del servicio posteriormente dirigido a los profesionales odontológicos de la ciudad, los mismos que se encuentran proyectado aun periodo de cinco años con una tasa de inflación del 3,38%.

**Tabla 52:**

#### *Proyección de Costo de Adquisición de productos*

Descripción	Valor Anual	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de adquisición	\$244.613,58	\$252.881,52	\$261.428,91	\$270.265,21	\$279.400,17
<b>Total</b>	<b>\$244.613,58</b>	<b>\$252.881,52</b>	<b>\$261.428,91</b>	<b>\$270.265,21</b>	<b>\$279.400,17</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

### 5.4.2.2. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos serán proyectados de acuerdo al talento humano que se requerirá para el funcionamiento de la microempresa los mismos que serán proyectados con la tasa de inflación del 3,38%.

**Tabla 53:**

**Proyección de gastos Administrativos**

Detalle	Anual	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nómina	\$14.942,10	\$15.547,98	\$16.073,50	\$16.616,79	\$17.178,44
Servicios Básicos	\$13.877,04	\$14.346,08	\$14.830,98	\$15.332,27	\$15.850,50
<b>Total</b>	<b>\$28.819,14</b>	<b>\$29.894,07</b>	<b>\$30.904,49</b>	<b>\$31.949,06</b>	<b>\$33.028,94</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

- **Nómina**

**Tabla 54:**

**Proyección Nómina**

Detalle	Remuneración Anual	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Administrador	\$7.845,00	\$8.211,00	\$8.488,53	\$8.775,44	\$9.072,05
Contador	\$7.097,10	\$7.336,98	\$7.584,97	\$7.841,34	\$8.106,38
<b>Total</b>	<b>\$14.942,10</b>	<b>\$15.547,98</b>	<b>\$16.073,50</b>	<b>\$16.616,79</b>	<b>\$17.178,44</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

- **Servicios Básicos**

**Tabla 55:****Proyección Servicios Básicos**

<b>Detalle</b>	<b>Anual</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Arriendo	\$9.600,00	\$9.924,48	\$10.259,93	\$10.606,71	\$10.965,22
Luz Eléctrica	\$720,00	\$744,34	\$769,49	\$795,50	\$822,39
Agua Potable	\$600,00	\$620,28	\$641,25	\$662,92	\$685,33
Internet	\$360,00	\$372,17	\$384,75	\$397,75	\$411,20
Equipo de Aseo	\$668,40	\$690,99	\$714,35	\$738,49	\$763,45
Suministros de Oficina	\$1.928,64	\$1.993,83	\$2.061,22	\$2.130,89	\$2.202,91
<b>Total</b>	<b>\$13.877,04</b>	<b>\$14.346,08</b>	<b>\$14.830,98</b>	<b>\$15.332,27</b>	<b>\$15.850,50</b>

**Fuente:** Estudio Financiero**Elaborado por:** La Autora**5.4.2.3. Gastos de Venta**

Los gastos de venta son aquellos en los que la microempresa incurrirá para la realizar la venta del servicio, los mismos que están constituidos por gastos realizados en la publicidad del negocio y los que estarán a cargo de un profesional en la materia.

**Tabla 56:****Proyección Gastos de Venta**

<b>Detalle</b>	<b>Anual</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Nómina	\$6.349,20	\$6.715,20	\$6.942,17	\$7.176,82	\$7.419,40
Publicidad	\$1.320,00	\$1.240,56	\$1.282,49	\$1.325,84	\$1.370,65
<b>Total</b>	<b>\$7.669,20</b>	<b>\$7.955,76</b>	<b>\$8.224,66</b>	<b>\$8.502,66</b>	<b>\$8.790,05</b>

**Fuente:** Estudio Financiero**Elaborado por:** La Autora

- **Nómina**

**Tabla 57:**

**Proyección de Nómina**

Detalle	Remuneración Anual	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vendedor	\$6.349,20	\$6.715,20	\$6.942,17	\$7.176,82	\$7.419,40
<b>Total</b>	<b>\$6.349,20</b>	<b>\$6.715,20</b>	<b>\$6.942,17</b>	<b>\$7.176,82</b>	<b>\$7.419,40</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

- **Publicidad**

**Tabla 58:**

**Proyección Publicidad**

Detalle	Anual	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Creación Pagina Web	\$120,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Radio y Prensa Escrita	\$1.200,00	\$1.240,56	\$1.282,49	\$1.325,84	\$1.370,65
<b>Total</b>	<b>\$1.320,00</b>	<b>\$1.240,56</b>	<b>\$1.282,49</b>	<b>\$1.325,84</b>	<b>\$1.370,65</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

### 5.4.2.3. Gastos Financieros

Dentro de los gastos financieros consideramos a los rubros referentes a los intereses que la empresa debe pagar en relación a la deuda por el crédito obtenido, a continuación, se presentan los intereses con los respectivos años a pagar:

**Tabla 59:**

**Intereses de la Deuda**

Años	Interés
<b>1</b>	\$2.919,80
<b>2</b>	\$2.048,09
<b>3</b>	\$1.078,49
<b>4</b>	\$0,00

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

## 5.5. ESTADOS FINANCIEROS

### 5.5.1. Estado de Situación Inicial

El estado de situación inicial contendrá los rubros referentes a los activos de la microempresa, es decir todos los bienes que la misma adquiere para la materialización del proyecto, así como también los pasivos que la misma adquiere y el patrimonio que la misma espera obtener.

*Tabla 60:*

*Estado de Situación Inicial*

<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		Cuentas por Pagar	\$26.000,00
<b>Bancos</b>	\$62.622,24	<b>TOTAL, PÁSIVOS</b>	<b>\$26.000,00</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			
Muebles y Enseres	\$9.140,00		
Equipo de Computo	\$2.732,43	<b>PATRIMONIO</b>	
Equipo de Oficina	\$1.076,41	Capital	\$50.401,08
		<b>TOTAL, PATRIMONIO</b>	<b>\$50.401,08</b>
<b>OTROS ACTIVOS</b>			
Activos Diferidos	\$830,00		
<b>TOTAL, ACTIVOS</b>	<b>\$76.401,08</b>	<b>TOTAL, PASIVOS + PAT</b>	<b>\$76.401,08</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

### 5.5.2. Estado de Resultados

En el estado de resultados se llevará a cabo una descripción detallada de todas las cuentas y subcuentas proyectadas que la microempresa espera obtener, así como también nos permite obtener la diferencia entre los egresos y la ganancia neta que la distribuidora generará en cada uno de sus años de funcionamiento.

**Tabla 61:****Estado de Resultado Proyectado**

<b>DATOS</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas	\$304.408,59	\$322.596,51	\$341.871,13	\$362.297,38	\$383.944,06
-Costo de Ventas	\$244.613,58	\$252.881,52	\$261.428,91	\$270.265,21	\$279.400,17
=Utilidad	\$59.795,01	\$69.714,99	\$80.442,22	\$92.032,17	\$104.543,88
-Gastos Administrativos	\$28.819,14	\$29.894,07	\$30.904,49	\$31.949,06	\$33.028,94
-Gastos de Ventas	\$7.669,20	\$7.955,76	\$8.224,66	\$8.502,66	\$8.790,05
-Gastos de Constitución	\$166,00	\$166,00	\$166,00	\$166,00	\$166,00
-Depreciaciones	\$1.940,46	\$1.940,46	\$1.940,46	\$1.029,74	\$1.029,74
-Interés	\$2.919,80	\$2.048,09	\$1.078,49	\$0,00	\$0,00
=Utilidad antes PT	\$18.280,41	\$27.710,62	\$38.128,12	\$50.384,71	\$61.529,16
-15% PT	\$2.742,06	\$4.156,59	\$5.719,22	\$7.557,71	\$9.229,37
=Utilidad antes IR	\$15.538,35	\$23.554,03	\$32.408,90	\$42.827,00	\$52.299,79
-22% Impuesto a la Renta	\$3.418,44	\$5.181,89	\$7.129,96	\$9.421,94	\$11.505,95
<b>Utilidad del Ejercicio</b>	<b>\$12.119,91</b>	<b>\$18.372,14</b>	<b>\$25.278,94</b>	<b>\$33.405,06</b>	<b>\$40.793,83</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La Autora

**5.5.3. Estado de Flujo de Caja**

El estado de flujo de caja nos permite identificar y medir los ingresos y egresos de efectivo de la microempresa se estima obtendrá en un periodo determinado, permitiendo de esta manera determinar si se podrán realizar los pagos de las diferentes obligaciones contraídas al momento de su puesta en marcha, el mismo que se presenta a continuación con su respectivo desglose.

