

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**Facultad de Especialidades Empresariales**

**Carrera de Ingeniería en Administración de Ventas**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

**TEMA**

**“MEDICAL FASHION, VENTA DE ROPA MÉDICA POR CATÁLOGO, EN LA  
CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

**INTEGRANTES**

**LUIS ALBERTO DÍAZ AVILES**

**ZULIMA BELLANIRA MUÑOZ HOLGUIN**

**ARTURO FRANCISCO RAZO MENÉNDEZ**

**TUTORA: LCDA. JANETT SALAZAR**

**Guayaquil, Junio del 2011**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Para iniciar el proyecto de inversión, Medical Fashion se realizó un completo estudio de mercado. Estará ubicada en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, en la Ciudadela Kennedy. En dónde se encuentran los potenciales clientes: los estudiantes de la universidad de Guayaquil, hospitales, clínicas, Spa, centros estéticos, y la competencia de este tipo de producto. Una característica diferenciadora de la empresa será ofrecer directamente al consumidor el producto, tendiendo como herramienta un catálogo. Para determinar el grado de aceptación de este proyecto se ha tomado en consideración dos métodos: Focus Group y Encuestas.

La inversión que se requiere para que la empresa sea operativa es de \$46.000, de los cuales el 70% será financiado por el Banco Nacional de Fomento con una tasa de interés anual del 10% y el 30%, que será el aporte de los inversionistas. Los indicadores que servirán para tomar decisiones en la puesta en marcha de la empresa son: Método Valor Actual Neto, Método Tasa de Índice del Retorno, Método índice de rentabilidad, Método período de tiempo de recuperación de la inversión, siendo este último el más importante ya que la inversión inicial se la recupera a los dos años y tres días.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por haberme permitido estar vivo y por darme fortaleza para emprender un objetivo que siempre soñé y que no lo había podido alcanzar, hasta que tomé la decisión de iniciar una carrera profesional, en la que pueda demostrar los conocimientos adquiridos y la experiencia en el trabajo.

A mis padres, que siempre esperaron mucho de su hijo y que no pudieron ver culminada su valiosa enseñanza basada en respeto, honradez, lealtad, amor, sacrificio, tenacidad; valores que me enseñaron el camino correcto para culminar una etapa más de mi vida. A mis hermanos que con sus estímulos inculcaron en mí la superación en cada una de las actividades que iniciaba, siempre pensando en el legado que se debe dejar como recuerdo de un paso que deja huella en el camino.

A mis profesores de la Facultad de Ingeniería en Administración de Ventas, que supieron entregar sus conocimientos de manera profesional, a fin de que me enriquezca de fortalezas intelectuales para el desarrollo en la vida profesional.

A mi esposa e hija que siempre estuvieron junto a mí, para entregarme palabras de inspiración y amor en los momentos difíciles que ocurren en una carrera universitaria, y darme las fuerzas y aliento necesario para sortear las barreras.

## **AGRADECIMIENTO**

Quisiera expresar mis agradecimientos a Dios y a la Santísima Virgen por haberme permitido haber culminado con éxito esta maravillosa carrera. También expreso mis agradecimientos a mi querida madre, ya que fue ella quien me inculcó valores, principios y más que todo me enseñó a que cuando se toma una decisión hay que lograrla con esfuerzo y entusiasmo, y no retroceder pese a muchas adversidades que se me pudiesen presentar.

Agradezco también a mi esposa y a mis hijos por haberme permitido quitarles cinco años de la felicidad que ellos se merecen, por haberme apoyado en todo, por haberme siempre expresado con su silencio "vamos adelante, tienes que triunfar".

Mis agradecimientos a mis compañeros Sr. Carlos Benavides, Sr. Francisco Razo y Sra. Dolly González, que junto a ellos comenzamos esta travesía de prepararnos y que cada vez que se presentaban dificultades estaban junto a mí para brindarme ese apoyo, y con ese aliento de adelante el triunfo es nuestro. No quisiera dejar de agradecer a los directivos de la maravillosa empresa COMANDATO por haberme permitido estudiar y, de esta manera haber culminado la carrera, GRACIAS A TODOS ELLOS.

## **AGRADECIMIENTO**

Primero quiero agradecer a Dios que me permitió iniciar una etapa más en mi vida. A mis padres y hermanos que con su apoyo incondicional me impulsaron a seguir adelante, infinitamente agradecida con mi madre que sacrificó sus fines de semana cuidando de mi pequeña.

A mi hija, que a pesar de su corta edad supo entender que la mamá tenía que superarse y que esa ausencia tarde o temprano tendría su recompensa. Recompensa que vendría con la culminación de la carrera. A mi esposo que con amor, paciencia y mucha sabiduría supo valorar mi esfuerzo, brindándome todo el apoyo moral y espiritual que necesitaba para seguir adelante y culminar una nueva etapa de mi vida.

A mis maestros que cada fin de semana estuvieron dispuestos a transmitirnos sus conocimientos y, que además, nos enriquecieron con sus vivencias y experiencia.

## INDICE

	<b>Introducción</b>	1
1.1	Justificación	2
1.2	Objetivos	3
1.2.1	Objetivo General	3
1.2.2	Objetivos Específicos	3
1.3	Antecedentes	3
<b>2</b>	<b>Marco de desarrollo</b>	
2.1	Ubicación geográfica del proyecto	4
2.2	Factores geográficos	5
2.3	Factores sociales y económicos	6
2.4	Restricciones	6
2.5	Beneficios a la comunidad	6
<b>3</b>	<b>Estudio de mercado</b>	
3.1	Análisis del estudio de mercado	7
3.2	Descripción del producto	10
3.2.1	Materiales utilizados en la elaboración de la prenda	10
3.2.2	Estrategia de promoción	10
3.3	Segmentación del mercado	11
3.4	Análisis de la oferta	11
3.4.1	Necesidades del cliente	12
3.4.2	Número de productores y localización	12
3.4.3	Capacidad instalada y utilizada	12
3.4.4	Inversión fija y número de trabajadores	13
3.4.5	Calidad y precio del producto	13
4	Análisis de la demanda	14
5	Análisis de los precios	15
6	Comercialización	17
6.1	Propósito	17
6.2	Producto que comercializaremos	17
6.3	Selección del mercado objetivo y segmentación	18
7	Conclusión del estudio del mercado	19

<b>4</b>	<b>Estudio técnico</b>	<b>20</b>
4.1	Localización óptima del negocio	21
4.2	Descripción del proceso productivo	24
4.2.1	Tipo de sistema de producción	24
4.3	Flujo de operaciones en el diseño	24
4.4	Tipo de instalaciones a utilizarse	25
4.5	Flujo de operaciones en los talleres	26
4.6	Determinación del equipo de producción	26
4.6.1	Departamento de diseño y corte	27
4.6.2	Talleres de confección maquiladores	27
4.7	Planeación de los espacios	30
4.7.1	Distribución del local	30
5	Conclusión del estudio técnico	31
<b>5</b>	<b>Estructura organizacional</b>	<b>31</b>
5.1	Estructura de Medical Fashion	31
5.2	Misión	32
5.3	Visión	32
5.4	Recursos humanos	33
5.4.1	Descripción de funciones y responsabilidades	33
5.5	Aspectos legales	39
5.5.1	Registro del nombre comercial	40
5.5.2	Aspectos tributarios	41
6	Conclusión del estudio organizacional	42
<b>6</b>	<b>Estudio económico</b>	
6.1	Definición	42
6.2	Análisis del estudio económico	43
6.3	Estructura del estudio económico	44
6.3.1	Costo de materia prima y mano de obra	44
6.3.2	Inversión inicial del proyecto	44
6.3.3	Cronograma de inversiones	45
6.3.4	Elaboración flujos de caja proyectos sin financiamiento	46
6.3.5	Financiamiento de la inversión	49
6.3.6	Elaboración flujos de caja proyectos con financiamiento	53
7	Conclusión del estudio económico	54

<b>7</b>	<b>Análisis y evaluación del proyecto de inversión</b>	
7.1	Definición	55
7.2	Métodos de evaluación y selección del proyecto	55
8	Conclusión del método de evaluación del proyecto	57
	Glosario	58
	Bibliografía	59

## INDICE DE CUADROS

Cuadro # 1	Localización óptima del negocio	22
Cuadro # 2	Capacidad de producción de los talleres maquiladores	27
Cuadro # 3	Recursos humanos	33
Cuadro # 4	Perfil del gerente general	33
Cuadro # 5	Actividades del gerente general	34
Cuadro # 6	Perfil de la coordinadora de ventas	35
Cuadro # 7	Actividades de la coordinadora de ventas	35
Cuadro # 8	Perfil del vendedor	36
Cuadro # 9	Actividades del vendedor	36
Cuadro # 10	Perfil de la diseñadora	37
Cuadro # 11	Actividades de la diseñadora	37
Cuadro # 12	Perfil de servicios generales	38
Cuadro # 13	Actividades de servicio generales	38
Cuadro # 14	Registro del nombre comercial	39
Cuadro # 15	Aspectos legales	40
Cuadro # 16	Aspectos tributarios	41
Cuadro # 17	Participación del mercado al que se proyecta	43
Cuadro # 18	Producción mensual y anual	43
Cuadro # 19	Costo de materia prima	44
Cuadro # 20	Inversión inicial	44
Cuadro # 21	Diagrama de Gantt	45
Cuadro # 22	Proyección de ventas	46
Cuadro # 23	Proyección de costo de materia prima	46
Cuadro # 24	Remuneración del personal administrativo y ventas	47
Cuadro # 25	Inversión inicial activos fijos	48
Cuadro # 26	Depreciación de activos fijos	48
Cuadro # 27	Inversión de capital de trabajo	48
Cuadro # 28	Flujo de caja	53

## INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico # 1	Competencia	4
Gráfico # 2	Estrategia de promoción	11
Gráfico # 3	Fuerzas de Potter demanda del mercado	16
Gráfico # 4	Precio de la competencia	16
Gráfico # 5	Cadena del valor del proceso productivo	29
Gráfico # 6	Organigrama de la empresa	32

## INDICE DE ANEXOS

Anexo # 1	Localización geográfica	61
Anexo # 2	Personal médico y estudiantes de medicina	62
Anexo # 3	Encuestas	63
Anexo # 4	Flujo de operación de la prenda	68
Anexo # 5	Ficha técnica	69
Anexo # 6	Distribución del local	70
Anexo # 7	Portafolio de producto	71
Anexo # 8	Exhibidores de productos metálicos	72
Anexo # 9	Interior del local	73
Anexo # 10	Foda	74
Anexo # 11	Imagen corporativa	75
Anexo # 12	Banco Nacional de Fomento	

## INTRODUCCIÓN

Actualmente, la confección de este tipo de prenda ya está realizando cambios y podemos encontrar, vestimenta convencionales con diseños y modelos diferentes a lo tradicional; ejemplo: uniforme para médicos según la especialización, estudiantes de medicina según año y especialización que cursan, las enfermeras cuentan con diseños y estampados diferentes, el tipo de tela que se usa brinda la comodidad que busca el consumidor.

Elegimos este proyecto porque consideramos que causará impacto en la sociedad del consumidor. Pues, conocemos de las necesidades de nuestros clientes del área médica, que sienten la necesidad de tener una relación más amigable con sus pacientes, les ofrecemos la alternativa de vestir uniformes que esté acorde con la época y especialización que la practican. De esta manera estaremos trascendiendo en el mercado dedicado a la confección de vestimenta de ropa médica por catálogo.

El aporte que este proyecto dará a la sociedad será mejorar la imagen personal de los profesionales del área médica, así mismo; como una mayor confianza en su relación con los pacientes. La estrategia de comunicación y su promoción será por medio de un marketing directo como es: internet, teléfono, correo directo y visitas personalizadas.

Este proyecto nos servirá de guía para la creación de una empresa que estará dedicada a la venta de ropa médica por catálogo, a través del estudio de mercado, técnico y financiero; esto demostrará con precisión la realidad del mercado al cual queremos ingresar, también descubriremos cuáles son las preferencias y tendencias del consumidor de este tipo de producto para incursionar con la empresa Medical Fashion en el norte de la ciudad de Guayaquil.

## 1.1 JUSTIFICACIÓN

En los últimos años, el profesional de la salud ha adquirido nuevas tendencias en cuanto a la moda, actualmente, el hombre y la mujer que están relacionados con la salud sienten la necesidad de verse y vestirse bien, no solo buscan comodidad, además quieren verse diferente y distintos a los demás profesionales. Es por eso, que creemos importante introducir al mercado un catálogo que ayude y simplifique el proceso de compra de este producto.

En nuestro país existen pocas empresas que se dedican a la confección de ropa médica, de las cuales una de ellas a parte de confeccionar son distribuidores directos de ropa por catálogo provenientes de E.E.U.U. El mercado actual aún no cuenta con un portafolio extenso y diversificado del producto, solamente encontramos al producto exhibido en ciertas tiendas especializadas.

La materia prima que se usa para la elaboración de las prendas son telas nacionales tanto llanas como estampadas que serán adquiridas a: Textiles San Antonio, Fabrilana, Pintex entre otras; la confección se la realizará en talleres especializados, lo que asegura un producto de alta calidad. Contaremos con diseños exclusivos e innovadores, lo que nos permitirá tener una mayor aceptación en este mercado.

Es evidente la oportunidad de crear un catálogo de este innovador tipo de uniformes para profesionales del área médica. Pues, actualmente, la comercialización de estas prendas se la realiza de una manera diferente, lo que evidencia el alcance de este proyecto. Muchas empresas se ofertan como confeccionistas, mas no como diseñadores; es decir, no muestran nada diverso. Nuestra propuesta tendrá una proyección de impacto.

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo General

Fortalecer la imagen personal y profesional de los servidores de la salud durante el segundo semestre del año 2011 en la ciudad de Guayaquil.

### 1.2.2 Objetivos Específicos

- ✓ Lograr en el primer año, el 12 % de consumo de ropa médica en los profesionales de la salud, en la ciudad de Guayaquil.
- ✓ Fomentar el cambio de la vestimenta en el sector de la salud en un 40% con la nueva tendencia de la moda y el 60% mantenernos en los diseños tradicionales.
- ✓ Contribuir con cien catálogo anuales, las impresiones se realizarán semestralmente; dicho catálogo contendrá veinte páginas con variados diseños y modelos.
- ✓ Promocionar semestralmente cincuenta catálogos, que será la herramienta de los vendedores para ofrecer los productos.

## 1.3 ANTECEDENTES

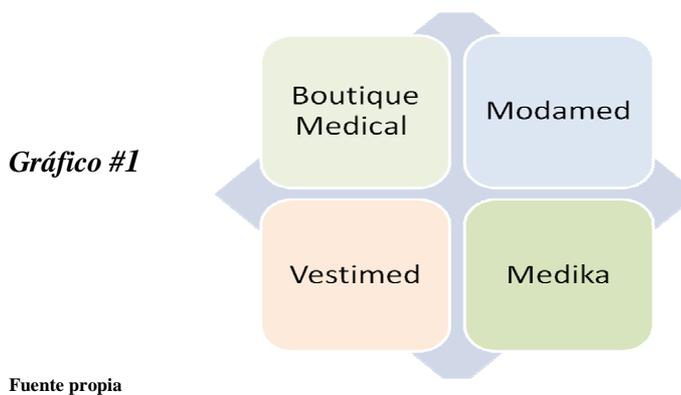
En la actualidad, la imagen de los profesionales de la salud ocasiona una barrera en la relación médico-paciente, lo cual causa que muchos de los enfermos que son atendidos en hospitales y centro de salud pública de Guayaquil sientan que no hay confianza con su médico, y tengan la percepción de que estos son personas que solo quieren llevarlos al quirófano, ya que su vestimenta actual no inspira confianza.

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

---

De esta manera, estamos facilitando el proceso de compra a nuestros clientes ya que el servicio será personalizado, además, se les brindará diferentes estilos y diseños. El tiempo ahorrado en esta clase de compra puede ser utilizado en gestiones afines a su profesión, maximizando el tiempo con sus pacientes.

Según visitas realizadas a la competencia de la ciudad de Guayaquil el miércoles 20 de octubre del 2010, se pudo evidenciar que en el mercado existen pocas empresas que se dedican a la confección de este tipo de prendas, entre los cuales encontramos a los siguientes:



## 2 MARCO DE DESARROLLO

### 2.1 Ubicación geográfica del proyecto

El centro de atención de Medical Fashion estará ubicado en la República del Ecuador, en la Provincia del Guayas al norte de la ciudad de Guayaquil Parroquia Tarqui, ubicado en la Ciudadela Nueva Kennedy en la avenida San Jorge.

La actividad de la empresa es venta de ropa médica; tanto en el local como por catálogo.