**Tabla 62:****Estado de Flujo de Caja Proyectado**

<b>Concepto</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ingreso		\$304.408,59	\$322.596,51	\$341.871,13	\$362.297,38	\$383.944,06
Costo de Ventas		-\$244.613,58	-\$252.881,52	-\$261.428,91	-\$270.265,21	-\$279.400,17
Gastos Administrativos		-\$28.819,14	-\$29.894,07	-\$30.904,49	-\$31.949,06	-\$33.028,94
Gastos de Venta		-\$7.669,20	-\$7.955,76	-\$8.224,66	-\$8.502,66	-\$8.790,05
Interés Préstamo		-\$2.919,80	-\$2.048,09	-\$1.078,49	\$0,00	\$0,00
Depreciación		-\$1.940,46	-\$1.940,46	-\$1.940,46	-\$1.029,74	-\$1.029,74
Amortización Intangible		-\$166,00	-\$166,00	-\$166,00	-\$166,00	-\$166,00
<b>Utilidad Antes del Impuesto</b>		<b>\$18.280,41</b>	<b>\$27.710,62</b>	<b>\$38.128,12</b>	<b>\$50.384,71</b>	<b>\$61.529,16</b>
Impuesto		-\$3.418,44	-\$5.181,89	-\$7.129,96	-\$9.421,94	-\$11.505,95
<b>Utilidad Neta</b>		<b>\$14.861,98</b>	<b>\$22.528,73</b>	<b>\$30.998,16</b>	<b>\$40.962,77</b>	<b>\$50.023,21</b>
Depreciación		\$1.940,46	\$1.940,46	\$1.940,46	\$1.029,74	\$1.029,74
Amortización Intangible		\$166,00	\$166,00	\$166,00	\$166,00	\$166,00
Inversión Inicial	-\$13.778,84					
Inversión Capital de Trabajo	-\$62.622,24					
Préstamo	\$26.000,00					
Amortización Deuda		-\$7.762,33	-\$8.634,04	-\$9.603,64		
Valor de desecho						
<b>Flujo de Caja</b>	<b>-\$76.401,08</b>	<b>\$9.206,11</b>	<b>\$16.001,16</b>	<b>\$23.500,98</b>	<b>\$42.158,51</b>	<b>\$51.218,95</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La Autora

El flujo de caja es uno de los elementos más importantes e indispensables en el desarrollo del proyecto, ya que el mismo nos proporciona información sobre los resultados que el mismo tendrá permitiéndonos determinar si el mismo resultara factible o no al momento de su implementación.

## 5.6. EVALUACIÓN FINANCIERA

Mediante la evaluación financiera se pretende estimar a través de los diferentes indicadores económicos como son la tasa de rendimiento media (TMAR), la tasa interna de retorno (TIR), el valor actual neto (VAN), la relación costo-benéfico y el periodo de recuperación de la inversión los beneficios que se obtendrán al momento de implementar el proyecto y cuando se podrá recuperar la inversión requerida.

### 5.6.1. Determinación de la Tasa de Rendimiento Media

La tasa de rendimiento media nos permite determinar los componentes correspondientes al proyecto, es decir cuál va a ser el porcentaje de aporte propio y cuál es el referente al financiamiento, así como también el nivel de riesgo que se pueden presentar la realizar las inversiones.

<b>Tasa de Inflación</b>	<b>3,38%</b>
<b>Tasa Pasiva</b>	<b>7,00%</b>

**Tabla 63:**

#### **Tasa de Rendimiento Media**

<b>Capital</b>	<b>Cantidad</b>	<b>% de Aportación</b>	<b>TMAR</b>	<b>Ponderación</b>
Inversionista	\$50.401,08	66%	10,62%	7,00%
Banco	\$26.000,00	34%	11,23%	3,82%
<b>Tasa Global Mixta</b>				<b>10,83%</b>

**Fuente:** Estudio financiero

**Elaborado por:** La Autora

### 5.6.2. Determinación del Valor Actual Neto

Se refiere a la suma actualizada de los flujos de caja que espera obtener a lo largo de la vida útil del proyecto, es decir es igual a la diferencia entre el valor actual neto de sus ingresos y el

valor actual de los egresos, se trata de una medida de rentabilidad que le proporciona a la microempresa.

$$VAN = \sum \text{Flujos Netos Actualizados} - \text{Inversión}$$

**Tabla 64:**

**Valor Actual Neto**

Periodos	Flujo de Caja Neto	Flujo De Caja Actualizado	Fórmula
<b>Inversión Inicial</b>	\$76.401,08		
<b>Año 1</b>	\$9.206,11	\$8.306,85	$FC1/(1+i)^1$
<b>Año 2</b>	\$16.001,16	\$13.027,83	$FC2/(1+i)^2$
<b>Año 3</b>	\$23.500,98	\$17.265,01	$FC3/(1+i)^3$
<b>Año 4</b>	\$42.158,51	\$27.946,43	$FC4/(1+i)^4$
<b>Año 5</b>	\$51.218,95	\$30.636,00	$FC5/(1+i)^5$
<b>Total</b>		<b>\$97.182,12</b>	

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

$$VAN = \sum \text{Flujos Netos Actualizados} - \text{Inversión}$$

$$VAN = \$97.182,12 - \$76.401,08$$

$$VAN = \$ 20.781,55$$

En vista a la información desarrollada podemos concluir que el van es mayor a cero por lo que nos permite determinar que el proyecto es factible ya que el mismo nos resulta positivo y justifica la inversión que se pretende realizar.

### 5.6.3. Determinación de la Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno representa la tasa de interés que el inversionista podría pagar sin tener pérdidas, está representada con un 19%, y al compararla con la tasa de descuento del 10,83% se evidencia que es superior, lo que determina que es proyecto es rentable.

Para lo cual se utilizará la siguiente fórmula:

$$TIR = TM - \left[ \frac{(TM - Tm) VANM}{VANM - VANm} \right]$$

<b>Tasa Mayor</b>	20%
<b>Tasa menor</b>	18%
<b>Van Tasa Mayor</b>	-\$3.102,48
<b>Van tasa menor</b>	\$1.329,08

**Tabla 65:**

**Determinación del TIR**

<b>Flujo Neto Actualizado</b>	<b>Actualizado con 20%</b>	<b>Actualizado con 18%</b>
\$9.206,11	\$7.671,76	\$7.801,79
\$16.001,16	\$11.111,91	\$11.491,78
\$23.500,98	\$13.600,11	\$14.303,42
\$42.158,51	\$20.331,07	\$21.744,89
\$51.218,95	\$20.583,75	\$22.388,27
	<b>-\$3.102,48</b>	<b>\$1.329,08</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

Aplicación de la fórmula:

$$TIR = TM - \left[ \frac{(TM - Tm) VANM}{VANM - VANm} \right]$$

$$TIR = 50\% - \left[ \frac{(20\% - 18\%) - 3.102,48}{-3.102,48 - 1.329,08} \right]$$

$$TIR = 19\%$$

La TIR para el presente proyecto es de 19%, tasa que resulta muy aceptable ya que supera a la tasa de descuento de 10,83%.

#### 5.6.4. Determinación de Costo-Beneficio

La determinación del costo beneficio nos permite determinar el valor que tiene la inversión con respecto a los beneficios y costos.

Para el cálculo del costo-beneficio se tomará en cuenta la siguiente formula:

**Tabla 66:**

#### **Determinación Costo-Beneficio**

<b>Costo - Beneficio</b>			
<b>Años</b>	<b>Flujos Caja</b>	<b>Formula</b>	<b>Flujos de Caja Actualizados</b>
<b>Inversión Inicial</b>	\$76.401,08		
<b>Año 1</b>	\$9.206,11	$FC1/(1+i)^1$	\$8.306,85
<b>Año 2</b>	\$16.001,16	$FC2/(1+i)^2$	\$13.027,83
<b>Año 3</b>	\$23.500,98	$FC3/(1+i)^3$	\$17.265,01
<b>Año 4</b>	\$42.158,51	$FC4/(1+i)^4$	\$27.946,43
<b>Año 5</b>	\$51.218,95	$FC5/(1+i)^5$	\$30.636,00
<b>Total</b>			<b>\$97.182,12</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

$$\frac{C}{B} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Inversión}}$$

$$\frac{C}{B} = \frac{\$97.182,12}{\$76.401,08}$$

$$\frac{C}{B} = \$1,27$$

Mediante la información proporcionada podemos determinar que por cada dólar que la microempresa invierte, se obtiene una recuperación de \$27 centavos.

#### 5.6.5. Determinación del Período de Recuperación de la Inversión

Este indicador nos permite conocer el tiempo en que la inversión realizada se puede recuperar, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados.

**Tabla 67:**  
**Flujos Netos Acumulados**

<b>Años</b>	<b>Flujos Netos Actualizados</b>	<b>Flujos Netos Acumulados</b>
<b>Año 1</b>	\$9.206,11	\$8.306,85
<b>Año 2</b>	\$16.001,16	\$21.334,68
<b>Año 3</b>	\$23.500,98	\$38.599,69
<b>Año 4</b>	<b>\$42.158,51</b>	<b>\$66.546,12</b>
<b>Año 5</b>	\$51.218,95	\$97.182,12

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

En base a la información proporcionada se puede determinar que la inversión será recuperada en:

- **Inversión en años**

$$\text{Años} = 4 = 66.546,12$$

- **Inversión en meses**

$$\begin{aligned} \text{Meses} &= (42.158,51 / 12) = 3.513,21 \\ &= 3.513,21 * 2 \text{ meses} = 7.026,42 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Inversión} &= 66.546,12 + 7.026,42 = 73.572,54 \\ &= 76.3401,08 - 73.572,54 \\ &= 2.828,25 \end{aligned}$$

- **Inversión en Días**

$$\begin{aligned} \text{Días} &= 51.218,95 / 360 = 142 \\ &= (2.828,25 / 142) = 20 \text{ días} \end{aligned}$$

El periodo de recuperación de la inversión será en un periodo de 4 años y 2 meses y 19 días.

### 5.6.6. Determinación del Punto de Equilibrio

Hace referencia a la cantidad de insumos o el monto de las ventas que hace que los ingresos totales de la organización sean iguales a los costos totales.

Para lo cual se procede a calcular los costos fijos y los costos variables:

#### - Costos Fijos

Los costos fijos son aquellos que se encontrarán de forma permanente en las actividades de la microempresa.

**Tabla 68:**

#### *Costos Fijos*

<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Gastos Administrativos	\$28.819,14	\$29.793,23	\$30.800,24	\$31.841,29	\$32.917,52
Gastos de Venta	\$7.669,20	\$7.928,42	\$8.196,40	\$8.473,44	\$8.759,84
Gastos Financieros	\$2.919,80	\$3.018,49	\$3.120,51	\$3.225,99	\$3.335,03
Gastos de Constitución	\$166,00	\$171,61	\$177,41	\$183,41	\$189,61
Depreciación	\$1.940,46	\$2.006,05	\$2.073,85	\$2.143,95	\$2.216,41
<b>Total, Costos Fijos</b>	<b>\$41.514,60</b>	<b>\$42.917,79</b>	<b>\$44.368,41</b>	<b>\$45.868,07</b>	<b>\$47.418,41</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

#### - Costos Variables

Los costos variables serán aquellos que pueden ir variando de acuerdo a las necesidades de la organización ya sea por situaciones económicas, políticas, etc.

**Tabla 69:**

#### *Costos Variables*

<b>Descripción</b>	<b>Valor Anual</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Costo de adquisición de productos	\$244.613,58	\$252.881,52	\$261.428,91	\$270.265,21	\$279.400,17
<b>Total</b>	<b>\$244.613,58</b>	<b>\$252.881,52</b>	<b>\$261.428,91</b>	<b>\$270.265,21</b>	<b>\$279.400,17</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

## - Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio del proyecto a implementarse se presenta a continuación:

**Tabla 70:**

### **Punto de Equilibrio en Dólares**

<b>Detalle</b>	<b>USD \$ Año 1</b>
<b>Total, Costos Fijos</b>	<b>\$41.514,60</b>
Gastos Administrativos	\$28.819,14
Gastos de Venta	\$7.669,20
Gastos Financieros	\$2.919,80
Gastos de Constitución	\$166,00
Depreciación	\$1.940,46
<b>Costos Variables</b>	<b>\$244.613,58</b>
Costos Adquisición de productos	\$244.613,58
<b>Ingresos Totales</b>	<b>\$304.408,59</b>
Motor para Cirugía Woodpecker	\$5.072,76
Hu Friedy Forceps universal inferior #150 Cryer	\$781,20
ZIANN Equipo Odontológico Mod: ZA-208 D	\$30.129,12
SDI - Lámpara Radii	\$1.394,82
3M Single Bond-adhesivo	\$7.994,70
3M Resina compuesta para fotocurado para posteriores Kit	\$40.997,88
Resina compuesta de fotocurado para anteriores Estuche	\$12.991,10
Yeso Piedra galón	\$6.976,37
Alginato funda kilo	\$3.036,85
American Orthodontics Brackets low profile system	\$58.290,02
3M Anestésico Mepivastesin	\$53.600,40
3M Ketac N100-Ionomero de vidrio para restauración fotocurado	\$83.143,37

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

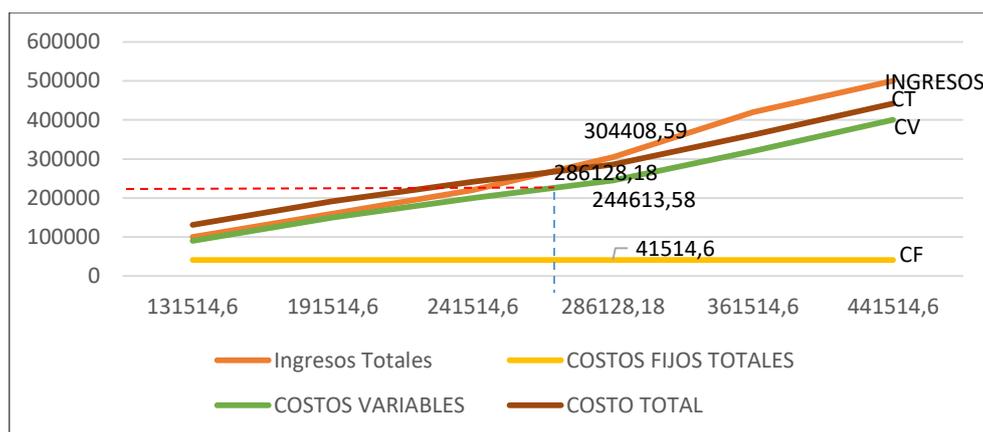
**Tabla 71:**

### **Punto de Equilibrio**

<b>Ingresos Totales</b>	<b>Costos Fijos Totales</b>	<b>Costos Variables</b>	<b>Costo Total</b>
\$100.000,00	\$41.514,60	\$90.000,00	\$131.514,60
\$160.000,00	\$41.514,60	\$150.000,00	\$191.514,60
\$220.000,00	\$41.514,60	\$200.000,00	\$241.514,60
<b>\$304.408,59</b>	<b>\$41.514,60</b>	<b>\$244.613,58</b>	<b>\$286.128,18</b>
\$420.000,00	\$41.514,60	\$320.000,00	\$361.514,60
\$500.000,00	\$41.514,60	\$400.000,00	\$441.514,60