Teléfono: 042-292 120

Página web: [www.medicalfashion.com](http://www.medicalfashion.com)

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

---



Fuente propia: Aquí estará ubicada próximamente Medical Fashion Ver anexo # 1

### 2.2 Factores geográficos

Contará con los servicios públicos de electricidad, agua potable, línea telefónica, Internet, alcantarillado; estando estos servicios a disposición del proyecto por ser un área comercial. La mayoría de empresas de venta de ropa médica se encuentra dentro de este perímetro en el que también se encuentra una de las mejores clínicas de la ciudad siendo esta la Clínica Kennedy, existe en este sector consultorios médicos y la Universidad de Guayaquil.

Una de las principales razones de elegir la ciudad de Guayaquil como ubicación del proyecto no solo por ser la más poblada del Ecuador, “*teniendo esta 16 parroquias urbanas con una población aproximada de 2,5 millones de habitantes (más del 78% de la población provincial), sino también por ser la mayor ciudad del Ecuador, según datos del último censo realizado en noviembre del 2010*”.<sup>1</sup> Además es un importante ámbito comercial, por tal razón es conocida como “La capital económica del Ecuador”.

---

<sup>1</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Portal:Guayaquil/inec>

## 2.3 Factores sociales y económicos

Como el proyecto va relacionado con los servidores de la salud estamos seguros que nuestro compromiso es el de integrarnos de manera social y ayudar a desarrollar la protección del medio ambiente y el respeto a nuestra sociedad en un marco de calidad, responsabilidad y viabilidad con una contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental que la globalización en nuestra actualidad exige.

*“En nuestro país el crecimiento de ventas por catálogo supera el 25% de las ventas totales y se estima que en cinco años el Ecuador tendrá un mercado mucho más desarrollado”.*<sup>2</sup> Actualmente se ha convertido en un sistema de compra muy cómodo, y el ahorro del tiempo de comprador es importante, convirtiéndose en alternativa para adquirir ropa médica sin necesidad de salir a buscarla, con una gran variedad de alternativas siendo una fórmula de bienestar y calidad de vida.

## 2.4 Restricciones

*Ecuador puso en vigencia la Resolución No. 466, emitida el 22 de enero del 2009 por el COMEXI, salvaguardia efectiva de \$3,46 por kilo importado. Con esta resolución el Gobierno Nacional promueve la confección de prendas de vestir para consumo nacional a través del proyecto Primero lo Nuestro; lo que constituye una oportunidad para que este proyecto entregue a la sociedad un producto de excelente calidad hecho en talleres artesanales, motivando así el desarrollo de la industria de la confección en Guayaquil.*<sup>3</sup>

El gobierno puso medidas que afectan directamente a la ropa importada.

## 2.5 Beneficios a la comunidad

Existen varios beneficios que ofrece la ropa médica a la comunidad de la salud, en el siguiente cuadro lo vamos a ver por sectores:

---

<sup>2</sup> [http://www.revistaemprende.com/Ing. Martha Cecilia Silva, edición 8, \(Guayaquil,2010\)](http://www.revistaemprende.com/Ing. Martha Cecilia Silva, edición 8, (Guayaquil,2010))

<sup>3</sup> <http://blog.todocomercioexterior.com.ec/2009/01/excepciones-resolucion-466-comexi.html>

Fuente propia



Ahorro de tiempo



Seguridad y confianza  
medico-paciente



Buscan identidad  
propia

## 3 ESTUDIO DE MERCADO

*Estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y; así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.<sup>4</sup>*

Con el estudio de mercado pretendemos visualizar la obtención de datos conseguidos a través de los métodos de investigación de focus group y encuestas.

### 3.1 Análisis del estudio de mercado

El área médica del sector norte de Guayaquil, dentro del cual se encuentran hospitales, clínicas, centros de belleza, centros estéticos y universidad, son los potenciales clientes de este nuevo concepto, vender ropa médica por catálogo a través de la compañía Medical Fashion, sabiendo de las necesidades de cambiar la forma de vestir de los servidores de la salud por una ropa adecuada y con diseños innovadores, colores llamativos, causará una nueva imagen a sus pacientes.

<sup>4</sup> <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

---

Una característica diferenciadora de la empresa será ofrecer directamente al consumidor el producto, tendiendo como herramienta un catálogo muy bien diseñado por profesionales. Los clientes buscan un trato amable y cortés, esperan honestidad y precios justos, dependen de la confianza de que la empresa piense por ellos y se adelante a sus necesidades. Desean recibir información precisa y veraz de productos, así como de precios, formas de pago, entregas, estacionamientos, etc.

La elaboración de las prendas estarán a cargo de los talleres maquiladores, la prenda se entregará cortada, bajo patrones de alta calidad, en base a los diseños y tallas establecidas en el catálogo, que van desde XS-S-M-L-XL. El almacén se encargará de ofrecer el producto en forma elegante y con una adecuada exhibición, tanto en colores, diseños y tamaños. Los escaparates dentro del almacén provocarán el impulso de compra de los prospectos.

Este estudio de mercado nos servirá para conocer qué están haciendo nuestros competidores, y qué barreras de entrada nos pueden afectar al incursionar en un nuevo mercado, los locales se encuentran distribuidos en el sector norte de Guayaquil comprendidos entre el Centro Comercial Policentro y la Universidad de Guayaquil.

Las prendas que se ofrecen están en un promedio de \$ 20 a \$ 60 cada una, lo que nos indica que se puede competir en base a precios y calidad de servicios, considerando que la venta de ropa médica por catálogo es única en la ciudad de Guayaquil.

Para determinar el grado de aceptación de este proyecto se ha tomado en consideración dos métodos de estudio de mercado:

# “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

---

## ***Focus group***

*Es una técnica de recolección de datos ampliamente utilizada por los investigadores, con el fin de obtener información acerca de la opinión de los usuarios sobre un determinado producto existente en el mercado o que pretende ser lanzado, también puede realizarse con el objetivo de investigar sobre la percepción de las personas en torno a un tema en particular.<sup>5</sup>*

Para determinar el grado de aceptación del proyecto, se realizó focus group con los estudiantes de medicina de la Universidad de Guayaquil, edad promedio de los estudiantes 18 y 24 años.

El resultado de este estudio fue favorable, lo que demostró que el lanzar al mercado un producto como la venta de ropa médica, teniendo como herramienta el catálogo, es una nueva forma e innovadora de comprar este tipo de producto.

## ***Encuestas***

Para realizar el estudio del potencial mercado se tomó en consideración una muestra aleatoria de 150 encuestas, de una población de nueve mil treinta y siete estudiantes de medicina de la Universidad de Guayaquil, UESS y profesionales médicos. Se realizaron diez preguntas, con dos o tres alternativas. **Ver anexo #2 y #3**



Fuente propia

---

<sup>5</sup> <http://www.slideshare.net/DarioY/focus-grup-2854267>

## 3.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

### 3.2.1 Materiales utilizados en la elaboración de la prenda:

- ✓ Tela médica estampada y llana, colores variados.
- ✓ Tela llana de colores.
- ✓ Hilo de algodón de varios colores.
- ✓ Botones de tagua de varios colores y tamaños.
- ✓ Cortadora de tela circular.
- ✓ Máquina industrial costura recta.
- ✓ Máquina semindustrial recta y zigzag.
- ✓ Máquina overlock de cinco hilos.
- ✓ Máquina recubridora.
- ✓ Plancha a vapor industrial.
- ✓ Fundas plásticas.

Es un producto de consumo final, tangible, se pueden tocar y apreciar sus características. Existen en el mercado productos similares que ya tienen permanencia, es fungible por cuanto con el uso hay que renovar la prenda cada cierto tiempo siendo un producto no duradero, una de las características de este producto es el ahorro del tiempo de compra que invierte el usuario al conseguirlo por medio de un catálogo.

### 3.2.2 Estrategia de promoción

*El **marketing directo** permite crear una comunicación personal con cada cliente y mantenerla en el tiempo gracias a la gestión de información que realiza a través de las bases de datos y del tipo de vías de contacto que es utilizada. El **mailing** personalizado representa, por volumen de negocio, el medio no convencional más importante; y este apenas empieza su auge, pero en Estados Unidos representa un arma poderosa de comunicación. El **correo** es un canal básico para que los anunciantes creen contactos no masivos con sus públicos. Otra forma de atraer clientes y darles a conocer las promociones es a través del aprovechamiento de fechas especiales.<sup>6</sup>*

---

<sup>6</sup> Tecnológico de Monterrey “Diplomado en Comercio al Detallista” 2010 México

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

La comunicación que se tendrá con los consumidores es en base a un marketing directo, mailing y correo y de esta manera estaremos dando a conocer el producto.

**Grafico # 2**



### 3.3 Segmentación del mercado

Se estima que la segmentación que tenemos para este producto es de aproximadamente de una población de 19.000 profesionales involucrados en el área médica; como: estudiantes universitarios, hospitales, clínicas, spa y demás especializaciones de la rama.

### 3.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA

*Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado. El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio. La oferta al igual de la demanda es función de una serie de factores como: los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción, etc.<sup>7</sup>*

<sup>7</sup> [www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r2567.DOC](http://www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r2567.DOC)

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

---

El propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar las cantidades y condiciones que están dispuestos a pagar los consumidores por un producto, un bien o servicio.

### **3.4.1 Necesidades del cliente**

Las prendas de vestir tienen que ser cómodas, de excelente confección, los materiales a usarse tienen que ser de calidad, desde la tela hasta los insumos que se necesitan para confeccionar las prendas y con patrones de corte americanos. Es lo que demanda el tipo de cliente al cual está dirigido este producto, adicionalmente con la garantía de que la prenda sea la que vio en el catálogo, como reflejo de una alta calidad del producto. De tal manera establecemos, que podemos ofrecer una prenda personalizada en talla y colores para aquellas personas que lo deseen, como caso particular las mujeres embarazadas o servidores de la salud que quieran algo original al vestir.

### **3.4.2 Número de productores y localización**

El mercado de Medical Fashion será el norte de la ciudad de Guayaquil, en este sector la oferta es oligopòlica, por cuanto existen muy pocos competidores que ofrecen este producto. Es importante tener en cuenta que la venta por catálogo de ropa médica no existe al momento, y estamos seguros que va a causar una innovación en el producto a los clientes que demanden de este tipo de prenda, tanto los estudiantes de carreras médicas como los profesionales que están dispuestos a probar un nuevo estilo de vestir contrario a lo actual.

### **3.4.3 Capacidad instalada y utilizada**

Los talleres de confección que trabajarán en la producción de las prendas estarán establecidos en la ciudad de Guayaquil, al norte en la Ciudadela El Recreo Durán, y en las Orquídeas, recibirán la tela cortada por tallas, colores y diseños

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

---

junto con los insumos; como: elástico, botones etc. Se encargarán de cerrar las prendas con la máquinas industriales utilizando estándares de calidad en la puntada y pulida de la prenda.

La supervisión que se realizará en cada uno de los talleres estará a cargo del gerente, teniendo en cuenta la imagen y servicio que la empresa ofrece. Se deberá controlar el buen desenvolvimiento de la producción de nuestro producto garantizando su excelente calidad.

### **3.4.4 Inversión fija y número de trabajadores**

Para el inicio de la puesta en marcha de este proyecto se ha estimado una inversión de \$ 46.000, de los cuales el 70% será financiado y el 30% será aporte de los accionistas. Esto permitirá comprar: mobiliario para almacén, mobiliario para taller de corte, materia prima como tela, insumos, compra de computadoras, software, publicidad, gastos del personal, gastos de funcionamiento, gastos de servicios básicos, gastos de transporte, gastos de ventas, etc. En la primera etapa se emplearán a las siguientes personas, que son:

- ✓ Gerente general.
- ✓ Una coordinadora de almacén.
- ✓ Una diseñadora.
- ✓ Asistente para la diseñadora.
- ✓ Tres vendedores.
- ✓ Auxiliar de servicios generales.

### **3.4.5 Calidad y precio del producto**

La confección de las prendas será la que marque la diferencia con la competencia, por cuanto la diseñadora que realiza el corte de la tela y los talleres que los confeccionan deberán sujetarse a un control de calidad, el cual será

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

---

normalizado para la producción; con ello deseamos tener el mejor producto en el mercado, además de la alta calidad.

Se las elaborará con telas nacionales de las mejores fábricas del país, con insumos que nos den el acabado ideal, además de tener un catálogo que invite al cliente a ver el producto, con fotos y colores impactantes, desarrollados con modelos y fotógrafos profesionales que marcará la diferencia al final de la decisión de compra.

Los precios serán establecidos bajo las consideraciones de fijación de precios, tomando como referencia aspectos como: la demanda, la función de los costos, y precios de los competidores.

Considerando un estimado del promedio de precios que tiene la competencia y que lo esté aceptando el mercado, se estima que el nuevo producto se encontrará en los niveles que el cliente desee pagar por un producto que llene su necesidad, otorgando a la vez mejor apariencia y ahorro de tiempo.

### **4 ANALÍISIS DE LA DEMANDA**

*Se entiende por demanda la cantidad de productos que los consumidores están dispuestos a adquirir a un precio determinado, con la finalidad de satisfacer una necesidad específica<sup>8</sup>*

Al realizar el análisis de la demanda de un producto debemos tomar en consideración varios parámetros que son muy importantes al momento de decidir la compra. En la ropa médica por catálogo debemos conocer, que son profesionales de la salud, empleados de clínicas, hospitales y estudiantes, sus hábitos de consumo, la frecuencia con que cambian sus prendas durante un año; la rotación da un promedio de dos veces por año.

La preferencia de adquirir un nuevo producto se da por el precio y no por su calidad y diseños, lo cual representa para la empresa Medical Fashion una

---

<sup>8</sup> Richard J. Lutz y Barton A. Weitz, “Posicionamiento de la marca” 2010 Barcelona, España: Bresca

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

---

oportunidad de cubrir una necesidad con estas prendas de vestir, en un mercado que no ha modificado sus productos. La estacionalidad que puede tener este tipo de ropa médica es mínima por cuanto, los profesionales y empleados de la salud la demandan todo el año, en cambio los estudiantes lo hacen cuando ingresan a clases.

Las expectativas creadas por tener en el mercado un producto innovador que es la venta de ropa médica por catálogo, de acuerdo al sondeo realizado dentro de la población que usa este tipo de prenda en sus labores diaria es muy significativa ya que siendo la pionera en este tipo de venta cubre una demanda insatisfecha por cuanto la oferta del producto en este tipo de confección tiene como principal ventaja el ahorro del tiempo en el proceso de compra, lo que provoca un costo-beneficio al consumidor. **Ver grafico # 3**

### 5 ANALÍISIS DE LOS PRECIOS

*El precio es el valor asignado a lo que se vende y compra. En otras palabras, el precio cuantifica el valor de productos o de servicios y es un importante factor determinante de la cantidad de mercancía que será vendida por una tienda o departamento.<sup>9</sup>*

El proceso que seguirá la empresa Medical Fashion para fijar el precio adecuado de sus productos será en base al análisis de la demanda que tengan en el mercado sus prendas, conociendo sus costos de producción y su rentabilidad para los accionistas que estén acorde a su inversión, también se tomará en cuenta el precio de la competencia de acuerdo al estudio realizado, lo cual nos permitirá tener un precio competitivo en el mercado. **Ver grafico # 4**

La empresa Medical Fashion se manejará con políticas de ventas establecidas por sus accionistas, las cuales tomarán en cuenta que estamos introduciendo al mercado un producto nuevo y que vamos a tener barreras de nuestros

---

<sup>9</sup> Tecnológico de Monterrey “Diplomado en Comercio al Detallista” 2010 México

# “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

competidores, sabiendo que la competencia se encuentra en el mercado por diez años aproximadamente.

Los proveedores que son parte fundamental del negocio, por cuanto ellos con su calidad de productos y su entrega en momentos justos serán los que marquen la diferencia en la producción de esta prenda; lo que nos da la oportunidad de la elaboración de un producto de alta calidad hecho en nuestro país.

Las políticas comerciales de la empresa serán dadas cada comienzo de mes para las operaciones de venta tanto del almacén como del vendedor de la calle, teniendo en cuenta que la utilidad que se necesita en el negocio sea mínimo del 30% y máximo del 45%. Lo que cubre la inversión de nuestros accionistas.