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora



**Gráfico 31: Punto de Equilibrio en Dólares**

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla 72:**

**Punto de Equilibrio cantidades**

Producto	Unidades a Vender	% Participación	Precio	Costo Variable	Margen	MG Ponderado	Punto de Equilibrio	Ingresos
Motor para Cirugía Woodpecker Hu Friedy Forceps universal inferior #150 Cryer	8	0,3%	\$671,00	\$550,00	\$121,00	\$0,31	5	\$3.521,93
ZIANN Equipo Odontológico Mod: ZA-208 D	10	0,3%	\$77,50	\$62,00	\$15,50	\$0,05	7	\$542,37
SDI - Lámpara Radii	5	0,2%	\$5.978,00	\$4.900,00	\$1.078,00	\$1,82	3	\$20.918,10
3M Single Bond-adhesivo	3	0,1%	\$553,50	\$450,00	\$103,50	\$0,09	2	\$968,40
3M Resina compuesta para fotocurado para posteriores Kit Resina compuesta de fotocurado para anteriores Estuche	151	5,1%	\$52,88	\$42,30	\$10,58	\$0,53	105	\$5.550,58
Yeso Piedra galón	333	11,1%	\$123,25	\$98,60	\$24,65	\$2,74	231	\$28.464,09
Alginato funda kilo	181	6,1%	\$71,60	\$57,28	\$14,32	\$0,87	126	\$9.019,49
American Orthodontics Brackets low profile system	181	6,1%	\$38,45	\$30,76	\$7,69	\$0,47	126	\$4.843,57
3M Anestésico Mepivastesin	91	3,0%	\$33,48	\$26,78	\$6,70	\$0,20	63	\$2.108,43
3M Ketac N100-Ionomero de vidrio para restauración fotocurado	151	5,1%	\$385,52	\$310,90	\$74,62	\$3,77	105	\$40.469,71
	1210	40,5%	\$44,31	\$35,45	\$8,86	\$3,59	840	\$37.213,79
	665	22,3%	\$124,98	\$99,98	\$25,00	\$5,56	462	\$57.724,94
<b>Totales</b>	<b>2989</b>	<b>100%</b>				<b>\$20,01</b>	<b>2075</b>	<b>\$211.345,40</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** La Autora

El punto de equilibrio del proyecto en cantidades es de 2075 mismo que refleja el 69% de los productos proyectados a vender por lo que se determina que el proyecto es rentable ya que sus ventas son superiores al nivel medio es decir ni ganar o perder.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. ESTRUCTURA FUNCIONAL**

#### **6.1. INTRODUCCIÓN**

Dentro del planteamiento de la estructura de un proyecto a implementarse es de suma importancia establecer la administración, ya que depende de esta el éxito o fracaso del mismo, así también como su estructura organizacional que es referente de cómo se llevara a cabo el desenvolvimiento de la organización ya que en esta se definirán como se encuentran las tareas agrupadas, coordinadas, controladas y las responsabilidades de cada uno que las conforman para alcanzar los objetivos que se han propuesto.

En este capítulo se realizará el análisis de los aspectos legales, así como también los administrativos, organizacionales y operativos de la distribuidora dental, se profundizará en variables como la misión, visión, objetivos, valores y principios a seguir dentro de la institución.

#### **6.2. OBJETIVO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

##### **6.2.1. Objetivo General**

Efectuar la propuesta administrativa a través de la estructura organizacional para el manejo eficiente de los recursos materiales, humanos y financieros del proyecto.

#### **6.3. ASPETOS LEGALES**

Para llevar a cabo la implementación del proyecto en la ciudad de Ibarra se deben cumplir con aspectos legales de suma importancia como son:

### **6.3.1. Figura Jurídica de la Microempresa**

La distribuidora dental pertenecerá al sector privado, ya que la autora del mismo quien será la que proporcione el capital para su puesta en marcha no pertenece a ninguna institución del estado por lo que es una persona particular siendo así su constitución de forma unipersonal ya que la misma tomara a su cargo las responsabilidades de todo lo que ocurriere con la microempresa al momento de su implementación.

La microempresa se dedicará y enfocará en la prestación de servicios a los profesionales odontólogos de la ciudad de Ibarra, para lo cual se registrá conforme a la legalidad requerida para este tipo de establecimiento.

### **6.3.2. Requisitos para su Funcionamiento**

Para la obtención del permiso de funcionamiento la distribuidora dental debe presentar con los siguientes requisitos:

- Solicitud para permiso de funcionamiento llenado y suscrito por el propietario.
- Planilla de inspección.
- Autorización de distribución otorgado por el titular del registro sanitario de la ciudad.
- Documentos que acrediten la personería jurídica del establecimiento, cuando corresponda.
- Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad, cuando corresponda.
- Lista de productos con número de registro sanitario.
- Copias de la cedula y certificado de votación del propietario.
- Copia del RUC del establecimiento.
- Copias del permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.

- Registro de la patente del servicio, otorgado por la municipalidad.
- Facturas legalmente autorizadas por el Sistema de Rentas Internas.

### **6.5. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL**

La razón social que se ha determinado para la distribuidora dental será “Dental Supplies SL”, este nombre se eligió debido a que en las siglas en ingles Dental Supplises significa insumos dentales, esta denominación se la aplico debido a que en la misma se pretende proporcionar a todos los profesionales de los insumos necesarios utilizados a nivel nacional e internacional y que son de importancia para los odontólogos ya que los mimos son destinados para el cuidado bucal de la ciudadanía.

### **6.6. LOGOTIPO Y ESLOGAN**

El logotipo de Dental Supplies, se refiere a la fortaleza que la salud bucal obtendrá al momento que los profesionales adquieren los insumos y los aplican en la ciudadanía, además de la variedad de insumos que la misma tendrá.



***Gráfico 32: Logotipo de la Microempresa***

**Elaborado por:** La Autora

## **6.8. BASES FILOSÓFICAS**

### **6.8.1. Misión**

Proveer a los profesionales odontólogos de los mejores insumos dentales, que sean de calidad y que permitan ofrecer servicios de excelencia con precios cómodos y con el compromiso de satisfacción de las necesidades y preferencias de los odontólogos.

### **6.8.2. Visión**

Para el año 2021 “Dental Supplies SL” será una de las microempresas líderes a nivel cantonal y provincial, en el suministro de productos odontológicos, que cubran las necesidades de los profesionales, clínicas y entidades públicas odontológicas de la ciudad, brindando servicios de calidad y excelencia a través del mejoramiento continuo.

### **6.8.3. Objetivos Organizacionales**

Los objetivos que la distribuidora se planteara alcanzara serán a corto, mediano y largo plazo siempre enfocados en el crecimiento de la misma entre los cuales tenemos:

- Consolidarse como líder en el mercado nacional.
- Garantizar la satisfacción del cliente.
- Incrementar la rentabilidad de las pequeñas empresas.
- Innovar constantemente sobre insumos odontológicos.
- Liderar el mercado odontológico en relación a prestación de este tipo de servicios en la ciudad.
- Proporcionar insumos de calidad y con tecnología avanzada.

#### 6.8.4. Políticas Organizacionales

Las políticas que la microempresa pretende implementar serán los lineamientos mediante los cuales basaran sus funciones y la toma de decisiones, las mismas que deben ser compartidas con todos los miembros de la institución para su crecimiento y aplicación:

- Otorgar insumos odontológicos de calidad e innovación continua.
- Proporcionar un servicio de calidad que permita mantener la satisfacción de los clientes.
- Lograr competitividad frente a los cambios que se presenten en el mercado.
- Brindar asesoría a los clientes sobre las nuevas tendencias en el mercado y sobre las mejores opciones de compra.
- Mantener una imagen empresarial estable y segura.
- Cubrir las demandas y requerimientos de nuestros consumidores buscando en todo momento su satisfacción.

#### 6.8.5. Principios y Valores Organizacionales

##### Principios

- **Proporcionar atención especializada.** - es decir la actividad se centra especialmente en el cliente al momento de requerir nuestros servicios enfocándonos en sus necesidades y expectativas sobre la información del producto, precios y características de los mimos.
- **Trabajo en equipo.** - todas las actividades dentro de la organización se realizarán de forma coordinada permitiendo así que los diferentes procesos se realicen de forma correcta y con sinergia.
- **Innovación continua.** - la institución estará enfocada en la mejora continua por lo innovar constantemente en los productos nuevos que salgan al mercado a fin de

proporcionarles a los profesionales productos con mejor calidad y duración al momento de su aplicación.

### **Valores**

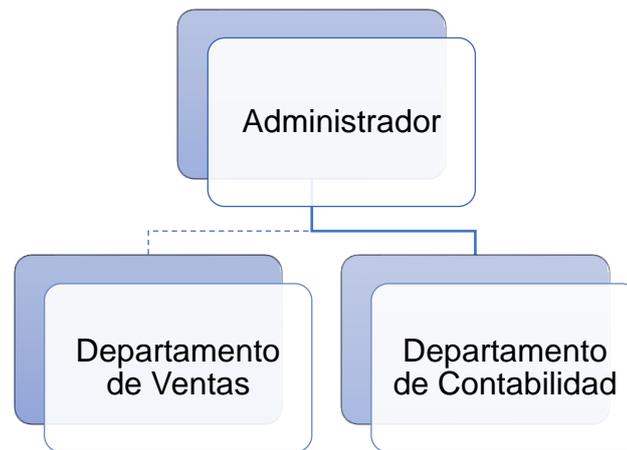
- **Responsabilidad.** - cumplir con los compromisos y obligaciones contraídos en las fechas establecidas de forma adecuada y eficiente de acuerdo a lo planteado.
- **Respeto mutuo.** - se refiere al respeto profesional y personal que debe existir entre los miembros de la institución, así como también con los clientes lo que permita tener un ambiente laboral adecuado.
- **Honestidad.** - debe existir rectitud, respeto, honorabilidad y modestia entre todos los miembros de la organización para mantener las actividades de la misma en un entorno tranquilo y adecuado.
- **Cooperación.** - debe existir compañerismo entre los integrantes de la institución que permitan obtener mejores resultados y la solución de posibles problemas que se puedan presentar.

## **6.9. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

La estructura organizacional se encuentra definida con el fin de que la microempresa pueda desarrollar sus actividades de manera eficiente, ya que mediante el organigrama se determinaran las funciones y responsabilidades de cada uno de los miembros, a fin de que las actividades sean realizadas de acuerdo a lo programado para un mejor desempeño.

### **6.9.1. Organigrama Estructural**

El organigrama estructural es una ilustración grafica que nos permite visualizar de manera detallada y comprensible las diferentes áreas y departamentos con los cuales está constituida la organización.



**Gráfico 33: Organigrama Estructural**

**Elaborado por:** La Autora

## 6.10. ESTRUCTURA FUNCIONAL

Mediante la elaboración de este organigrama se llevará a cabo la descripción de la relación de dependencia que existe entre las diferentes actividades que se llevaran a cabo entre los diferentes departamentos que integran a la microempresa, es decir se llevara a cabo la agrupación de las diferentes áreas y puesto de trabajo y se determinara las responsabilidades y funciones que deben cumplir cada uno de acuerdo a su jerarquía.

### 6.10.1. Ventajas

Entre las ventajas que se pueden obtener al elaborar un organigrama estructural tenemos las siguientes:

- Permite comprender de una manera más fácil como está compuesta la organización y los niveles jerárquicos de manera tal que pueda ser compartida a todo el equipo de trabajo.
- Provee una imagen formal de la organización.
- Facilita la toma de decisiones.

- Facilita la supervisión de funciones y responsabilidades.
- Mejora las líneas de comunicación entre los integrantes de la institución.

### **6.10.2. Desventajas**

- Puede confundir el estatus de responsabilidades lo que ocasiona conflictos entre los miembros.
- No señala el grado de autoridad de la que disponen los distintos niveles.
- La coordinación se vuelve más difícil.

### **6.10.3. Niveles Administrativos**

- **Nivel ejecutivo**

Administrador

El cuál es el encargado de controlar, dirigir y coordinar todas las actividades que se realicen en la microempresa, se encarga de plantear estrategias para que la misma logre alcanzar los objetivos planteados y se establezca de forma segura en el mercado, así mismo se encarga de la toma de decisiones y de vigilar el desempeño en todas las áreas de la organización.

- **Nivel Auxiliar**

Contador

Se encargará de proporcionar asesoría contable a la microempresa a fin de mantener sus ingresos y egresos de forma ordenada, responsable y ética, para poder tomar decisiones financieras para el crecimiento de la misma.

- **Nivel Operativo**

Depto. de Comercialización y Ventas

Hace referencia al vendedor, el mismo que será el encargado de lograr que los objetivos de la empresa se realicen de acuerdo a lo planteado, así como también de mantener un registro de los clientes regulares y sus necesidades a fin de poder proporcionarles sus requerimientos de acuerdo a sus expectativas y en el tiempo justo.

#### **6.10.4. Descripción de Funciones**

##### **a. Administrador**

Nombre del Departamento: Administración

Cargo: Administrador

**Objetivo:** Planear. Proponer, aprobar, dirigir y controlar las actividades administrativas, comerciales, operativas y financieras de la microempresa para el logro de los objetivos y metas trazadas.

##### **Funciones:**

- Representar a la organización en el ámbito legal y administrativo.
- Liderar la gestión estratégica.
- Dirigir y controlar el desempeño de las diferentes áreas.
- Planificar los objetivos generales y específicos de la institución.
- Establecer objetivos, políticas y planes que contribuyan al correcto funcionamiento de la microempresa.
- Garantizar el cumplimiento de las normas, reglamento y políticas establecidas.
- Mantener una relación adecuada con los clientes y proveedores.
- Generar mayor volumen de ingresos, manteniendo la calidad del servicio prestado.

##### **Competencias:**

- Liderazgo.

- Habilidad para negociar con proveedores y clientes.
- Orientación a resultados.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Capacidad para trabajar bajo presión.
- Poseer visión sobre los negocios.

**Perfil del cargo:**

- Poseer título de Ingeniero Comercial, Ingeniero en Administración de Empresas.
- Experiencia de un año.
- Dominio del idioma inglés.
- Tener conocimientos básicos sobre computación, finanzas, contabilidad, comercialización y ventas.

**b. Departamento de Comercialización y Ventas**

Nombre del departamento: Comercialización y Ventas

Cargo: Jefe de Ventas/Vendedor

**Objetivo:** Brindar un servicio de calidad y personalizado a los clientes a fin de satisfacer las necesidades del mismo.

**Funciones:**

- Investigación y captación de nuevos clientes.
- Precisan tener en cuenta si la organización puede o no hacer cambios para satisfacer las necesidades de los clientes, o pueden ofrecer descuentos especiales.
- Mantienen contacto con los clientes para supervisar si los insumos entregados tienen o no algún problema.

- Tener un amplio conocimiento sobre los proveedores y los requerimientos de los clientes.
- Asesorar al cliente al momento de que el mismo solicite el servicio.
- Mantenimiento de la página web de la institución.
- Establecer una línea de comunicación constante con el cliente.

**Competencias:**

- Conocimiento sobre marketing.
- Capacidad para tratar a diversos tipos de personas.
- Poseer carácter y dinamismo.
- Tener conocimientos sobre los insumos que se distribuyen.
- Seguro.
- Habilidades para la negociación.
- Establecer y mantener buenas relaciones con los clientes.

**Perfil del Cargo:**

- Egresado de marketing o afines.
- Experiencia de un año.
- Dotes para la comunicación.
- Conocimientos administrativos para encargarse de los informes de venta, consultas, pedidos y garantías.

**c. Contabilidad**

Nombre del departamento: Contabilidad.

Cargo: Contador

**Objetivo:** Planificar, organizar, ejecutar y controlar las actividades financieras y contables de la organización.

**Funciones:**

- Elaboración de los estados financieros e informes para fines contables, fiscales, financieros y organizacionales.
- Asesoramiento contable permanente a la microempresa.
- Análisis de la información económica-financiera de la organización para la toma de decisiones.
- Análisis e interpretación de balances.
- Supervisión de la contabilidad y cierre económico del ejercicio fiscal.
- Declaración de impuestos.
- Controlar el estado de los diversos bienes que son propiedad de la organización.
- Asesorara en materia contable, fiscal y financiera.

**Competencias:**

- Conocimiento de la normativa vigente.
- Perfecto dominio de aspectos tributarios.
- Análisis de datos.
- Honestidad y discreción.
- Manejo de paquetes informáticos.

**Perfil del Cargo:**

- Profesional en Contabilidad Superior y Auditoría.
- Experiencia de un año.

## **CAPÍTULO VII**

### **7. IMPACTOS**

#### **7.1. INTRODUCCIÓN**

Mediante el análisis de los impactos que un proyecto de estudio puede prever nos permite determinar si la materialización de la propuesta puede llegar a afectar la estabilidad de la colectividad y del medio ambiente o a su vez si la misma podrá llegar a ser beneficiosa y en vez de ocasionar daños puede llegar a ser muy provechosa.

En el presente capítulo se llevará a cabo el análisis de los aspectos negativos y positivos que generará la implementación del proyecto de estudio que se refiere a la creación de una microempresa de distribución de productos dentales.

#### **7.2. OBJETIVOS DEL ANÁLISIS DE LOS IMPACTOS**

##### **7.2.1. Objetivo General**

Analizar los principales impactos que generara el proyecto en los ámbitos: económicos, ambientales y sociales.