## Cinco fuerzas de Potter

Gráfico # 3 Demanda

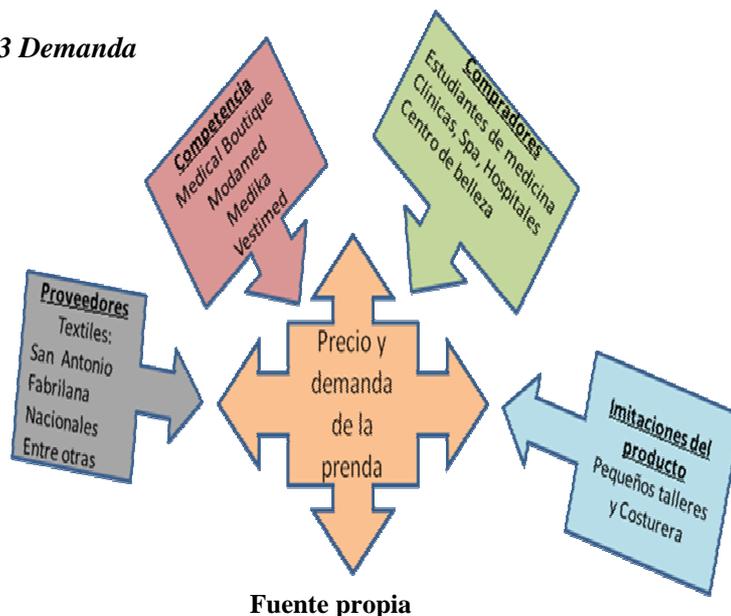
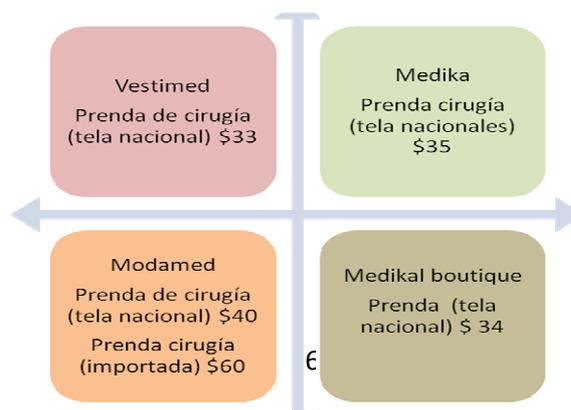


Gráfico # 4 Precios de la competencia



Fuente propia

## 6 COMERCIALIZACIÓN

### 6.1 Propósito

Entre los propósitos que tiene Medical Fashion es vender el producto directo al consumidor sin intermediario, ya que consideramos que de esta manera mantendrá una estrecha relación con el cliente, además, permitirá conocer más a fondo sus gustos y preferencias; y la información que ellos nos puedan proporcionar será más confiable.

### 6.2 Producto que comercializaremos

El producto que se ofrecerá al cliente es ropa médica por catálogo, contará con diseños exclusivos, estampados originales, y variedad en colores y modelos.

Nuestras líneas de producto será la siguiente:

- ✓ Ropa para los estudiantes de las universidades, que va según el año y color establecido por la institución.
- ✓ Línea de enfermería y servicio doméstico (niñera) con diseños y estampados, según el área de trabajo; ejemplo: hospitales infantiles llevarán diseños de Mickey, bugs bunny, taz, papa noel, renos, etc.
- ✓ Línea doctores, que será un poco más tradicionales y convencionales ya que ellos siempre tendrán que diferenciarse de las demás ramas de la medicina.

En la actualidad muchas de las personas, sobre todo, el profesional de esta área no tiene el tiempo suficiente para realizar compras; es por eso que el catálogo será la única herramienta de ventas que tendrá Medical Fashion.

### 6.3 Selección del mercado objetivo y segmentación del mercado

*Seleccionar un mercado significa identificar primero las clases diferentes de clientes que tiene ese mercado. Esto se hace a través de un proceso conocido “segmentación del mercado”. Los criterios fundamentales para evaluar los segmentos son: los consumidores que lo integran deben tener necesidades similares, buscar beneficios similares y sentirse satisfechos con una oferta similar y la necesidad de esos clientes deben ser diferentes de las que tiene otros segmentos.<sup>10</sup>*

La segmentación del mercado se identificara a los potenciales clientes que existen en el mercado.



El mercado meta es de 19.000 profesionales de la salud y estudiantes de las universidades de la ciudad de Guayaquil, nuestra propuesta es totalmente innovadora ya que ofreceremos un catálogo que tendrá una duración de seis meses aproximadamente, con unos 80 diseños, estampados y colores innovadores y acorde a cada necesidad y especialización.

---

<sup>10</sup> [www.mercadometa.com](http://www.mercadometa.com)

## 7 Conclusión del estudio de mercado

Luego de haber realizado un completo estudio de mercado, en el sector norte de la ciudad de Guayaquil parroquia Tarqui, entre Av. Luis Plaza Dañin, a lo largo de la Av. San Jorge, en donde se encuentra instalada la competencia de este tipo de prenda médica, y tendiendo como potenciales clientes a los estudiantes de la Universidad de Guayaquil, hospitales, clínicas, Spa, etc. debemos tomar en cuenta las siguientes consideraciones que ha arrojado este estudio.

El mercado se encuentra cubierto en el sector por 4 empresas:



Fuente propia

Medikal Boutique, ubicada en el Centro Comercial Las Vitrinas esquina, vende ropa médica en sus instalaciones también confecciona, además vende ropa importada marca Uniform Barco, tiene en el mercado aproximadamente 8 años.



Fuente propia

Modamed, ubicada en el Centro Comercial Las Vitrinas local 6, la cual vende ropa médica, en sus instalaciones se confecciona la ropa. Tiene en el mercado aproximadamente 5 años.



Fuente propia

Medika, ubicada en la Av. San Jorge y Av. John F. Kennedy muy cerca de la Universidad Estatal, donde se comercializa la ropa médica, tiene en el mercado 2 años.



Vestimed, ubicada en la calle Libertador y Av. Del Periodista, diagonal a la Universidad estatal, la cual vende uniformes para colegios y ropa médica. Tiene en el mercado 4 años.

# “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

---

Fuente propia

Una vez realizado el análisis de las encuestas se puede comprobar la viabilidad del proyecto, considerando que el rubro (Vestimenta Médica) analizado se encuentra en un mercado en etapa de crecimiento, que permite la participación de nuevos competidores a fin de poder satisfacer las necesidades demandadas por el mercado objetivo.

Es decir, bajo un enfoque técnico, económico es factible la incursión de nuevos competidores que permitan dinamizar este mercado.

Por consiguiente, nos introduciremos en el mercado con una alta tecnología en las maquinarias que usaremos para la confección y elaboración de nuestros productos.

También lo haremos por medio del catálogo que será la herramienta diferenciadora, ya que los competidores no ofrecen este servicio y será una gran oportunidad para dar a conocer la marca y captar más posibles clientes.

## 4 ESTUDIO TÉCNICO

*El Estudio Técnico es la reunión y análisis de la información que permita, verificar la posibilidad técnica de fabricar el producto, determinar el efecto que tienen las variables del proyecto en su rentabilidad, demostrar la viabilidad del proyecto, justificando la selección de la alternativa para abastecer al mercado. Así como la recolección y el análisis de información que permita determinar su factibilidad y rentabilidad.*<sup>11</sup>

El estudio técnico permitirá verificar las posibilidades técnicas de fabricar el producto y de determinar el efecto que tendrán las variables del proyecto en su rentabilidad.

---

<sup>11</sup> [www.slideshare.net/JFMayorgaJ/estudio-técnico](http://www.slideshare.net/JFMayorgaJ/estudio-técnico). de <http://webcache.googleusercontent.com>

## 4.1 Localización óptima del negocio

Medical Fashion estará ubicada en Ecuador en la Provincia del Guayas, al norte de la ciudad de Guayaquil, Parroquia Tarqui, ubicado en la Ciudadela Nueva Kennedy en la avenida San Jorge.

Para determinar la localización óptima del proyecto debemos considerar algunos factores; como los siguientes servicios: electricidad, agua potable, línea telefónica, internet, alcantarillado; los cuales deben estar a disposición de la compañía.

El sector en donde estará la empresa tiene una vía amplia y muy transitada, además, está ubicada en un lugar estratégico ya que se encuentran cerca los posibles clientes.

Para determinar la localización debemos estar seguros de que la ubicación de la empresa satisfaga las necesidades del mercado, esto deberá verse reflejado en el margen de utilidad que los accionistas esperan obtener. <sup>Ver cuadro # 1</sup>

Antes de decidir en qué lugar estará ubicado, deberemos tomar en consideración los siguientes aspectos:

- ✓ **Geográfico:** lugar, cercanías, competencia, contaminación, etc.
- ✓ **Institucionales:** analizar estrategias y planes de desarrollo con las industrias.
- ✓ **Sociales:** para el proyecto es muy importante considerar este aspecto, ya que los futuros clientes están en el área de la salud, y de ello dependerá el éxito o el fracaso de Medical Fashion.
- ✓ **Económico:** en este punto se analiza mucho la parte de costos de suministros, arriendos, agua, electricidad, etc.

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

*Para nuestro análisis tenemos la siguiente información*

**P**= Ponderación % de los factores

**A, B, C** = Serán los lugares a comparar “Norte, Sur, Centro”

**p**= será la calificación ponderada de los lugares a analizar.

*En la escala del uno al diez, estos serán los pesos*

**10**= Excelente      **8**= Muy bueno

**6**= Bueno            **4**=Regular

**2**= Malo              **0**= Pésimo

**Cuadro # 1**

Nº	ELEMENTO	P (%)	A	p	B	p	C	p
1	Accesos a proveedores	10	10	100	6	60	10	100
2	Accesos a materias primas	10	10	100	6	60	10	100
3	<b>Disponibilidad de Mano de Obra</b>							
	Calificada	5	9	45	2	10	2	10
	No calificada	5	6	30	6	30	5	25
4	<b>Costo de Mano Obra</b>							
	Calificada	6	9	54	4	24	4	24
	No calificada	5	0	0	4	20	4	20
5	<b>Transporte</b>							
	Disponibilidad	2	8	16	4	8	4	8
	Costos	2	8	16	4	8	4	8
6	Agua	4	10	40	4	16	5	20
7	Energía eléctrica	4	10	40	4	16	6	24
8	Combustible	2	4	8	3	6	3	6
9	Apoyo legal	0	0	0	0	0	0	0
10	Drenaje	2	8	16	2	4	5	10
11	Servicio Médicos	15	10	250	7	175	8	200
12	Servicio de Seguridad	4	8	32	7	28	7	28
13	Educación	12	10	40	5	20	6	24
14	Clima	4	8	32	8	32	8	32
15	<b>Terreno</b>							
	Extensión	0	0	0	0	0	0	0
	Costo	4	6	12	6	12	6	12
16	Actitud de la comunidad	4	8	32	6	24	7	28

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

17	Restricciones Ambientales	0	0	0	0	0	0	0
18	Otros	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>142</b>	<b>863</b>	<b>88</b>	<b>553</b>	<b>104</b>	<b>679</b>

En la ponderación de los factores se tomó en cuenta las siguientes alternativas, ya que a esta se le dio el mayor peso porque se considera que para el proyecto es más importantes.

### ✓ **Acceso a proveedores (10)**

Para la empresa, el acceso a los proveedores es un punto importante, debido a que el proceso de producción lo realizará dos maquiladores y uno de esos talleres está ubicado en el norte de la ciudad, específicamente, en las orquídeas. El segundo taller maquilador se encuentra en Durán y el acceso desde nuestras oficinas a dicho taller se da por vías rápidas y principales.

### ✓ **Acceso a las materias primas (10)**

La actividad comercial de Medical Fashion es el diseño y la venta de ropa médica, por eso es importante tener un mejor abastecimiento de las telas y demás insumos.

### ✓ **Servicios médicos (15)**

Decidimos dar el mayor peso a este elemento, debido a que comercialmente este sector es estratégico para el tipo de producto que se está comercializando además está cerca a la competencia. El lugar en donde funcionará la empresa deberá estar cerca de hospitales y clínicas.

### ✓ **Educación (12)**

En este elemento su peso también es representativo y por la siguiente razón, como el producto es ropa médica, el local deberá estar cerca de universidades de la competencia y de los potenciales clientes.

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

---

Según el análisis realizado en la localización óptima de la empresa dio como resultado que el sector norte es el más apropiado para la empresa, ya que tendrá cerca a la competencia, clínicas, spa, dispensarios, universidades.

### **4.2 Descripción del proceso productivo**

Para obtener los productos terminados que comercializará Medical Fashion, se seguirán puntos específicos que serán detallados en el sistema de flujo de operaciones que se ha diseñado para optimizar los recursos y tiempos, siendo estos los factores más importantes dentro del proceso de la producción, así como el ahorro de materias primas (tela, hilo, botones, etc.). Estos procesos van en función de la maquinaria que se utilizan en la producción de las prendas.

#### **4.2.1 Tipo de Sistema de Producción**

Medical Fashion utilizará el sistema intermitente, en donde las materias primas pasan por diferentes puntos específicos como son:

- 1) Diseño- Patronaje.
- 2) Talleres de confección.
- 3) Almacenaje.

### **4.3 Flujo de operaciones en el diseño**

- 1) Se diseña la prenda de acuerdo a las necesidades del mercado.
- 2) El siguiente paso es la compra de la tela e insumos a los proveedores.
- 3) Establecer las medidas de las prendas que se cortarán.
- 4) Realizar el molde en papel.
- 5) Se corta la tela sobre una mesa de corte según las tallas que se vayan a confeccionar, esta operación se la hace con una cortadora de tela industrial circular para cortes pequeños; y para cortes altos una cortadora vertical.

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

El bosquejo y corte de la prenda se realizará en el departamento de diseño, aquí se almacenarán telas e insumos. Luego de que se ha realizado el corte, se procede a entregar las prendas que se van a confeccionar, con su respectiva ficha técnica en la cual se indica cantidad, modelo, tallas, tipo de acabado; a los talleres maquiladores. Ver anexo # 4 y 5

### *Máquina cortadora para el diseño de la prenda*



Fuente propia

### *Proceso de trazado*



### *Proceso de corte*



Fuente: Tac-tac

## 4.4 Tipo de instalaciones a utilizarse



La empresa Medical Fashion, trabajará con dos talleres satélites de confección, que se encargarán de la producción de las prendas. Los talleres se encuentran ubicados estratégicamente en lugares de fácil acceso.

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

---

Los talleres calificados, cuentan con la infraestructura y maquinaria necesaria, para realizar la elaboración del producto.

Fuente propia

### 4.5 Flujo de operaciones en los talleres

- 1) Una vez recibidas las prendas cortadas, según ficha técnica entregada por el supervisor de producción, se comienza con la elaboración de las prendas solicitadas. <sup>ver anexo # 4 y 5</sup>
- 2) La máquina overlock de 5 hilos cierra la espalda y la parte delantera, es aquí a donde se coloca la etiqueta de lavado.
- 3) Sigue con la máquina de costura recta que se encarga de realizar el pespunte de la prenda en la parte del cuello, donde se coloca la etiqueta. Así también en la pechera, mangas, hilván se realiza el pespunte.
- 4) Cuando la prenda requiera de ojales, se pasa la máquina recta zigzag, y la misma se encarga de colocar los botones; si la prenda lo requiere.
- 5) La función más importante es la pulida de la prenda, por cuanto se procede al cortado de los hilos sobrantes, lo que nos permite tener un control de calidad de cada prenda terminada.
- 6) El planchado se lo realiza con una plancha de vapor industrial, lo que garantice que la prenda llegue a la venta en óptimas condiciones.
- 7) El doblado se lo hace cuando se entrega la prenda terminada.

### 4.6 Determinación del equipo de producción

La maquinaria que se va a utilizar en el proceso de producción de las prendas ha sido escogida con el debido cuidado, pensando siempre en la calidad de confección que se va a entregar al mercado; tanto en el corte del diseño como en

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

---

la calidad del terminado, que van en relación directa con la maquinaria empleada en el proceso.

### 4.6.1 Departamento de Diseño y Corte

En este departamento se realiza el diseño y corte de la prenda, para ello se emplearán las siguientes cortadoras de tela:

- ✓ Una cortadora circular de 4”, marca ZOJE RC100, 110v
- ✓ Una cortadora vertical de 6” marca ZOJE 3550, 110v
- ✓ Un maniquí, para diseño de la prenda

### 4.6.2 Talleres de confección maquiladores

Los talleres tienen la capacidad y la infraestructura necesaria para soportar la demanda que solicite la empresa. Los mismos que han sido calificados, luego de

CAPACIDAD	MÁXIMA	DE	PRODUCCIÓN
-----------	--------	----	------------

un proceso de selección. En el cuadro adjunto, podemos ver que la capacidad de producción va acorde a las necesidades de la empresa.

#### Cuadro # 2

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

Talleres maquiladores	Unidades producidas por día (8H)	Unidades producidas por semanas (40H)	Unidades producidas por mes (160H)
Confecciones RB	88	440	1.760
Confecciones Prince	44	220	880
Capacidad mensual de los dos talleres			2.640

Fuente propia

*Los talleres que prestarán los servicios de confección de ropa médica deberán contar con lo siguiente:*

✓ **Cinco máquinas industriales rectas.**

Marca Sunstar modelos KM 250 A con motor, estante, tablero industrial.