#### **7.3. ANÁLISIS DE LOS IMPACTOS**

Para realizar el análisis de los impactos del proyecto, tanto en sus aspectos positivos como negativos, se lo llevara a cabo mediante la aplicación de una metodología de valoración de cada área siendo esta sencilla, eficaz y confiable, en esta se considerarán los siguientes indicadores con una valoración designada en base a la siguiente ponderación:

**Tabla 73:****Metodología de Valoración**

VALOR	INTERPRETACIÓN
3	Impacto Alto Positivo
2	Impacto Medio Positivo
1	Impacto Bajo Positivo
0	No hay Impacto
-1	Impacto Bajo Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-3	Impacto Alto Negativo

**Elaborado por:** La Autora

La metodología aplicada se llevará a cabo mediante la sumatoria de los niveles de impactos, dividida para el número de indicadores obtenidos mediante el análisis, el resultado que se obtenga de esta operación nos indicará el nivel de impacto que ocasionará el proyecto en cada área.

**Formula:**

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum \text{Niveles de Impactos}}{\# \text{ de Indicadores}}$$

**7.4. IMPACTOS A ANALIZAR**

El análisis de los impactos que se llevarán a cabo para el presente proyecto serán los siguientes:

- Económico
- Ambiental
- Social

### 7.4.1. Impacto Económico

El impacto económico en lo referente al proyecto se verá reflejado directamente en la ciudadanía Ibarreña, ya que la misma se beneficiará por la creación de mayores fuentes de trabajo, lo que permitirá que la economía de la misma crezca ya que el circulante se quedara en la ciudad permitiendo así que tengamos estabilidad económica lo que nos permitirá realizar mayores inversiones para el crecimiento de la distribuidora a futuro.

**Tabla 74:**

#### **Impacto Económico**

<b>Indicadores</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>-1</b>	<b>-2</b>	<b>-3</b>	<b>Total</b>
Rentabilidad Empresarial	x							3
Generación de Empleo		x						2
Inversión Local	x							3
Estabilidad Económica		x						2
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>4</b>						<b>10</b>

**Elaborado por:** La Autora

$$\text{Impacto Económico} = \frac{\sum \text{Niveles de Impactos}}{\# \text{ de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Económico} = \frac{10}{4}$$

$$\text{Impacto Económico} = 2,50$$

$$\text{Impacto Económico} = 3$$

El impacto económico que el proyecto tendrá será alto positivo.

#### **Análisis:**

De acuerdo a la información obtenida podemos determinar que al momento de llevar a cabo la implementación del proyecto se obtendrán grandes beneficios económicos y a su vez mayor rentabilidad, lo que nos permitirá generar fuentes de empleo que se favorecerán directamente

a la población de la ciudad de Ibarra y a la economía de la misma, ya que se realizarán mayores inversiones.

#### 7.4.2. Impacto Ambiental

El presente proyecto al momento de su puesta en marcha no atentara contra el medio ambiente, debido a que el mismo se dedicara a la distribución de productos dentales, así también la microempresa se encargara de establecer normas y políticas sobre los desechos de los desperdicios generados, los mismo que serán clasificados y recolectados de acuerdo a sus características.

**Tabla 75:**

#### **Impacto Ambiental**

<b>Indicadores</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>-1</b>	<b>-2</b>	<b>-3</b>	<b>Total</b>
Conservación del Medio Ambiente		x						2
Normas Y Políticas cuidado Ambiental		x						2
Selección y Reciclaje	x							3
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>4</b>						<b>7</b>

**Elaborado por:** La Autora

$$\text{Impacto Ambiental} = \frac{\sum \text{Niveles de Impactos}}{\# \text{ de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Ambiental} = \frac{7}{3}$$

$$\text{Impacto Ambiental} = 2,33$$

$$\text{Impacto Ambiental} = 2$$

El impacto ambiental que el proyecto tendrá al momento de su implementación ser medio positivo.

**Análisis:**

De acuerdo a los resultados de la matriz podemos concluir que el proyecto procurara ocasionar un impacto ambiental mínimo ya que el mismo realizara un clasificación y reciclaje de los desperdicios de forma tal que su tratamiento no cause daños al medio ambiente, basándose en los lineamientos proporcionados por la Municipalidad de la ciudad de Ibarra.

**7.2.3. Impacto Social**

Mediante la implementación del proyecto se pretende mejorar los niveles de calidad de vida de la ciudadanía Ibarreña, mediante el aumento de autoestima, bienestar comunitario, mediante la prestación de un servicio de calidad por los profesionales debido a que los mismos cuentan con todo lo necesario para realizar sus actividades.

**Tabla 76:****Impacto Social**

<b>Indicadores</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>-1</b>	<b>-2</b>	<b>-3</b>	<b>Total</b>
Mejoramiento de la calidad de vida	x							3
Mejoramiento en la autoestima	x							3
Bienestar comunitario		x						2
Calidad de servicio	x							3
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>4</b>						<b>11</b>

**Elaborado por:** La Autora

$$\text{Impacto Social} = \frac{\sum \text{Niveles de Impactos}}{\# \text{ de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto Social} = \frac{11}{4}$$

$$\text{Impacto Social} = 2,75$$

$$\text{Impacto Social} = 3$$

El impacto a la salud que tendrá el proyecto de estudio al momento de iniciar sus actividades será alto positivo.

### **Análisis:**

La finalidad de este proyecto es proveer a los profesionales de insumos odontológicos de calidad que permitan ofrecer servicios con resultados positivos permitiendo así que la ciudadanía tenga una buena salud bucal y su estética sea de acuerdo a sus deseos, lo que mejorará la calidad de vida de las mismas.

### **7.2.4. Impacto General**

Mediante la evaluación del impacto general en relación a la implementación del proyecto nos permitirá determinar si el mismo al momento de iniciar sus operaciones ocasionará beneficios.

**Tabla 77:**

#### **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>	<b>Total</b>
Impacto Económico	x							3
Impacto Ambiental		x						2
Impacto Social	x							3
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>2</b>						<b>8</b>

**Elaborado por:** La Autora

$$\text{Impacto General} = \frac{\sum \text{Niveles de Impactos}}{\# \text{ de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto General} = \frac{8}{3}$$

$$\text{Impacto General} = 2,67$$

$$\text{Impacto General} = 3$$

En base a la información proporcionada podemos determinar que el proyecto de manera general tendrá un impacto alto positivo.

**Análisis:**

Mediante los datos obtenidos podemos establecer la importancia del presente proyecto al momento de su puesta en marcha, ya que el mismo tendrá un impacto ALTO POSITIVO, lo cual garantiza la implementación del mismo, ya que se provee un buen funcionamiento y éxito a futuro.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

- De acuerdo al estudio de factibilidad realizado se determina que la realización del proyecto es factible, debido a que la mayoría de los profesionales odontológicos inscritos en el colegio de odontólogos de la ciudad de Ibarra adquieren productos dentales continuamente y están de acuerdo en la implementación de una nueva distribuidora.
- En el Diagnostico Situacional se determinó que en la ciudad de Ibarra el principal problema de los profesionales odontológicos es que no existe una distribuidora dental que les ofrezca productos con las características, calidad y precios requeridos ya que las distribuidoras existentes no cubren las necesidades, los mismos se ven obligados a trasladarse a otras ciudades para adquirir los productos necesarios.
- El Marco Teórico del proyecto nos proporcionó los fundamentos científicos existentes sobre el estudio, los mismos fueron extraídos de bibliografía actualizada lo que nos permitió tener un enfoque científico en el estudio realizado.
- En el Estudio de Mercado se determinaron la demanda, oferta, demanda insatisfecha a partir de encuestas realizadas al 64% de los compradores potenciales. También se analizaron los precios, canales de comercialización y el crecimiento del sector, así como la identificación de la principal competencia, Prodontomed, misma que no logra cubrir todas las necesidades requeridas en calidad y precios por los odontólogos.
- En el Estudio Técnico se llevó a cabo el análisis de la localización más adecuada en la ciudad de Ibarra para implementar el proyecto la cual determinó que lo más óptimo sería establecerla en la avenida Sánchez y Cifuentes, ya que dicha avenida es muy céntrica y en sus mediaciones se ubican numerosas clínicas y consultorios dentales, así

también se elaboró los flujogramas del servicio a ofrecer, la identificación de los equipos necesarios y el personal requerido para la microempresa. Además de la identificación de todas las ordenanzas municipales y técnicas para este tipo de establecimiento.