✓ **Dos máquinas industriales overlock.**

Overlock de 5 hilos con puntada de seguridad, marca Sunstar modelo 9005C32, con motor, estante, tablero industrial.

✓ **Dos overlock de 3 hilos.**

Marca Sunstar modelo 9003M16, con motor, estante, tablero industrial.

✓ **Una máquina industrial recubridora.**

Marca Yamata modelo GK31016, con motor, estante, tablero industrial.

✓ **Una máquina industrial semindustrial recta zigzag.**

Marca Zoje 20U93, con motor, estante, tablero industrial

✓ **Una máquina bobinadora de hilo.**

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

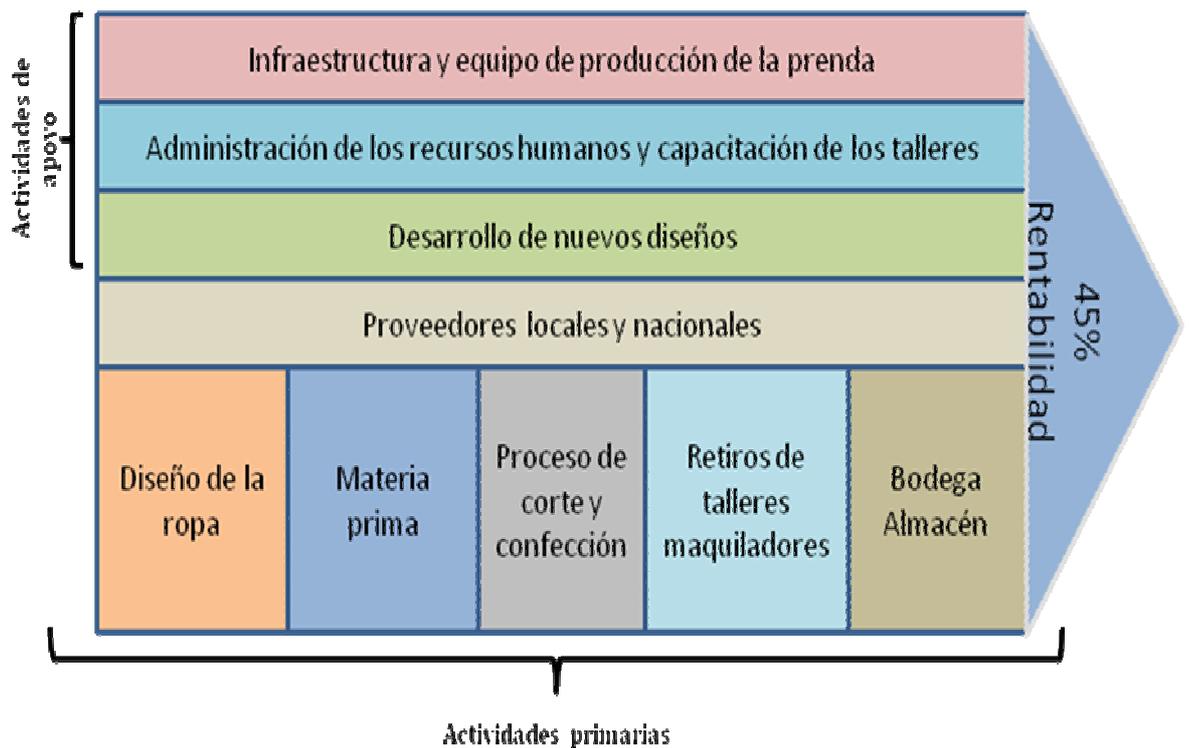
Marca Quintex

- ✓ **Una máquina cortadora circular de 4 pulgadas.**

Marca Yamata modelo L40

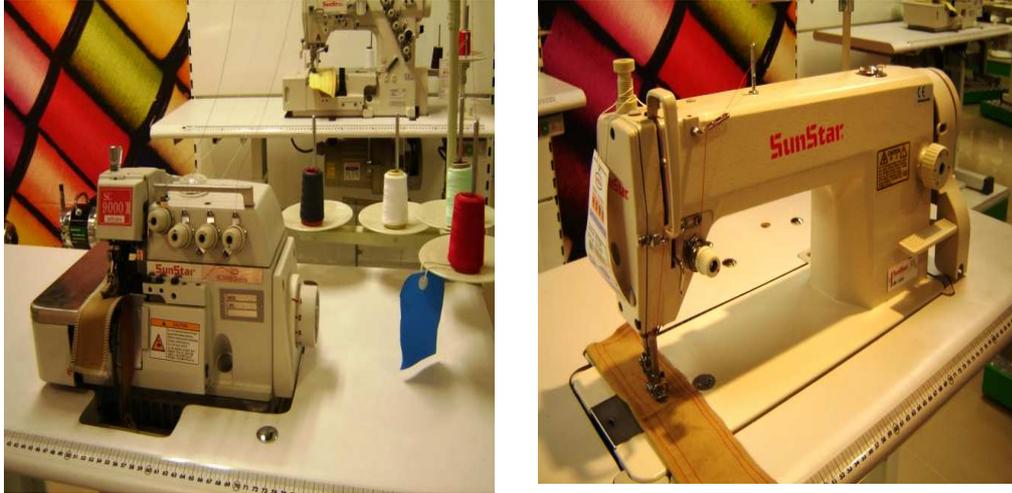
- ✓ **Una plancha Oster.**
- ✓ **Un maniquí para probar las prendas.**

Gráfico #5



Fuente propia

## *Máquinas que usan los talleres para la confección de las prendas*



Fuente propia

## 4.7 Planeación de espacios

*Cada tienda tiene espacios con funciones distintas, y debe identificar cada uno de ellos: Espacio de ventas, mercancías, de personal, y para la clientela. La productividad de ventas del espacio, te puede ayudar a estimar las ganancias e incluso los márgenes de un competidor, que no revela información financiera y sirve como una referencia inicial en el establecimiento de una tienda nueva.<sup>12</sup>*

La productividad de ventas del espacio puede ayudarnos a estimar la rentabilidad por metro cuadrado de un local.

### 4.7. 1 Distribución del local

El almacén en donde se exhibirá y comercializará las prendas tendrá dos plantas distribuidas de la siguiente manera:

---

<sup>12</sup> Tecnológico Monterrey “Diplomado en Comercio al Detallista” 2010 México

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

---

- ✓ Planta baja, la cual abarca una extensión de 42 mts cuadrados, y está destinada a la exhibición del producto terminado, y al servicio al cliente.
- ✓ Planta alta, contará con 42 mts cuadrados, en ella se encuentra la bodega de productos terminados, mesa de corte y diseño, bodega de telas e insumos, oficina de gerencia y de ventas.

El almacén está diseñado para exhibir las prendas de ropa médica, de forma diferente. Por lo tanto, se optimizarán los espacios utilizados con el fin de aprovecharlos al máximo.

Lo que se persigue es que los departamentos involucrados tengan la comodidad necesaria para realizar sus labores cotidianas. Ver anexo # 6, 7, 8, 9.

### **5 Conclusión del estudio técnico**

A través del estudio técnico realizado a la empresa Medical Fashion se pudo obtener las siguientes conclusiones:

- ✓ Para la ubicación del negocio se realizará un estudio de localización óptima entre tres posibles lugares: norte, sur, centro de la ciudad de Guayaquil, a través de un cuadro de ponderación, cuyos elementos importantes son: acceso a proveedores, materias primas, mano de obra, costo mano de obra, transporte, energía eléctrica, servicios médicos, educación, costo; para lo cual se elaboró una tabla de puntaje del 1 al 10, para calificar cada uno de los parámetros a medir.
- ✓ Tomando en cuenta que la ponderación en el sector norte fue de un 100%, siendo éste el de mayor calificación, 863 puntos. Es importante considerar

que en este sector se encuentran: competidores, proveedores, y potenciales clientes.

### **5 ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

*Toda empresa consta necesariamente de una estructura organizacional, o una forma de organización de acuerdo a sus necesidades (teniendo en cuenta sus fortalezas), por medio de la cual se pueden ordenar las actividades, procesos y en sí el funcionamiento de la empresa.<sup>13</sup>*

El recurso humano es muy importante en una empresa, lo cual nos proyectará a tener una eficiente actividad laboral.

#### **5.1 Estructura de Medical Fashion**

El organigrama considerado en el proyecto tiene como personeros principales a los accionistas, el gerente general será el encargado de tomar decisiones importantes dentro de la empresa. El personal de cada área trabajará de acuerdo a sus funciones específicas, y hacia el logro de objetivos y metas generales. A través de la matriz FODA se pretende analizar algunas oportunidades y riesgo del negocio. <sup>Ver anexo# 10 y 11</sup>

#### **5.2 Misión**

Mejorar el ambiente de la salud, entregando soluciones en el vestuario, siendo innovadores, revolucionarios y dinámicos, sin descuidar nunca la calidad y comodidad. De tal manera generar una relación más cercana trabajador-cliente.

#### **5.3 Visión**

---

<sup>13</sup> <http://www.gestiopolis.com/recursos4/docs/ger/estorgorg>.

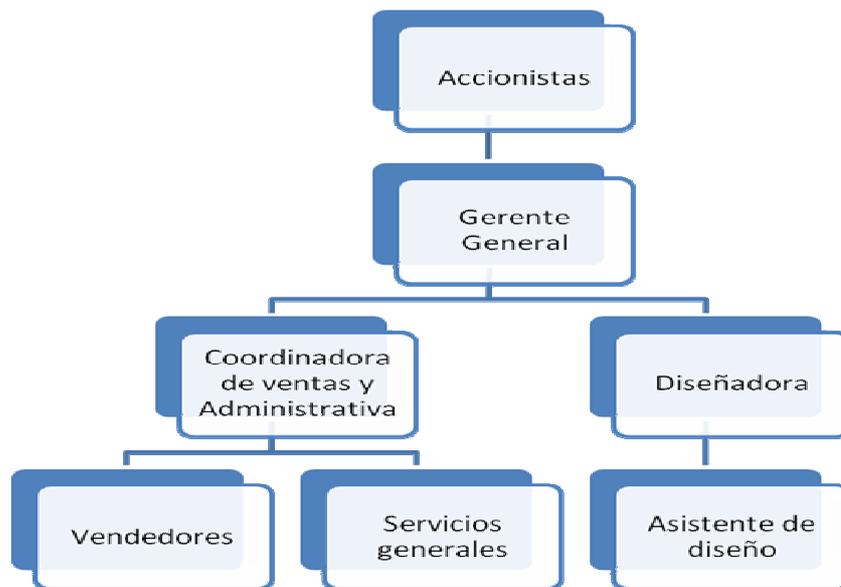
# “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

Mantener en el tiempo una posición de liderazgo en la industria de venta de ropa médica por catálogo. A fin de buscar, en todo momento, establecer relaciones duraderas con sus clientes mediante la generación de diseños y texturas con calidad y de la moda actual.

Departamento	# Personas	Cargo
Gerente General	1	Gerente general, Supervisión de ventas, coordinadora de compras

## Organigrama de la empresa

Gráfico # 6



## 5.4 Recursos humanos

El personal necesario para el funcionamiento de la empresa es el siguiente:

Cuadro # 3

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

Equipo de ventas	4	Un coordinador de ventas, y tres vendedores externo
Equipo de producción	2	Una Diseñadora y un auxiliar
Servicios generales	1	Encargado de conserjería
<b>Total de R.R.H.H</b>	<b>8</b>	<b>Personas</b>

### 5.4.1 Descripción de Funciones y Responsabilidades

Las funciones y responsabilidades del personal, que actúan de manera directa en las actividades se presentan a continuación:

#### Gerente General

##### *Cuadro # 4*

Perfil	Experiencia
Edad de 30 a 45 años.	Establecer metas y objetivos, calcular la demanda y pronosticar las ventas.
Sexo indistinto.	Determinar el tamaño y la estructura de la fuerza de ventas, selección y capacitación de los vendedores.
Estado civil indistinto.	Delimitar territorio y establecer cuotas de ventas.
Estudios profesionales en administración o carreras afines.	Acostumbrado a trabajar en equipo.
Experiencia en las actividades del puesto mínimo 3 años comprobados.	Ser objetivo y analítico.
	Actitud de líder y don de mando.
	Iniciativa propia, capacidad para tomar decisiones.

**Descripción de funciones:** Será responsable de planificar, organizar, dirigir y controlar los procesos de ventas, operaciones y cualquier acción encaminada a la obtención de resultados positivos para el centro de producción. Tendrá un determinado número de personas a su cargo (según organigrama aprobado), realizará el control de la gestión de los equipos de ventas y producción, se encargará de la formación del personal del área, elaborará informes cuantitativos y

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

cualitativos con respecto a las operaciones. Analizará el material soporte para las ventas y operaciones para el diseño de estrategias.

Será responsable de la generación de nuevos proyectos orientados a mejorar el nivel de rentabilidad de Medical Fashion.

**Cuadro # 5**

<b>Actividades del gerente general</b>	<b>D</b>	<b>S</b>	<b>Q</b>	<b>M</b>	<b>T</b>	<b>A</b>
Formula normas, políticas y procedimientos para el cumplimiento de las actividades.					X	
Supervisa la ejecución y evaluación del presupuesto anual de ventas.						X
Determina las cuotas de venta de los miembros del equipo.				X		
Control de carácter de clientes (atención especial fidelización).				X		
Supervisa, ejecuta y evalúa del plan maestro de producción.			X			
Supervisar el adecuado manejo del Presupuesto anual asignado.				X		
Supervisión de las actividades de cobranzas y seguimiento de clientes. Es responsable de mantener limpia la cartera de clientes.			X			
Investigación de mercado y búsqueda de información acerca de los clientes potenciales y actuales competidores.			X			
Control de tareas administrativas: reportes, informes ejecutivos, contratos, cobranza, manejo de reclamos, objetivos de producción y ventas.	X					
Supervisa la gestión logística. Es responsable del adecuado flujo de las operaciones de las unidades del negocio con miras a maximizar su rentabilidad.	X					
Entrega de información de la empresa hacia los representantes de ventas.	X					
Supervisión y control del personal a su cargo.	X					
Elaboración de informes de la actividad del equipo.				X		
Motivación a los integrantes del equipo de trabajo.		x				
Planificación, organización, dirección y control de los distintos proyectos abiertos bajo su cargo.	X					
<b>Simbología de Actividades D=Diario; S=Semanal; Q=Quincenal; M=Mensual; T=Trimestral; A=Anual</b>						

### **Coordinadora de ventas**

**Cuadro # 6**

<b>Perfil</b>	<b>Experiencia</b>
Edad 25 a 30 años.	Sólidos conocimiento en atención al cliente.
Sexo femenino.	

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

Ing. Comercial, Administración o Marketing.	Capacidad de trabajo en equipo y bajo presión, enfocada a resultados.
Experiencia dos años, conocimientos administrativos, supervisión, manejo de personal.	Realizar labores administrativas (reportes, análisis, etc.) y operativas.

**Descripción de Funciones.-** Asesoramiento al cliente, utilizando los medios y técnicas a su alcance para conseguir que éste adquiriera el producto y servicio ofrecido, mediante el punto de ventas o por medio de la página Web o catálogo, responsable directo de los vendedores y la ejecución de la estrategia en el campo, además de llevar la parte administrativa del local, control a la diseñadora y al auxiliar.

**Reporta a:** Gerencia General

**Cuadro # 7**

**Vendedor**

**Cuadro # 8**

Perfil	Experiencia					
Actividades de la coordinadora	D	S	Q	M	T	A
Ejecución y seguimiento del proceso de ventas.			X			
Control y seguimiento de pedidos o solicitudes de compra vía Internet.	X					
Revisar y validar la documentación necesaria de los pedidos y requerimientos hecho por los Clientes.	X					
Supervisión a vendedor de campo por visitas a clientes.		X				
Argumentación y cierre de ventas suficiente para cumplir con las cuotas asignadas.				X		
Ejecución de Ventas que se realizan por medio de la Web.	X					
Tratamiento de reclamos con respecto a ventas - clientes	X					
Elaboración de informes cualitativos que recogen los movimientos de la competencia.					X	
Preparación de promociones.					X	
<b>Simbología de Actividades</b>	<b>D=Diario; S=Semanal; Q=Quincenal; M=Mensual; T=Trimestral; A=Anual</b>					

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

Edad 25 a 30 años. Sexo indistinto.	Experiencia en el mercado de textiles.
Facilidad de palabra.	Servicio y atención al cliente, ventas y cobranzas.
Estudios Ing. Com., Adm. Marketing.	Manejo de conflictos, capacidad de trabajo en equipo y bajo presión.
	Enfocado a resultados.
	Capacidad de comunicación.