- En el Estudio Financiero se llegó a establecer que el proyecto es factible. El mismo contará con una inversión de \$50.401,08 por parte del propietario y una inversión financiada a través de un crédito de \$26.000,00. Por otra parte, mediante el análisis de los indicadores financieros se obtuvo que el valor actual neto de la microempresa será de \$20.781,55; la tasa interna de retorno en un 19%; la relación costo-beneficio indica que por cada dólar invertido se tendrá \$1,27 de ganancia, a partir del primer año y la inversión se podrá recuperar en 4 años y 2 meses, lo que nos permite determinar que el proyecto es aceptable.
- La Estructura Organizacional fue diseñada con el propósito de establecer la razón social, los requisitos para la puesta en marcha del proyecto, así como también el diseño del logotipo, y el organigrama con los diferentes departamentos de la microempresa. Se definieron, además las funciones, requerimientos y objetivos necesarios del personal de la microempresa.
- El análisis de los posibles Impactos generados por el proyecto determinó que los mismos generaran efectos positivos mediante el estudio de aspectos como el económico, social y ambiental ya que los mismos lograrán un desarrollo en las diferentes áreas.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar la inversión de la microempresa objeto de estudio, pues acorde a los resultados del estudio de factibilidad desarrollado, es factible.

Además, se recomienda:

- Considerar y mantener actualizada sistemáticamente, la información del diagnóstico situacional sobre los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que se definieron en el trabajo debido a los cambios que se puedan presentar en el entorno.
- Realizar consultas científicas de todos los componentes que se presenten en el proyecto mediante el marco teórico ya que las mismas contienen información bibliográfica de reconocidos profesionales.
- Establecer un plan de marketing a fin de dar a conocer los productos y sus precios a la demanda insatisfecha identificadas en el estudio de mercado de la ciudad de Ibarra, con el objetivo de captar clientes y lograr el posicionamiento en el mercado.
- Establecer la localización en la avenida Sánchez y Cifuentes por ser la más adecuada para la implementación de la distribuidora.
- Determinar la mejor opción entre las distintas Instituciones Financieras en lo referente a sus líneas de crédito y su facilidad de obtención, con el fin de financiar la implantación de la distribuidora dental en la ciudad de Ibarra. Así como también la tasa de rendimiento más aceptable para este tipo de establecimiento.
- Se recomienda realizar e implementar la propuesta de estructura y funciones del personal de la microempresa en función al estudio, así como también establecer el logotipo diseñado en el trabajo con el propósito de dar a conocer el nombre y características del negocio.

- Mantener controles sobre los impactos económicos, sociales y ambientales ya sean positivos o negativos a fin de que los mismos de ser beneficios se incrementen y de ser desventajas de reduzcan.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

### BIBLIOGRAFÍA

Alemán, J. (2012). *Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección*. Madrid: ESIC.

Arévalo, D. (2012). *Proyectos de Inversión*. México: Trillas.

Chorro, M. (2010). *Financiamiento a la inversión de las pequeñas y medianas empresas*. Chile: United Nations Publications.

Córdoba, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Colombia: ECOE Ediciones.

Fernández, V. (2009). *Guía metodológica para la evaluación del impacto ambiental*. Madrid: Mundi-Prensa.

Guajardo, G. (2014). *Contabilidad Financiera*. México: McGraw Hill Education.

Hermida, A. (2015). *Políticas de Marketing Internacional*. España: Ideaspropias Editorial S.L.

Lamb, C. (2011). *Marketing*. México: Cengage Learning Editores S.A.

Limas, J. (2011). *Marketing Empresarial Dirección como Estrategia Competitiva*. Bogotá: Ediciones de la U.

Lopez, F. (2012). *La empresa, explicada de forma sencilla*. España: Talleres Gráficos Vigor S.A.

Martinez, D. (2012). *La elaboración del plan estratégico a través del Cuadro de Mando Integral*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

Morales, L. (2012). *Análisis de Estados Financieros*. México: McGraw Education.

Ortega, A. (2010). *Proyectos de Inversión*. México: CECSA.

Rojas, D. (2014). *Manual de Contabilidad y Costos*. Lexus Editores.

Sapag, N. (2011). *Proyectos de Inversión Formulación y Educación*. Chile: Pearson Educación.

Solorio, R. (2012). *Contabilidad Financiera*. Estados Unidos: M.A. Y C.P.

Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw Hill Education.

Villar, F. (2014). *Promoción de la salud en la comunidad*. Madrid: UNED.

Zapata, P. (2011). *Contabilidad General*. México: McGraw Hill Education.

## LINKOGRAFÍA

*Economía y Negocios*. (s.f.). Obtenido de Economía y Negocios:

<http://www.elmundo.com.ve/diccionario/utilidad-neta.aspx>

*Enciclopedia Financiera*. (s.f.). Obtenido de Enciclopedia Financiera:

<http://www.encyclopediafinanciera.com/definicion-gastos-financieros.html>

*Wikipedia*. (2 de Mayo de 2016). Obtenido de Wikipedia:

[https://es.wikipedia.org/wiki/Diagrama\\_de\\_flujo](https://es.wikipedia.org/wiki/Diagrama_de_flujo)

Superintendencia de pensiones, v. y. (11 de Febrero de 2008). *Superintendencia de*

*pensiones, valores y seguros*. Obtenido de Superintendencia de pensiones, valores y seguros:

[https://www.aps.gob.bo/entidadesfiscalizadas/Plan%20nico%20de%20Cuentas/Grupo%20105%20\(%2051.5%20KB%20\).pdf](https://www.aps.gob.bo/entidadesfiscalizadas/Plan%20nico%20de%20Cuentas/Grupo%20105%20(%2051.5%20KB%20).pdf)

Silva, G. (6 de Junio de 2011). *Blog de Manuel Guillermo silva*. Obtenido de Blog de Manuel

Guillermo silva: <http://www.manuelsilva.es/marketing-2/distribucion-mayorista-y-distribucion-minorista-o-detallista/>

NIC. (2010). *Normas Internacionales de Contabilidad*. Obtenido de Normas Internacionales

de Contabilidad: <http://plancontable2007.com/niif-nic/nic-normas-internacionales-de-contabilidad.html>

Organización Panamericana. (2013). *Conceptos y guía de análisis de impacto*. Obtenido de

Conceptos y guía de análisis de impacto:

[http://www.paho.org/hq/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_view&gid=23891&Itemid=2518](http://www.paho.org/hq/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=23891&Itemid=2518)

Suárez , G. (24 de Septiembre de 2013). *Folleto de Materiales Dentales*. Obtenido de Folleto de Materiales Dentales: <http://uvsfajardo.sld.cu/folleto-de-materiales-dentales>

Sanitas. (2016). *Mi sanitas parte de Bupa*. Obtenido de Mi sanitas parte de Bupa: <http://www.sanitas.es/sanitas/seguros/es/particulares/biblioteca-de-salud/salud-dental/higienista-dental.html>

# ANEXOS

## Anexo A

## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TEMA:**

Estudio de factibilidad para la creación de una Microempresa de Distribución de productos dentales en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

La encuesta tiene como objetivo conocer los hábitos de compra de los profesionales odontológicos y la posibilidad de implementar una microempresa que les brinde los servicios requeridos para el desarrollo de su actividad.

**Marque con una (X) la alternativa que considere más apropiada:**

Datos Técnicos

Género                      Masculino ( )                      Femenino ( )

1 ¿Compra regularmente productos odontológicos fuera de la ciudad de Ibarra?

Siempre	
Frecuentemente	
A veces	
Nunca	

2 ¿Si pudiera adquirir nuevos equipos, herramientas y materiales para su consultorio o clínica, de calidad, modernos y de tecnología avanzada, que los pudiera conseguir localmente invertiría en ellos?

SI	
NO	

3 ¿Con acude a las distribuidoras Dentales a realizar compras de productos?

Una vez al mes	
Una vez a los dos meses	
Una vez cada tres mes	

4 ¿Cuándo acude a las distribuidoras ¿Qué es lo que generalmente adquiere?

Motor para Cirugía Woodpecker	
Hu Friedy Forceps universal inferior #150 Cryer	
ZIANN Equipo Odontológico Mod: ZA-208 D	
SDI - Lámpara Radii	
3M Single Bond-adhesivo	
3M Resina compuesta para fotocurado para posteriores Kit	
Resina compuesta de fotocurado para anteriores Estuche	
Yeso Piedra galón	
Alginato funda kilo	
American Orthodontics Brackets low profile system	
3M Anestésico Mepivastesin	
3M Ketac N100-Ionomero de vidrio para restauración fotocurado	

5 ¿Si se implantará una Distribuidora en la ciudad en la cual se ofrecen productos con cómodas formas de pago se favorecería de estos beneficios?