**Descripción de Funciones.-** Personas a cargo de la venta de los productos o servicios de la compañía, tendrán rutas definidas y numeradas y distribuidas por días de trabajo; según las directrices marcadas por la Coordinadora de Ventas.

**Reporta a:** Coordinadora de Ventas

**Cuadro # 9**

Actividades del vendedor	D	S	Q	M	T	A
Atraer a los compradores para ofrecer los productos.	X					
Ofrecer sugerencias o alternativas de los diseños que se comercializan.	X					
Su trabajo consiste en realizar visitas a clientes.	X					
Visitas de campo tiene que mostrar muestras y catálogos que describen la calidad de la tela y da a conocer los precios.	X					
Participación en actividades de marketing, organizar eventos, reuniones con clientes.	X					
Es la persona encargada de retroalimentar a la coordinadora de ventas de situaciones que se presentan en el mercado.		X				
Elabora reportes diarios de sus visitas con las debidas observaciones que se presenten con cada uno de los posibles compradores.	X					
Trabaja con objetivos mensuales bajo presión.				X		
<b>Simbología de Actividades D=Diario; S=Semanal; Q=Quincenal; M=Mensual; T=Trimestral; A=Anual</b>						

### Diseñadora

**Cuadro # 10**

Perfil	Experiencia
--------	-------------

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

Edad 25 a 30 años.	Comprobada, mínimo dos años.
Sexo femenino.	Ser creativa.
Estudios en diseño y moda.	Ser innovadora, proactiva.
	Trabajo a presión.
<b>Perfil</b>	<b>Experiencia</b>

**Descripción de Funciones.-** Deberá generar diseños en las cantidades que demande el mercado, en las líneas que estratégicamente la empresa haya decidido incursionar. Estos diseños se enfocan tanto en el dibujo como en el análisis de factibilidad técnica. También es responsable de generar acciones encaminadas a la obtención de resultados positivos para la empresa.

**Reporta a:** Coordinación de Ventas

**Cuadro # 11**

Actividades de la diseñadora	D	S	Q	M	T	A
Formula y propone a la coordinadora normas, políticas y procedimientos para el mejor cumplimiento de las actividades relacionadas con los proceso de confección.					X	
Elabora la mayor cantidad de diseños.	X					
Presenta mensualmente diseños preparados y analizados para su aprobación.				X		
Coordina con el jefe de taller (maquilador) acuerdos técnicos encaminados a maximizar el flujo de operaciones, minimizando el desperdicio en los distintos diseños puestos en producción.		X				
Elaborar prospección de proveedores de telas e insumos necesarios, para que la producción de las prendas.	X					
Elaboración de catálogos para manejo de ventas.					X	
Apoyo en la elaboración de sistemas de control y administración de la información de diseños (fichas, hojas de ruta, procesos, etc.).		X				
Apoyo en la gestión de calidad de las prendas diseñadas.			X			
<b>Simbología de Actividades: D=Diario; S=Semanal; Q=Quincenal; M=Mensual; T=Trimestral; A=Anual</b>						

### Servicios generales

**Cuadro # 12**

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

Edad entre 18 y 25 años.	Comprobada, mínimo un año.
Sexo masculino.	Trabajo a presión.
Estudios mínimo secundarios.	
De preferencia con licencia de conducir.	
Dinámico.	
Demostrar honorabilidad y presencia.	

**Descripción de Funciones.-** Sus funciones están relacionadas a los varios servicios que se presente en la empresa la misma que va desde la apertura del local hasta el cierre del mismo.

**Reporta a:** coordinadora de ventas

**Cuadro # 13**

Actividades de servicios generales	D	S	Q	M	T	A
Realizará encargos y recados siempre y cuando sea en función de la empresa.	X					
Recogida y entrega de correspondencia.	X					
Apertura y cierre de las puertas.	X					
Limpieza y mantenimiento del local comercial	X					
Ayuda a la vigilancia y cuidado del local en horas laborables.	X					
Ayuda a recibir mercadería, material de limpieza y todo lo que tenga que ver con el negocio.	X					
Ayuda a custodiar el traslado de la mercadería del proveedor como la del Cliente.	X					
Estar dispuesto a ayudar en tareas afines de la categoría del puesto en caso de que sean encomendadas por sus superiores.	X					
<b>Simbología de Actividades D=Diario; S=Semanal; Q=Quincenal; M=Mensual; T=Trimestral; A=Anual</b>						

### 5.5 Aspectos legales

*Los aspectos legales son considerados clave para la ejecución de un proyecto, que son la constitución legal de la empresa y el registro del nombre comercial. La Superintendencia de Compañías y el Instituto Ecuatoriano de Propiedad*

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

*Intelectual son las instituciones estatales que regulan estos procesos, y exigen el auspicio de un abogado para realizar los respectivos trámites legales.<sup>14</sup>*

La parte legal, de un negocio es de vital importancia para el buen funcionamiento, ya que se pone en regla con las instituciones del estado.

**Cuadro # 14**

<b>Para la constitución legal</b>	Inversión de \$ 350 no incluye tasas.	Duración trámite 30 días.	Plazo constitución de la empresa hasta 50 años.
-----------------------------------	---------------------------------------	---------------------------	---

- 1) Poseer uno o dos nombres de la empresa para hacer la reserva del nombre; el trámite es de inmediato.
- 2) Conformación de una cuenta de integración de capitales de la compañía, la misma que tiene que ser habilitada con \$ 200,00 como mínimo de un capital total de \$ 800,00. Para proceder con este trámite se requiere el certificado original de la reserva del nombre emitido por la Superintendencia de Compañías y copia de la cédula de identidad del accionista.
- 3) Consiste en realizar las escrituras de la empresa en una de las notarias del Cantón de Guayaquil, trámite que dura 2 días con una inversión de \$ 50.
- 4) Se ingresa por lo menos cuatro testimonios en la Secretaría General de la Superintendencia de Compañías; una vez aprobado se publica un extracto en un diario, luego la compañía tiene que afiliarse a una de las Cámaras de la Producción.

Una vez afiliada la empresa a la Superintendencia de Compañía tiene que proceder a obtener el RUC (Registro Único Contribuyente), cumplir con este paso tiene un costo de \$ 127.

<sup>14</sup> [http://www.supercias.gov.ec/Paginashtm/Societario/servicios20en20linea/consulta\\_cias.htm](http://www.supercias.gov.ec/Paginashtm/Societario/servicios20en20linea/consulta_cias.htm)

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

### 5.5.1 Registro del nombre comercial

*Se procede a registrar el nombre de la empresa en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, cuya gestión está a cargo de un abogado, el valor de dicha gestión es de \$ 350, y el tiempo que se demora para obtenerlo es de 8 meses; cada 10 años tiene que ser actualizado. Se recomienda realizar una solicitud de búsqueda de nombre, la misma que va a permitir que éste sea registrado y comprobado si no ha sido realizado por otra persona sea esta natural o jurídica; trámite que tiene un valor de \$ 16. Posteriormente se procede a registrar el nombre de la compañía, lo que tiene un valor de \$ 54. El siguiente paso es solicitar la respectiva emisión del título, que tiene un valor de \$ 28.<sup>15</sup>*

El nombre de Medical Fashion será regularizado dentro del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, con lo cual garantizaremos que el nombre sea único en el mercado.

#### *Desglose de gastos por aspectos legales*

##### *Cuadro # 15*

<b>Registro del nombre legal</b>	<b>Valor</b>
Servicios Legales	\$ 350,00
Integración de capitales	\$ 200,00
Notarización de escritura	\$ 50,00
Publicación de extracto en diario	26,88
Obtención del RUC	\$ 127,00
Servicio legal por inscripción del nombre de la empresa	\$ 350,00
Solicitud por búsqueda del nombre	\$ 16,00
Registro del nombre de la empresa	\$ 54,00
Emisión del título del nombre de la empresa	\$ 28,00
<b>Total gastos legales</b>	<b>\$ 1.201,88</b>

### 5.5.2 Aspectos tributarios

*Una vez obtenido el RUC, el primer permiso tributario a obtener es el del Benemérito Cuerpo de Bomberos, para adquirirlo previamente se solicita una inspección, en la que se debe cumplir con la adquisición de los extintores de*

<sup>15</sup> [http://www.supercias.gov.ec/Paginas\\_htm/Societario/servicios20en20linea/consulta\\_cias.htm](http://www.supercias.gov.ec/Paginas_htm/Societario/servicios20en20linea/consulta_cias.htm)

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

*incendios, el costo de este permiso es de \$ 8,00, y una vez obtenido se lo tiene que renovar anualmente.<sup>16</sup>*

El segundo permiso a obtener es el del Municipal de Funcionamiento, para conseguirlo hay que llenar una solicitud de consulta de uso del suelo, esta tiene un costo de \$ 2, junto a ésta se envía una carta dirigida al Director de Aseo Cantonal de Mercados y Servicios Especiales, con el fin de que se otorgue un certificado de recolección de desechos sólidos. Una vez obtenida la aprobación de estas dos solicitudes se procede a obtener el permiso municipal, éste tiene un costo de \$ 32 para oficinas de hasta 50 m<sup>2</sup>. Esta concesión tiene que ser renovada anualmente, para este tipo de negocio no se necesita permiso de salud, pero si se tiene que sacar carnet de salud por cada empleado, el valor de cada carnet es de \$ 6.

### *Desglose de gastos por aspectos tributarios*

#### *Cuadro # 16*

<b>Aspectos tributarios</b>	
Permiso del cuerpo de bomberos	\$ 8,00
Solicitud por uso del suelo	\$ 2,00
Permiso Municipal	\$ 32,00
Carnet de Salud a razón de \$ 6,00 C/U	\$ 48,00
<b>Total de gastos tributarios</b>	<b>\$ 90,00</b>

## **6 Conclusión del Estudio Organizacional**

El que inicia las actividades del negocio y el encargado de llevar la administración de la empresa es el gerente, el cual tiene una comunicación directa

<sup>16</sup> [http://www.supercias.gov.ec/Paginas\\_htm/Societario/servicios20en20linea/consulta\\_cias.htm](http://www.supercias.gov.ec/Paginas_htm/Societario/servicios20en20linea/consulta_cias.htm)

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

---

con la coordinadora de ventas y administrativa, la que supervisará el trabajo de la diseñadora, vendedores y auxiliar, éstos se reportarán directamente a ella.

Para poner en marcha el proyecto se debe tomar en cuenta los aspectos legales, los cuales son importantes para el funcionamiento del negocio. Por consiguiente, en diferentes instituciones, hay que seguir ciertos pasos; como son:

- ✓ Superintendencia de Compañías.
- ✓ Registro del nombre comercial.
- ✓ Registro único de contribuyentes (RUC).
- ✓ Permiso de funcionamiento, Municipio y Bomberos.

Una vez que cumpla con estos requisitos que la identifican como empresa, estará lista para iniciar las actividades comerciales.

## **6 ESTUDIO ECONÓMICO**

### **6.1 Definición**

Con el estudio económico realizado a Medical Fashion se ha determinado la cantidad necesaria de recursos económicos para el emprendimiento de este proyecto. Siendo conocedores del costo total de esta operación, así como otros indicadores que nos sirven de base para poner en marcha de forma confiable el proyecto de la venta de ropa médica por catálogo, ubicado al norte de la ciudad de Guayaquil.

### **6.2 Análisis del estudio económico**

Los directivos de Medical Fashion, desean evaluar que tan viable es el proyecto de la venta de ropa médica por catálogo. El método que se utilizó para

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

realizar el estudio de mercado fue mediante una encuesta a una población de 150 personas entre profesionales y estudiantes de medicina, cuyo resultado es viable para establecer la empresa, teniendo una oportunidad de crecimiento que lo detallamos en los siguientes cuadros:

### *Cuadro # 17: Participación del mercado al que se proyecta Medical Fashion*

En esta tabla podemos ver cifras respecto a las ventas anuales que se ha impuesto la compañía. La estrategia de precio de la empresa nos indica que cada prenda será vendida a un promedio de \$25, independientemente de nuestro volumen de ventas.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda mercado		15.000	18.000	21.600	25.920	31.104
Participación del mercado		0%	12%	14%	16%	19%
Demanda empresa		9.504	10.644	12.135	14.076	16.751
Talleres maquiladores		31.680	31.680	31.680	31.680	31.680
Precio		\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00

### *Cuadro # 18 Producción mensual y anual*

Medical Fashion diseñará las prendas y procederá a cortar los modelos, posterior a eso se las entregará a los talleres maquiladores. En el cuadro adjunto se detalla la producción de cada taller. Con esta producción se cubrirá la demanda del mercado.

Producción talleres maquiladores		
Taller	Mensual	Anual
RBCONFECC	1.760	21.120
PRINCE	880	10.560
<b>Total</b>	<b>2.640</b>	<b>31.680</b>

## 6.3 Estructura del estudio económico

El estudio económico de este proyecto se compone de los siguientes puntos:

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

- ✓ Determinación de los costos.
- ✓ Inversión inicial.
- ✓ Cronograma de inversiones.
- ✓ Elaboración de los flujos de caja proyectada sin financiamiento.
- ✓ Financiamiento de la inversión.
- ✓ Elaboración de los flujos de caja proyectada con financiamiento.

### 6.3.1 Costos de materia prima y mano de obra por unidad

*Cuadro # 19*

Insumos	Costo Unitario
Tela	3,75
Otros	0,5
Maquila	3,5
<b>Total</b>	<b>7,75</b>

Para la determinación del costo de la prenda que se comercializará se establecerán los costos de telas, mano de obra y otros (botones, elástico, etc.) y de los talleres que entregarán el producto terminado con un costo total de \$ **7,75**.

### 6.3.2 Inversión del proyecto

Para iniciar el presente proyecto se necesitará una inversión de \$46.000, de los cuales se ha establecido que se financiará de la siguiente manera:

*Cuadro # 20*

%	Monto de la Inversión	\$ 46.000
70%	Banco Nacional de Fomento	\$32.200
30%	Inversionistas	\$13.800

En Junta Directiva se establecerá que se proceda a realizar préstamo al Banco Nacional del Fomento, ya que actualmente presenta la tasa más baja de interés en el mercado, siendo esta del 10% anual, también se estableció que dicho préstamo se lo realizará a cinco años plazos.

La inversión que se requiere para que la empresa sea operativa es de \$46.000, de los cuales el 70% será financiado por el Banco Nacional de Fomento con una

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

---

tasa de interés anual del 10% y el 30%; constituyendo un aporte de los inversionistas. Adicionalmente, se aclara que pasado los cinco años se realizará un nuevo estudio en donde podríamos determinar el incremento de un taller maquilador, o en su lugar se podría pensar en la posibilidad de implementar un taller propio para la confección de las prendas

### 6.3.3 Cronograma de inversiones

Para el control de los activos fijos se tomará en cuenta la implementación del diagrama de GANTT, con el cual se podrá considerar los plazos y tiempos que se utilizarán en cada uno de los procesos de implementación del almacén, y la elaboración de la prenda en los talleres. Así como el inicio de las actividades comerciales y la selección del personal de ventas en los siguientes años.

*Cuadro # 21 Diagrama de GANTT*

Actividad	Duración	2	0	1	1	2012	2013	2014	2015
Creación de diseños de blusas	9 días								
Compra de telas	6 días								
Selección empresa de maquila	6 días								
Corte y confección de blusas	11 días								
Selección de vendedor de calle	12 días								
Elaboración de catálogo	8 días								
Construcción de pagina web	12 días								
Solicitud de Funcionamiento	15 días								
Solicitud al SRI facturas	4 días								
Inicio de ventas almacén	0 días								
Ajuste plan financiero	5 días								
Contratación nuevos vendedores	15 días								

### 6.3.4 Elaboración de flujos de caja proyectada sin financiamiento

*Cuadro # 22 Proyección de ventas*

Años	# Unidades	Precio	Ventas en dólares
------	------------	--------	-------------------

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

1	9.504	\$ 25,00	\$ 237.600,00
2	10.644	\$ 25,00	\$ 266.112,00
3	12.135	\$ 25,00	\$ 303.367,68
4	14.076	\$ 25,00	\$ 351.906,51
5	16.751	\$ 25,00	\$ 418.768,75
<b>63.110</b>			<b>\$ 1.577.754,93</b>

Con el inicio de las operaciones, en el primer año se desea vender 9.504 unidades llegando a un total de \$237.600, de tal manera se espera que las proyecciones implementadas y las estrategias de ventas alcancen una venta de 16.751 unidades al quinto año; para lograr así un gran total de \$418.768,75. Con estos indicadores el proyecto a lo largo del tiempo tendrá un crecimiento sostenido.

### *Cuadro # 23 Proyección de costos de materia prima*

Insumos	Costo Unitario	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
		Cantidad	Costo total								
Tela	3,75	9.504	35.640	10.644	39.917	12.135	45.505	14.076	52.786	16.751	62.815
Otros	0,5	9.504	4.752	10.644	10.645	12.135	6.067	14.076	7.038	16.751	8.375
Maquila	3,5	9.504	33.264	10.644	10.648	12.135	42.471	14.076	49.267	16.751	58.628
<b>Total</b>	<b>7,75</b>		<b>35.640</b>		<b>39.917</b>		<b>45.505</b>		<b>52.786</b>		<b>62.815</b>

Los costos de la compra de materia prima, que sirven para la elaboración de la prenda en el primer año, da como resultado que el producto ya terminado tiene un costo de \$ **7,75**, cuya proyección se mantendrá durante los cinco años, obteniendo como margen un 45% de rentabilidad.

### *Costo de mano de obra directa*

Para el proyecto el costo de mano de obra directa no aplica, ya que la empresa elaborará sus prendas a través de talleres maquiladores.

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

### **Cuadro # 24: Remuneración de personal administrativo y ventas**

La empresa ha considerado iniciar las actividades comerciales con un personal mínimo con el fin de optimizar los recursos económicos, para lo cual contará con ocho personas.

# Personas a contratar	Cargo	Remuneración mensual	Remuneración Anual
1	Gerente General	450,00	5.400,00
1	Coordinadora de ventas y Adm.	320,00	3.840,00
3	Vendedores	240,00	8.640,00
1	Diseñadora	300,00	3.600,00
1	Asistente de diseño	240,00	2.880,00
1	Servicios Generales	240,00	2.880,00

### **Cuadro # 25: Inversión Inicial (Activos Fijos)**

La inversión inicial que se requiere para poner en marcha a la empresa son las siguientes:

- ✓ Máquina cortadora, máquina overlock, máquina zigzag, para la diseñadora.
- ✓ Vehículo, para traslado del corte de tela a los talleres de maquila y demás servicios.
- ✓ Equipo de cómputo y de oficina, el proceso de ventas y factura.
- ✓ Muebles y enseres para la adecuación de almacén.

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Máquina cortadora de tela	1	\$ 640,00	\$ 640,00
Máquina Overlock de 5 hilos	1	\$ 650,00	\$ 650,00
Máquina recta	1	\$ 450,00	\$ 450,00

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

Máquina zigzag	1	\$ 560,00	\$ 560,00
Vehículo (camioneta)	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Equipo de computo	3	\$ 600,00	\$ 1.800,00
Muebles oficina y enseres	1	\$ 7.800,00	\$ 7.800,00
<b>Total de la inversión</b>			<b>\$ 26.900,00</b>

### *Cuadro # 26: Depreciación de Activos Fijos*

Los bienes que serán adquiridos tienen su respectiva tabla, que indicará en qué medida se depreciarán anualmente.

Descripción	Costo de Adquisición	% Depreciación	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor Neto en libros
Maquinarias	\$ 2.300,00	10%	\$ 230,00	\$ 1.150,00	\$ 1.150,00
Vehículo	\$ 15.000,00	20%	\$ 3.000,00	\$ 15.000,00	\$ -
Equipos de computo	\$ 1.800,00	33%	\$ 594,00	\$ 2.970,00	\$ (1.170,00)
Mueb. oficina y enseres	\$ 7.800,00	10%	\$ 780,00	\$ 3.900,00	\$ 3.900,00
<b>Total</b>			<b>\$ 4.604,00</b>	<b>\$ 23.020,00</b>	<b>\$ 3.880,00</b>

### *Cuadro # 27: Inversión de capital de Trabajo*

Períodos	Costos Variables	Capital trabajo	Capital adicional
0			-\$ 18.414,00
1	\$ 73.656,00	\$ 18.414,00	-\$ 3.540,37
2	\$ 87.817,46	\$ 21.954,37	-\$ 1.556,63
3	\$ 94.043,98	\$ 23.511,00	-\$ 242,69
4	\$ 95.014,76	\$ 23.753,69	-\$ 8.700,89
5	\$ 129.818,31	\$ 32.454,58	\$ 32.454,58

## 6.3.5 Financiamiento de la inversión

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

---

Se determina solicitar un préstamo al Banco de Fomento por \$32.200, por cinco años plazo con una tasa del 10% anual. Se analizará la forma rentable para la empresa de acuerdo a los cuatro métodos de amortización, que a continuación se detallan:

### *Forma #: Pago de capital e intereses al final del plazo de la deuda*

<b>VF= VP (1+i)<sup>n</sup></b>		
Inversión inicial	\$ 46.000	
Banco Nacional de Fomento		
Plazo: 5 años (60 meses)		
Tasa: 10%		
VP=	\$ 32.200,00	Interés mensual
i=	10,00%	0,83%
n=	5	60 meses
VF=	(\$ 52.978,95)	

En este cuadro se determina cuál será el valor futuro a pagar por los \$32.200, con una tasa del 0,83% mensual y proyectado a 60 meses, dando como resultado que al término del préstamo, la empresa desembolsará la cantidad de \$52.978,95.

### *Forma # 2: Pago del interés al final de cada período, y capital al final del pago*

Meses	Renta	Interés	Amortización	Saldo Insólito
0				\$ 32.220,00

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

1	\$ 268,50	\$ 268,50	\$ 0,00	\$ 32.220,00
2	\$ 268,50	\$ 268,50	\$ 0,00	\$ 32.220,00
3	\$ 268,50	\$ 268,50	\$ 0,00	\$ 32.220,00
4	\$ 268,50	\$ 268,50	\$ 0,00	\$ 32.220,00
5	\$ 268,50	\$ 268,50	\$ 0,00	\$ 32.220,00
6	\$ 268,50	\$ 268,50	\$ 0,00	\$ 32.220,00
7	\$ 268,50	\$ 268,50	\$ 0,00	\$ 32.220,00
8	\$ 268,50	\$ 268,50	\$ 0,00	\$ 32.220,00
9	\$ 268,50	\$ 268,50	\$ 0,00	\$ 32.220,00
10	\$ 268,50	\$ 268,50	\$ 0,00	\$ 32.220,00
20	\$ 268,50	\$ 268,50	\$ 0,00	\$ 32.220,00
30	\$ 268,50	\$ 268,50	\$ 0,00	\$ 32.220,00
40	\$ 268,50	\$ 268,50	\$ 0,00	\$ 32.220,00
50	\$ 268,50	\$ 268,50	\$ 0,00	\$ 32.220,00
51	\$ 268,50	\$ 268,50	\$ 0,00	\$ 32.220,00
52	\$ 268,50	\$ 268,50	\$ 0,00	\$ 32.220,00
53	\$ 268,50	\$ 268,50	\$ 0,00	\$ 32.220,00
54	\$ 268,50	\$ 268,50	\$ 0,00	\$ 32.220,00
55	\$ 268,50	\$ 268,50	\$ 0,00	\$ 32.220,00
56	\$ 268,50	\$ 268,50	\$ 0,00	\$ 32.220,00
57	\$ 268,50	\$ 268,50	\$ 0,00	\$ 32.220,00
58	\$ 268,50	\$ 268,50	\$ 0,00	\$ 32.220,00
59	\$ 268,50	\$ 268,50	\$ 0,00	\$ 32.220,00
60	\$ 32.488,50	\$ 268,50	\$ 32.220,00	\$ 0,00
	\$ 48.330,00	\$ 16.110,00		

$$\text{Renta} = \text{Capital} * \text{Tiempo} * \text{Interés}$$

$$\text{Renta} = \$ 32.200 * 60 * 0,83\% = 16.110$$

$$\text{Interés anual} = \text{Interés} / \text{tiempo}$$

$$\text{Interés anual} = \$16.110 / 60 = 268,50$$

El segundo método es pagar el interés al final de cada período y el capital al final del pago, indicando que al final del período se desembolsaría la cantidad de \$ 48.330, por lo tanto no es aconsejable realizar el pago a través de este método.

**Forma # 3: Pago de cantidades iguales a final de uno de los años mientras dura el plazo de la deuda**

Meses	Renta	Interés	Amortización	Saldo Insólito
-------	-------	---------	--------------	----------------

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

0				\$ 32.200,00
1	\$ 684,15	\$ 268,33	\$ 415,82	\$ 31.784,18
2	\$ 684,15	\$ 264,87	\$ 419,29	\$ 31.364,89
3	\$ 684,15	\$ 261,37	\$ 422,78	\$ 30.942,11
4	\$ 684,15	\$ 257,85	\$ 426,30	\$ 30.515,81
5	\$ 684,15	\$ 254,30	\$ 429,86	\$ 30.085,95
6	\$ 684,15	\$ 250,72	\$ 433,44	\$ 29.652,51
7	\$ 684,15	\$ 247,10	\$ 437,05	\$ 29.215,46
8	\$ 684,15	\$ 243,46	\$ 440,69	\$ 28.774,77
9	\$ 684,15	\$ 239,79	\$ 444,37	\$ 28.330,40
10	\$ 684,15	\$ 236,09	\$ 448,07	\$ 27.882,34
20	\$ 684,15	\$ 197,32	\$ 486,84	\$ 23.191,07
30	\$ 684,15	\$ 155,19	\$ 528,96	\$ 18.093,87
40	\$ 684,15	\$ 109,42	\$ 574,74	\$ 12.555,62
50	\$ 684,15	\$ 59,69	\$ 624,47	\$ 6.538,15
51	\$ 684,15	\$ 54,48	\$ 629,67	\$ 5.908,48
52	\$ 684,15	\$ 49,24	\$ 634,92	\$ 5.273,57
53	\$ 684,15	\$ 43,95	\$ 640,21	\$ 4.633,36
54	\$ 684,15	\$ 38,61	\$ 645,54	\$ 3.987,81
55	\$ 684,15	\$ 33,23	\$ 650,92	\$ 3.336,89
56	\$ 684,15	\$ 27,81	\$ 656,35	\$ 2.680,54
57	\$ 684,15	\$ 22,34	\$ 661,82	\$ 2.018,73
58	\$ 684,15	\$ 16,82	\$ 667,33	\$ 1.351,39
59	\$ 684,15	\$ 11,26	\$ 672,89	\$ 678,50
60	\$ 684,15	\$ 5,65	\$ 678,50	\$ 0,00
	\$ 41.049,29	\$ 8.849,29	\$ 32.200,00	

### *Método para calcular la renta mensual*

$A = VP \cdot \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$								
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="padding-right: 20px;">VP=</td> <td>\$ 32.200,00</td> </tr> <tr> <td style="padding-right: 20px;">i=</td> <td>0,83%</td> </tr> <tr> <td style="padding-right: 20px;">n=</td> <td>60</td> </tr> <tr> <td style="padding-right: 20px;">A=</td> <td style="color: red;">(\$ 684,15)</td> </tr> </table>	VP=	\$ 32.200,00	i=	0,83%	n=	60	A=	(\$ 684,15)
VP=	\$ 32.200,00							
i=	0,83%							
n=	60							
A=	(\$ 684,15)							

Según este método, al final del préstamo se cancelaría un interés de \$ 8.849,29, lo que da un total de \$ 41.049,29

***Forma # 4: Pago de intereses y una parte proporcional del capital al final de cada uno de los períodos***

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

Mes	Renta	Interés	Amortización	Saldo Insólito
0				\$ 32.200,00
1	\$ 805,00	\$ 268,33	\$ 536,67	\$ 31.663,33
2	\$ 800,53	\$ 263,86	\$ 536,67	\$ 31.126,67
3	\$ 796,06	\$ 259,39	\$ 536,67	\$ 30.590,00
4	\$ 791,58	\$ 254,92	\$ 536,67	\$ 30.053,33
5	\$ 787,11	\$ 250,44	\$ 536,67	\$ 29.516,67
6	\$ 782,64	\$ 245,97	\$ 536,67	\$ 28.980,00
7	\$ 778,17	\$ 241,50	\$ 536,67	\$ 28.443,33
8	\$ 773,69	\$ 237,03	\$ 536,67	\$ 27.906,67
9	\$ 769,22	\$ 232,56	\$ 536,67	\$ 27.370,00
10	\$ 764,75	\$ 228,08	\$ 536,67	\$ 26.833,33
20	\$ 720,03	\$ 183,36	\$ 536,67	\$ 21.466,67
30	\$ 675,31	\$ 138,64	\$ 536,67	\$ 16.100,00
40	\$ 630,58	\$ 93,92	\$ 536,67	\$ 10.733,33
50	\$ 585,86	\$ 49,19	\$ 536,67	\$ 5.366,67
58	\$ 550,08	\$ 13,42	\$ 536,67	\$ 1.073,33
59	\$ 545,61	\$ 8,94	\$ 536,67	\$ 536,67
60	\$ 541,14	\$ 4,47	\$ 536,67	\$ 0,00
	\$ 40.384,17	\$ 8.184,17	\$ 32.200,00	

### *Método para calcular amortización sobre el capital*

VP=	\$ 32.200,00
i =	0,83%
n =	60
Amort capital =	\$ 536,67

Con este método el total de interés a cancelarse es de \$ 8.184,17, de modo que en los cinco años la empresa terminará pagando \$ 40.384,17. Analizando los métodos anteriores, se concluye que con este método es más rentable endeudarse por tener menor pago de interés del capital al final de la deuda.

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

### 6.3.6 Elaboración de los flujos de caja proyectados con financiamiento

*Cuadro # 28*

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>						
Ventas ropa médica		237.600	266.112	303.368	351.907	418.769
<b>Costos variables</b>						
Tela		-35.640	-39.917	-45.505	-52.786	-62.815
Otros		-4.752	-10.645	-6.067	7.038	-8.375
Mano de obra directa		-33.264	-37.256	-42.471	-49.267	-58.628
Agua		-72	-72	-72	-72	-72
Luz		-300	-300	-300	-300	-300
Teléfono		-240	-240	-240	-240	-240
Internet		-360	-360	-360	-360	-360
<b>Costos Fijos</b>						
Arriendo		-4.800	-4.800	-4.800	-4.800	-4.800
<b>Gastos Financieros</b>						
Obligaciones bancarias		-8.077	-8.077	-8.077	-8.077	-8.077
<b>Remuneraciones Administrativas</b>						
Gerente General		-5.400	-5.400	-5.400	-5.400	-5.400
Coordinadora de ventas y administrativa		-3.840	-3.840	-3.840	-3.840	-3.840
Vendedor		-8.640	-8.640	-8.640	-8.640	-8.640
Diseñadora		-3.600	-3.600	-3.600	-3.600	-3.600
Asistente de diseño		-2.880	-2.880	-2.880	-2.880	-2.880
Servicios Generales		-2.880	-2.880	-2.880	-2.880	-2.880
9,35% Aporte personal		-2.547	-2.547	-2.547	-2.547	-2.547
13er sueldo		-2.270	-2.270	-2.270	-2.270	-2.270
14avo sueldo		-1.680	-1.680	-1.680	-1.680	-1.680
Fondos de reserva		-2.270	-2.270	-2.270	-2.270	-2.270
Vacaciones		-1.135	-1.135	-1.135	-1.135	-1.135
12,15% Aporte patronal		-3.310	-3.310	-3.310	-3.310	-3.310
Gastos Administrativos		-4.800	-4.800	-4.800	-4.800	-4.800
<b>Utilidad antes de la Participación de Trabajadores</b>		<b>104.844</b>	<b>119.194</b>	<b>150.223</b>	<b>197.791</b>	<b>229.850</b>
15% Participación de Trabajadores		-15.727	-17.879	-22.533	-29.669	-34.478
<b>Utilidad del Impuesto a la Renta</b>		<b>89.117</b>	<b>101.315</b>	<b>127.690</b>	<b>168.123</b>	<b>195.373</b>
25% Impuesto a la Renta		-22.279	-25.329	-31.922	-42.031	-48.843
Maquinarias	(2.300,00)					
Vehículo	(15.000,00)					
Equipos de computo	(1.800,00)					
Equipos de Oficina	(7.800,00)					
<b>Inversión de Capital de Trabajo</b>	<b>(18.414,00)</b>					
<b>Recuperación capital de trabajo</b>		<b>-3.540</b>	<b>-1.557</b>	<b>-243</b>	<b>-8.701</b>	<b>32.455</b>
<b>Flujo Neto</b>	<b>(45.314,00)</b>	<b>63.297</b>	<b>74.430</b>	<b>95.525</b>	<b>117.391</b>	<b>178.984</b>

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

---

Con una inversión en libros de \$46.000 se ha proyectado un flujo de caja con financiamiento para los cinco años, en el cuadro anterior podemos observar que en el primer año es de \$63.297; el segundo año incrementa a \$74.430 alcanzando en el quinto año un flujo de caja neto de \$178.984, con lo cual podríamos reinvertir en el negocio al final de este ciclo.