SI	
NO	

6 ¿Cree usted, que al contar con una distribuidora local reduciría sus gastos de envió de los materiales y mejoraría sus niveles de ingresos?

Totalmente de acuerdo	
Medianamente de acuerdo	
Total, desacuerdo	

7 ¿Cómo califica el servicio prestado por las Distribuidoras Dentales existentes?

Muy satisfactorio	
Poco satisfactorio	
Mejorable	
Insatisfactorio	

8 ¿Le gustaría contar con una distribuidora que le proporcione asesoría profesional directa, sobre los nuevos insumos, herramientas y equipos para el área odontológica?

SI	
NO	

9 ¿Por qué medio publicitario preferiría que se promocioe la Distribuidora Dental?

Radio	
Televisión	
Volantes	
Internet	
Periódicos	

Anexo B

**Proformas**

Nro.	CÓDIGO	PRODUCTO	PRESENTACIÓN	FECHA DE		CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
				LOTE	CADUCIDAD			
1	IMO2BO2545	ADHESIVO PARA PRÓTESIS DENTAL	CAJA X 1 TUBO X 40G.	14090817	30-9-16	10	4,790	47,90
2	IMO2BO2804	ALGODÓN TORUNDAS USO INTRAORAL	PAQUETE POR 1000 U.	801MI-1990-199	30-6-17	6	4,430	26,58
3	IMO2BO2113	ANESTÉSICO INYECTABLE SIN VASO CONSTRICTOR	TARRO X 50 U.	547599/548369	28-2-19		19,500	0
4	IMO2BO2546	ANTINFLAMATORIO TÓPICO DE MUCOSA BUCAL	CAJA X 1 FRASCO X 10 ML	14070677	31-7-17	3		0
5	IMO2BO2618	APLICADORES BRUSH PARA RESINO ADHESIVA	FUNDA X 100 U.	NO APLICA		8	2,270	18,16
6	IMO2BO2591	BABEROS DESCARTABLES	FUNDA X 100 U.			9	4,080	36,43
7	IMO2BO2656	BANDA METÁLICA PARA MATRIZ	ROLLO	PQQ1924		3	3,000	9
8	IMO2BO2116	CANULAS DE SUCCIÓN DESECHABLES	PAQUETE X 100 U.			4	2,230	8,92
9	IMO2BO2648	CEPILLO DENTAL (CERDAS CÓNICAS) ESTANDAR.	BLISTER X 1 U.	14100984		135	1,990	268,65
10	IMO2BO2544	CEPILLO DENTAL PARA ENCIAS INFLAMADAS	CAJA X 1 U.	13111161		50	3,200	160
11	IMO2BO2702	CEPILLO PARA LIMPIEZA DE PRÓTESIS DENTAL	CAJA X 1 CEPILLO	14090886		5	3,200	16
12	IMO2BO2608	CUBETAS DESCARTABLES PARA FLUORIZACIÓN SMALL	PAQUETE X 100 U.			1	2,000	2
13	IMO2BO2542	ENJUAGUE BUCAL PARA ENFERMEDADES DE ENCIAS	CAJA X 1 FRASCO X 240 ML	14070687	31-7-16	5	2,000	10
14	IMO2BO2602	ESPEJO BUCAL SIN MANGO No 4	UNIDAD	NO APLICA		15	0,720	10,80
15	IMO2BO2606	ESPEJO BUCAL SIN MANGO No 5	UNIDAD	NO APLICA		22	0,530	11,66
16	IMO2BO3855	FRESA DIAMANTE FLAMA	UNIDAD	FO-321111		5	0,990	4,95
17	IMO2BO050	IONOMERO DE VIDRIO PARA BASE DE AUTOCURADO. IONOMERO DE VIDRIO PARA BASE DE FOTOCURADO EN PLOVO BASE Y LÍQUIDO.	ESTUCHE	1409010	31-8-17	4	32,000	128
18	IMO2BO2717	IONOMERO DE VIDRIO PARA RESTAUR. FOTOCURADO.	FRASCO	N602767	31-10-16	4	49,500	198
19	IMO2BO3854	IONOMERO DE VIDRIO PARA RESTAUR. FOTOCURADO.	EST. POL. LIQ.	N486635	31-8-15		130,670	0
20	IMO2BO3854	IONOMERO DE VIDRIO PARA RESTAUR. FOTOCURADO.	EST. POL. LIQ.	N461104	31-10-15	1	130,670	130,67
21	IMO2BO2650	PAPEL DE ARTICULAR	CAJA X 12 LIBRETINES	32133		8	4,600	36,80
22	IMO2BO2650	PASTA DENTAL PARA DIENTES SENSIBLES.	CAJA X 1 TUBO X 112 G.	14090835	30-9-16	25	3,580	89,50
23	IMO2BO2650	PASTA DENTAL PARA DIENTES SENSIBLES.	CAJA X 1 TUBO X 112 G.	14090838	30-9-16	20	3,580	71,60
24	IMO2BO2543	PASTA DENTAL PARA ENCIAS SENSIBLES.	CAJA X 1 TUBO X 112 G.	13111176	30-11-16	6	3,290	19,74

Gráfico 34: Precios Competencia

Elaborado por: La Autora

Nro.	PT	FEZ	FEI	COM	DESCRIPCIÓN	OTRO	FECHA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
GRUPO 22 EQUIPO ODONTOLÓGICO										
1	1				LAMPARA DE LUZ FRÍA	OCHOA			1.965,00	1.965,00
2	1				SILLÓN ODONTOLÓGICO	OCHOA			0,00	0
3	1				ESCUPIEDERA	OCHOA			0,00	0
4	1				SUCCION	OCHOA			0,00	0
5	1				TRIMODULAR JERINGA DE AGUA Y AGUA/CAVITRON INCORPORADO	OCHOA			0,00	0
6	1				REBITATO	OCHOA			0,00	0
7	1				TABURETE GIBATORIO DENTAL CON ESPALDAR	OCHOA			0,00	0
8	1				LAMPARA DE LUZ HALOGENA ALAMBRECA	DENTMÉRICA	LITEX 680A	C07748	475,00	475
11	1	05/03/2013			MONITOR CAMARA INTRAORAL	GNATUS			857433024	1.960
12	1	05/03/2013			CAMARA INTRAORAL	GNATUS			857433024	0
13	1				CONTROL CAMARA INTRAORAL	GNATUS			857433024	0
14	1	05/03/2013			SILLÓN DESPLEGABLE PORTÁTIL	TROPHY			1.830	1.830
15	1	05/03/2013			LAMPARA DE LUZ FRÍA PORTÁTIL	TROPHY			0,00	0
16	1	05/03/2013			TABURETE PORTÁTIL	TROPHY			0,00	0
17	1	05/03/2013			BANDEJA PORTÁTIL	TROPHY			0,00	0
18	1	05/03/2013			ESCUPIEDERA PORTÁTIL	TROPHY			0,00	0
18	1	05/03/2013			PORTA ESCUPIEDERA PORTÁTIL	TROPHY			0,00	0
19	1	05/03/2013			PORTA EQUIPO PORTÁTIL	TROPHY			0,00	0
20	1	05/03/2013			TRIMODULAR JERINGA DE AGUA Y AGUA PORTÁTIL	TROPHY			0,00	0
21	1				COMPRESOR	ECO AIR	700			0
22	1				REGULADOR DE VOLTAJE	AL-TEK	AVR2000D			0
23	1				AUTOCLAVE	AUTOMAT				0
24	1				CAVITRON	MEGASONIC			290120	0
25	1				PIEZA DE MANO DE BAJA VELOCIDAD/PIEZA RICTAS/CONTRABRILLO	MTI	1101100672/110100159			0
26	1				PIEZA DE MANO ALTA VELOCIDAD	PANA AIR	0197-C9083705			0
27	1				PIEZA DE MANO ALTA VELOCIDAD	CONCENTRIX	START DENTAL	AA01922Y1		0
TOTAL ACTIVOS									5430	5

Gráfico 35: Precios Competencia Equipos

Elaborado por: La Autora