### **7 Conclusión del estudio económico**

En el estudio económico realizado a la empresa para poner en marcha sus actividades comerciales, dio como resultado un proceso que se debe seguir para iniciar cualquier actividad comercial. La elaboración implica la determinación de los costos del producto que se va a vender, la descripción de todos los costos que hay sobre el producto, en este caso de la prenda. Luego la inversión inicial que tendrá el proyecto se financiará por medio de los accionistas y los bancos, y se proyectará esta deuda a cinco años.

Además se diseñó un cronograma de tiempos para las diferentes actividades a realizarse, para iniciar la venta en su almacén la que nos ayudará a controlar los plazos a cumplirse por cada uno de los departamentos involucrados en este inicio de actividades.

Se ha considerado una proyección de ventas en cinco años, dando como resultado un flujo de caja neto que nos sirve para tener en cuenta un control de las operaciones administrativas, ventas y producción y saber con el dinero que se cuenta en caja para el funcionamiento de la empresa.

## 7 ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DEL PROYECTO DE INVERSIÓN

### 7.1 Definición

Entre los indicadores que servirán para tomar decisiones en la puesta en marcha de la empresa se han considerado varios métodos de análisis y evaluación, los cuales son muy necesarios para tener una empresa sólida en el inicio de sus actividades. Los resultados de estos análisis los detallamos a continuación:

### 7.2 Métodos de evaluación y selección de proyectos

#### *1er. Método Valor Actual Neto (VAN)*

VAN 10%	\$ 427.452,89
VP INGRESOS	\$ 382.138,89
VP EGRESOS	(45.314,00)

#### *Regla de decisión para el primer método dice*

El valor presente neto debe ser mayor a 0 o positivo. Para determinar el VAN se procederá a realizar la siguiente operación: sumamos los ingresos totales del flujo de caja de los cinco años con la tasa del 10% de interés, que es la establecida en el mercado; y como egresos tomamos el capital inicial, hacemos la sumatoria de los dos valores y nos da como resultado que el proyecto es viable.

#### *2do. Método Tasa de Índice del Retorno (TIR)*

TIR	158,57%
-----	---------

#### *Regla de decisión del segundo método*

La tasa interna de rentabilidad (TIR) debe ser mayor a la tasa del mercado. Luego que se analizó el flujo neto de caja durante los cinco años, se determinó el 158,57% que es mayor a la tasa de interés del mercado.

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

### *3er Método índice de rentabilidad (IR)*

IR 8,43

### *Regla de decisión del tercer método*

El índice de rentabilidad debe ser mayor a uno o al cien por ciento; lo que se realizó a través de la división de nuestros ingresos versus egresos y que dio como resultado una tasa del 8,43%; de tal manera se cumplió la regla de decisión en este método para que nuestro proyecto sea viable.

### *4to. Método período de tiempo de recuperación de la inversión*

Años	Flujo	Flujo acumulado
0	-45.314,00	
1	63.297,41	63.297,41
2	74.429,61	137.727,02
3	95.524,64	212.156,63
4	117.391,08	329.547,71
5	178.983,95	508.531,66

Fracción	-0,97
Tiempo de Recuperación	3,00
Tiempo de Recuperación	2,03

Para poner en marcha el proyecto se estableció que el tiempo de recuperación máximo de la inversión sea tres años. Los resultados en relación al flujo neto acumulado determinan que la recuperación de la inversión se dará en dos años con tres días. Por lo tanto, lo establecido por accionistas se cumple.

## **8 Conclusión de la aplicación de los métodos de evaluación y selección del proyecto**

Para la determinación de la viabilidad del proyecto se escogió cuatro métodos que no son otra cosa que los filtros de factibilidad que se debe seguir para conocer si el proyecto es viable, y el tiempo en que se recupera la inversión.

**Método uno VAN:** Con este método el proyecto resultó que los ingresos son mayores a los egresos y el capital inicial de los valores tomados del cuadro de flujo neto, por lo que se determinó que este proyecto es viable y sustentable a través de cinco años.

**Método dos TIR:** Con este método la empresa tiene que financiar parte de su inversión, debe tomar en cuenta los valores del cuadro de flujo neto para saber si su proyecto tiene al final una tasa de interés mayor a la que existe en el mercado en ese momento. En este proyecto es mayor al 10%, siendo el segundo filtro por el cual el proyecto pasaría a ser viable.

**Método tres IR:** Con este método tomamos en cuenta el total de los ingresos versus el total de los egresos, y nos arrojó un porcentaje mayor a uno, en este caso de 8,43%, indicándonos que el proyecto es confiable.

**Método cuatro Tiempo de recuperación:** El tiempo de recuperación es muy importante, por cuanto los accionistas desean saber en qué tiempo su dinero invertido será recuperado. Luego de elaborar el flujo acumulado durante los cinco años, y con las indicaciones de los accionistas, la inversión será recuperada en máximo tres años. En este proyecto esta se dará a los dos años y tres días, lo que satisface el pedido realizado por los accionistas.

### GLOSARIO

**Tela médica:** Nombre comercial del tipo de tela que se usa para la confección de los uniformes médicos.

**Calidad:** Es herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa, que permite que esta sea comparada con cualquier otra de su misma especie.

**Oligopolio:** Del griego *oligo* = pocos, *polio* = vendedor) es un mercado el cual es dominado por un pequeño número de vendedores o prestadores de servicio (oligopólicos-oligopolistas). Debido a que hay pocos participantes en este tipo de mercado, cada oligopólico está al tanto de las acciones de los otros. Las decisiones de una empresa afectan o causan influencias en las decisiones de las otras. Por medio de su posición ejercen un poder de mercado provocando que los precios sean más altos y la producción sea inferior. Estas empresas cuidan dicho poder colaborando entre ellas evitando así la competencia.

**Maquila:** Forma de producción en la que un individuo o grupo de individuos se comprometen a diseñar un artículo para un tercero, quien es el que comercializa el producto con su marca propia.

## BIBLIOGRAFÍA

Barton, R. J. *MBA Posicionamiento de marca*.

Breitner, L. K. *Curso MBA de contabilidad financiera*.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Calidad>. (s.f.). Obtenido de

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:5egx5chQZ80J:es.wikipedia.org/wiki/Calidad+que+es+calidad&cd=2&hl=es&ct=clnk&source=www.google.com>

<http://es.wikipedia.org/wiki/oligopolio>. (s.f.). Obtenido de

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:W88pLYTxqIsJ:es.wikipedia.org/wiki/Oligopolio+que+es+oligopolio&cd=2&hl=es&ct=clnk&source=www.google.com>

Monterey, T. d. (2010). *Diplomado Comercio al Detallista*. Mexico.

Noreen, R. H. (2010). *MBA Contabilidad de gestión* (Peter Navarro ed.). Barcelona, España: Profit.

Pineda, T. E. (2009). *Ingeniería Industrial aplicada al diseño y confección de blusas de mujer*. Medellin, Colombia.

Spulber, D. F. (2010). *MBA Estrategia de gestión*. (Bresca, Trad.) Barcelona, España: Profit.

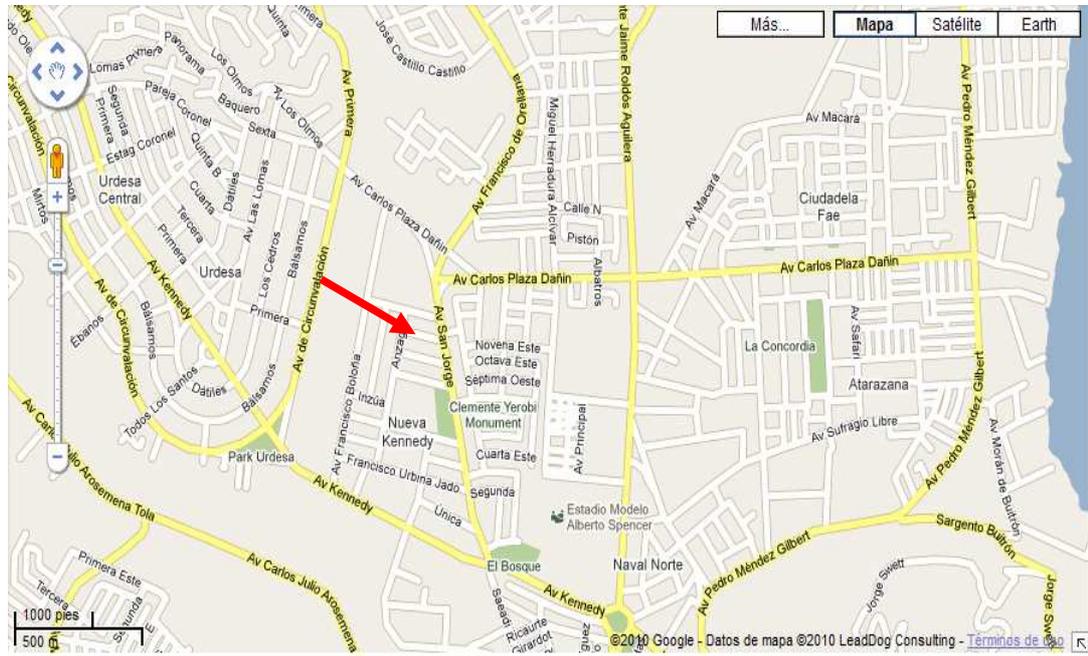
Weitz, R. J. (2010). *MBA. Posicionamiento de marca*. Barcelona, España: Bresca.

[www.slideshare.net/JFMayorgaJ/estudio-tnico](http://www.slideshare.net/JFMayorgaJ/estudio-tnico). (9 de 5 de 2011). Recuperado el 15 de 5 de 2011, de <http://webcache.googleusercontent.com>

# Anexo

# “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

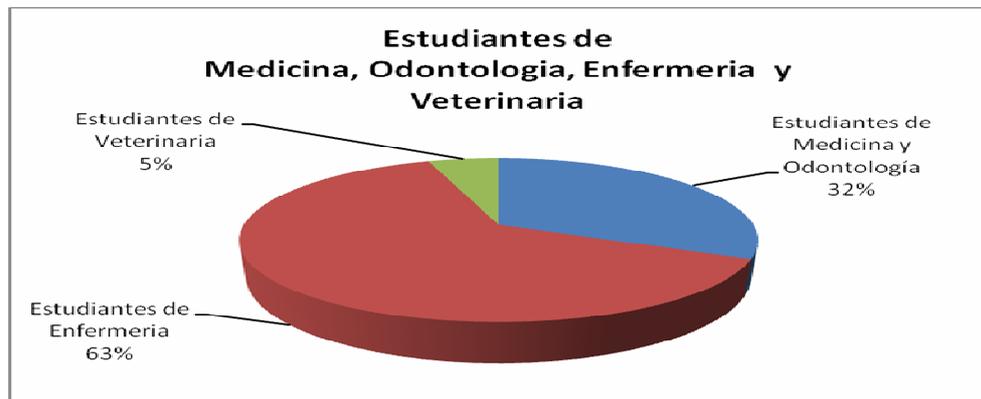
## Anexo 1. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DEL NEGOCIO



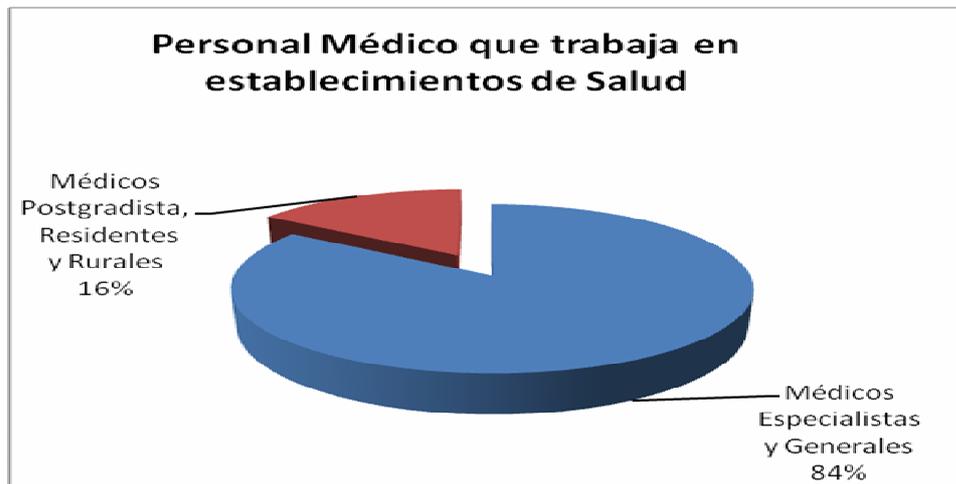
# “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

## Anexo # 2 PERSONAL MÉDICO Y ESTUDIANTES DE MEDICINA

Estratos	Muestra	Total de la población
Estudiantes de Medicina	25	1.500
Estudiantes de Odontología	25	1.500
Médicos	100	6.037
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>9.037</b>



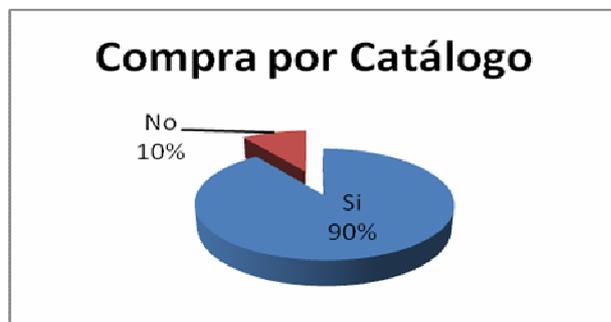
Médicos Especialistas y Generales	5084
Médicos Postgradistas, Residentes y Rurales	953



## Anexo 3. ENCUESTAS

### 1.- ¿Le gustaría comprar ropa médica por catálogo?

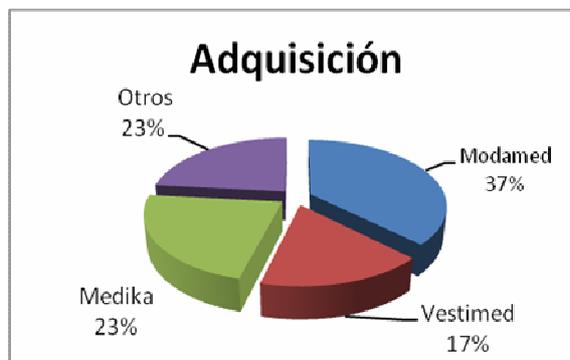
Compra por Catálogo	
Si	135
No	15
<b>Total</b>	<b>150</b>



El 90% de las personas encuestadas desea adquirir su vestimenta por medio de compras por catálogo ya que les ahorraría el tiempo en visitar algún local comercial. En cambio el 10% quieren hacerlo de forma personal.

### 2.- ¿Sus prendas las adquiere en?

Adquisición	
Modamed	56
Medika	34
Vestimed	25
Otros	35
<b>Total</b>	<b>150</b>



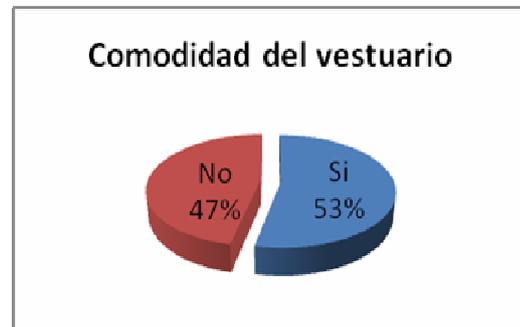
El 37% las adquiere en local Modamed y el 17% en el local Vestimed. El 23% las adquiere en Medika. El 23% adquiere su vestimenta médica en otros lugares. Decimos otros lugares, ya que en este grupo mandan a confeccionar sus vestimentas con personas especializadas.

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

### 3.- ¿Sus prendas le da la comodidad que usted necesita?

#### Comodidad del vestuario

Si	80
No	70
<b>Total</b>	<b>150</b>

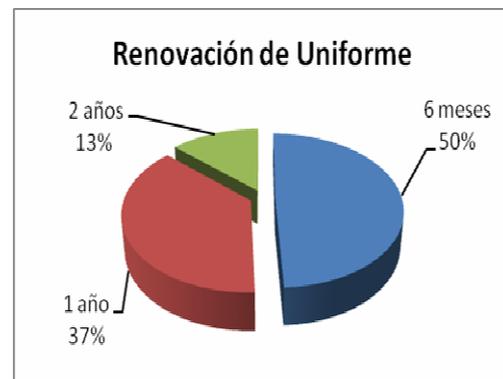


El 53% se sienten satisfechos de sus vestimentas. El 47% desean algo innovador en cuanto tiene que ver a los estilos y diseños.

### 4.- ¿Cada qué tiempo renueva su uniforme?

#### Renovación de Uniforme

6 meses	74
1 año	56
2 años	20
<b>Total</b>	<b>150</b>



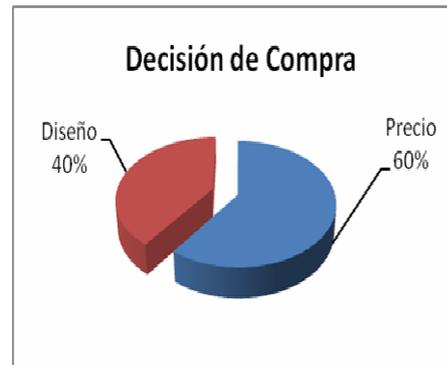
El 50% cambia o renueva su uniforme cada 6 meses, el 37% lo hace cada año; en este ubicamos a los estudiantes universitarios, ya que por cada año lectivo varía el color de uniforme según el nivel que está cursando. El 13% efectúa su cambio de vestimenta cada dos años, ya que son profesionales médicos y no tienen la necesidad de hacerlo muy seguido.

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

### 5.- ¿Su decisión de compra se da por?

#### Decisión de Compra

Precio	90
Diseño	60
<b>Total</b>	<b>150</b>

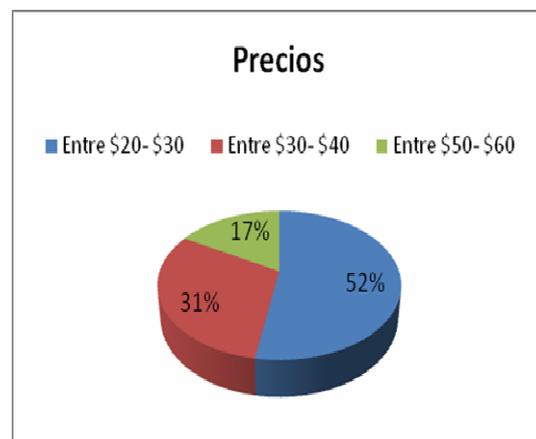


El 60% realiza su compra de acuerdo al precio de cada prenda. El 40% compran sus uniformes, debido al impulso que sienten al ver los diseños de los mismos.

### 6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un uniforme médico?

#### Precios

Entre \$20- \$30	79
Entre \$30- \$40	46
Entre \$50- \$60	25
<b>Total</b>	<b>150</b>



El 52% demuestra que estará dispuesto a pagar entre \$ 20 a \$ 30, ya que ellos adquieren sus uniformes mandándolos a confeccionar. El 31% indica que si está dispuestos a pagar entre \$30 a \$40, y el 17% entre \$ 50 a \$ 60, debido a su calidad y acabados de las prendas.

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

### 7.- ¿Le gustaría diseñar su propia ropa?

#### Diseñaría su propia ropa

Si	145
NO	5
<b>Total</b>	<b>150</b>

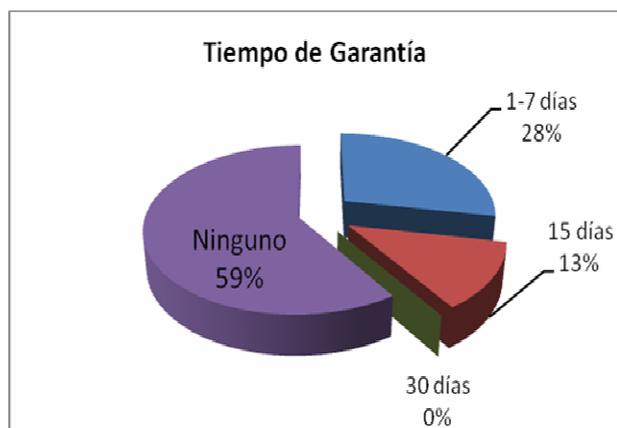


Al 97% si le gustaría diseñar su propia vestimenta. Esta es una buena oportunidad para que se sientan a gustos y cómodos con su uniforme en el momento de realizar su actividad.

### 8.- En el lugar donde adquiere su ropa, cuantos días le dan de garantía

#### Tiempo de garantía

1-7 días	42
15 días	19
30 días	0
Ninguno	89
<b>Total</b>	<b>150</b>

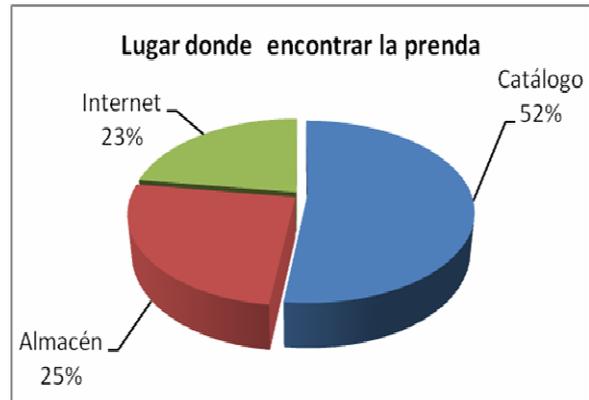


El 59% desconoce que le den alguna garantía, el 41% nos dijo que le dan un tiempo determinado para alguna devolución o cambios de sus prendas por algún problema en lo que se refiere a tallas.

## “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

### 9.- ¿En qué lugar le gustaría encontrar nuestras prendas?

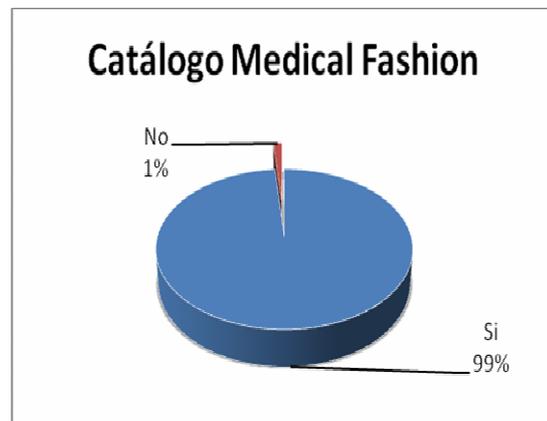
<b>Catálogo</b>	<b>78</b>
Almacén	38
Internet	34
<b>Total</b>	<b>150</b>



El 52% de clientes tiene su decisión de compra al momento de observar las prendas por el catálogo, el 25% dijeron que les gustaría que las vestimentas estén expuestas en el Almacén, y el 23% nos dijo que por Internet, por ahorro de tiempo.

### 10.- ¿El catálogo de Medical Fashion va acorde a sus necesidades?

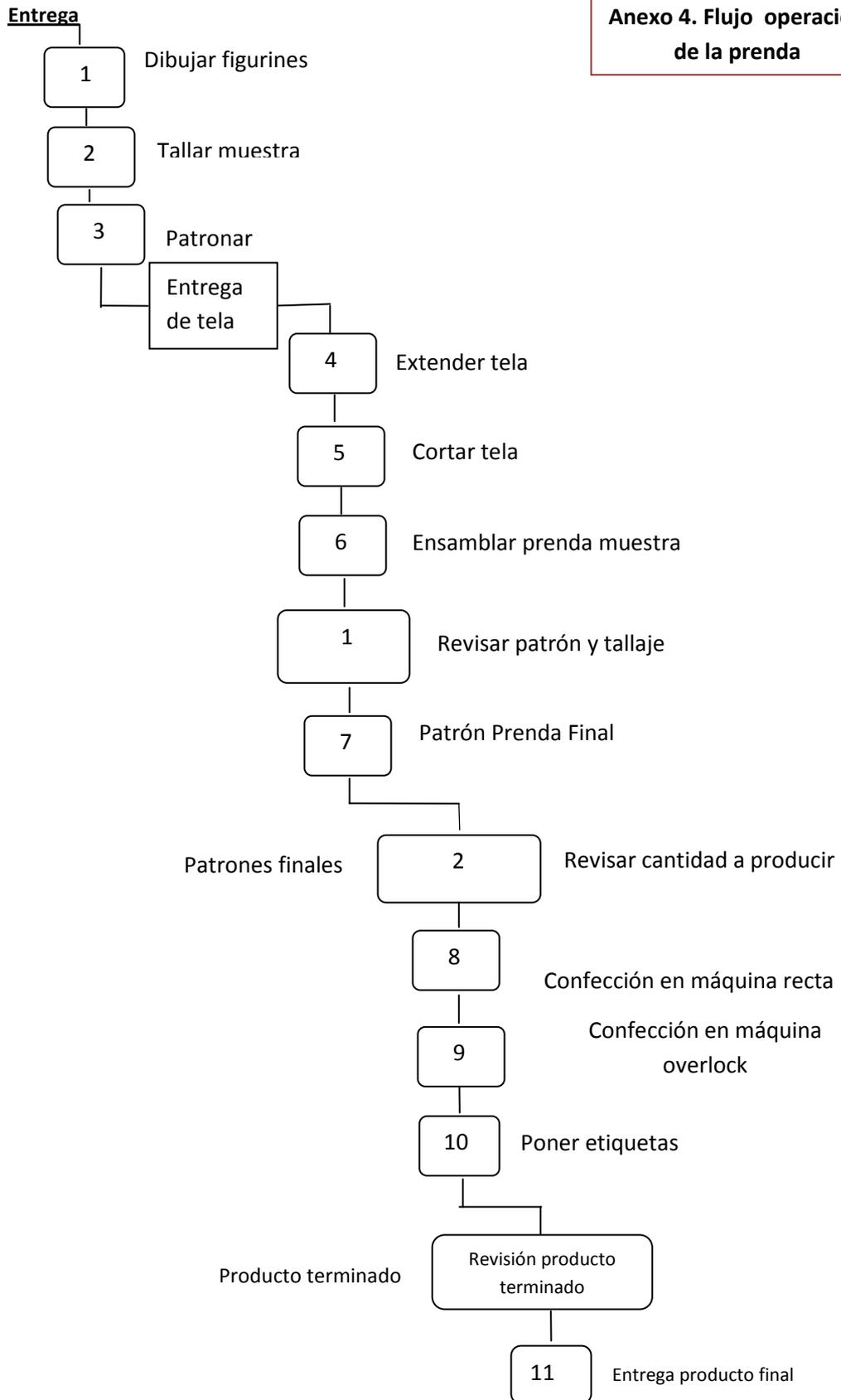
Catálogo Medical Fashion	
Si	148
No	2
<b>Total</b>	<b>150</b>



El catálogo ha tenido una buena aceptación de parte de los futuros clientes. Les llamó mucho la atención la diversidad y variedades de productos que se les está ofreciendo, esto refleja el 99% de aceptabilidad del catálogo.

# “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

## Anexo 4. Flujo operación de la prenda



Anexo 5.

**FICHA TÉCNICA PARA LOS TALLERES**



Tabla # 1

REF:1305E	CUADRO DE MEDIDAS TERMINADAS
DESCRIPCION:	BLUSA LLANA CIRUGIA TURQUESA

TALLAS		S	M	L	XL	TOTAL	INC
1/2 contorno de busto							
Ancho de espalda							
1/2 Contorno cintura							
1/2 Contorno de ruedo							
1/2 Contorno de sisa							
1/2 Contorno de cuello							
Ancho hilván manga							
Largo de manga							
1/2 Contorno de puño							
Largo de cartera							
Ancho de cartera							
Largo de cordón							
Largo de costado							
Ancho hilván dobladillo							

**Observaciones:**

Costura en overlock 5 hilos. Tejido plano  
 Separación entre cada ojal es de 4.5 cm  
 Tinturar el botón de acuerdo al color de la prenda



DESCRIPCION	TABLA DE INSUMOS	
	DESGLOCE	TOTAL
Etiqueta Instalada Lavado		
Marquilla bordada		
Etiqueta Tallas		
Botón 20		

Fuente propia



**Anexo 7. PORTAFOLIO DE PRODUCTOS**



**Anexo 8. EXHIBIDORES DE ROPA METÁLICOS**



**Anexo 9. INTERIOR DEL LOCAL**



**MANIQUÍES DE ESCAPARATE**



**Anexo # 10 FODA**

<p style="text-align: center;"><b>Fortaleza</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>✚ Primeros en ofrecer catálogo de ropa médica.</li><li>✚ Diseños innovadores, para profesionales de este tipo de prendas.</li><li>✚ Variedad de telas y colores.</li><li>✚ Atención personalizada.</li><li>✚ Calidad en la producción del producto.</li></ul>	<p style="text-align: center;"><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>✚ Tener un mercado amplio en Guayaquil.</li><li>✚ Ofrecer nuestro producto a clientes potenciales en forma directa.</li><li>✚ Conseguir que la empresa se dé a conocer en ferias y eventos de moda.</li><li>✚ Cubrir un segmento de mercado de los profesionales y servidores de la salud.</li></ul>
<p style="text-align: center;"><b>Amenaza</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>✚ Imitación del nuevo concepto de venta.</li><li>✚ Poca atención de los consumidores.</li></ul>	<p style="text-align: center;"><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>✚ Marca con poca trayectoria.</li><li>✚ No contar con recursos suficientes para abarcar mas mercados.</li></ul>

### Anexo 11. IMAGEN CORPORATIVA

Para que un logo y nombre de la tienda sean exitosos se debe tener en cuenta que debe ser simple, para poder replicarlo en la señalética dentro de la tienda y en toda la identidad de la compañía. También deberá ser legible, que el tipo de tipografía no sea muy rebuscado para que el consumidor lo pueda leer, sin embargo debe de ser emocionante para que jale la atención del consumidor y quede grabado en su memoria como el símbolo que representa la tienda.

Este mismo símbolo debe de encontrarse en todo mensaje que enviemos al consumidor dentro de la tienda, para reforzar nuestra imagen y posicionamiento.

**Medical**  
**Fashi**  **n**

### ESLOGAN

El cambio que impresiona!!!

# “Medical Fashion, venta de ropa médica por catálogo”

Tasas de interés activas Periodo Noviembre del 2010

Página 1 de 4

Martes, 23 Noviembre 2010

Buscar



Inicio Su Banco Banca Electrónica Créditos BNF Servicios Estadísticas Contacto Denuncias

Mapa Interactivo

**Boletines de Prensa**  
Información de los diferentes medios impresos! Leer más...

**Ley Orgánica Del Banco**  
Información y una breve introducción del BNF. Leer más...

**Revista Sembrando**  
Disfruta un ejemplar de nuestra nueva Revista. Leer más...

Menu

- Transparencia Información
- Ley de Transparencia
  - a) Estr. Org. Funcional
  - b) Directorio
  - c) Remuneración Mensual
  - d) Servicios
  - e) Contrato Colectivo
  - f) Formularios
  - g) Presupuesto
  - h) Resultado de Auditorías
  - i) Adquisiciones y Contratos
  - j) Incumplimiento Contratos
  - k) Planes en ejecución
  - l) Contratos de Crédito
  - m) Informes de gestión
  - n) Viaticos
  - o) Responsable Información
  - Declaración Juramentada
  - Bienes inmuebles

Información  
Mapa del Sitio

Archivos

- 1 MAPAS DE UBICACIÓN  
Leer más...
- 2 GALERÍA DE FOTOS  
Leer más...
- 3 CAMPAÑAS PUBLICITARIAS  
Leer más...

Inicio » Ley de Transparencia » a) Estr. Org. Funcional

## Tasas de interés activas Periodo Noviembre del 2010

CIRCULAR	GF. 145-2010	QUITO,
SEÑOR GERENTE SUCURSAL BANFOMENTO		
CIRCULAR TASAS DE INTERES PARA EL BANCO NACIONAL DE FOMENTO		
PARA EL PERIODO DE NOVIEMBRE DEL 2010		
TASAS ACTIVAS EFECTIVAS		APLICACIÓN DE REAJUSTES:
CREDITO COMERCIAL		COMERCIALIZACIÓN
COMERCIALIZACION	TASA INTERES 11.2%	El margen de reajuste durante el periodo de crédito, será 1,33 puntos sobre la tasa activa efectiva referencial productivo pymes del Banco Central del Ecuador vigente en la semana de reajuste, la tasa resultante no será mayor a la tasa efectiva máxima productivo pymes
PRODUCCION CICLO CORTO (2 AÑOS)	TASA INTERES 11.2%	El margen de reajuste durante el periodo de crédito, será 1,33 punto sobre la tasa activa efectiva referencial productivo del Banco Central del Ecuador vigente en la semana de reajuste, la tasa resultante no será mayor a la tasa efectiva máxima productivo pymes.
FONDOS DE DESARROLLO	TASA INTERES 10%	El margen de reajuste durante el periodo de crédito, será 1,0 puntos sobre la tasa activa efectiva referencial productivo pymes del Banco Central del Ecuador vigente en la semana de reajuste, la tasa resultante no será mayor a la tasa efectiva

http://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com\_content&view=article&id=156&Itemid=101 2010/11/23