



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

“PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA DE IMPORTACION Y COMERCIALIZACIÓN DE EQUIPO E INSUMOS MEDICOS Y ODONTOLÓGICOS”

**Tesis previa a la obtención
del Título de Ingeniero Comercial**

AUTORES:

Jorge Fabián Méndez Méndez

Sonia Elizabeth Cubero Abril

DIRECTOR:

Eco. Pedro Fabián Mora Pacheco

Cuenca - Ecuador

2014



RESUMEN

El proyecto que se presenta a continuación es un estudio en el cual se analizan todos los elementos que se deben considerar para la creación y operación de una empresa dedicada a la importación y comercialización de equipos e insumos odontológicos.

Identificaremos a través de un estudio de mercado los principales equipos e insumos que se requieren para atender el área odontológica, cómo se encuentra atendido en la actualidad este mercado y si están satisfechas adecuadamente las demandas del mismo.

Se realizarán todos los estudios y análisis financieros, para determinar la factibilidad del proyecto, establecer la inversión requerida para su correcto funcionamiento, determinar el número adecuado de personal para satisfacer los requerimiento de la empresa y finalmente analizar su viabilidad mediante la determinación del Van, Tir, Costo Beneficio y puntos de equilibrio.

PALABRAS CLAVES

Proyecto, Estudio, Equipos, Insumos, Odontológicos, factibilidad.



ABSTRACT

The project presented below is a study in which all the elements to be considered for the creation and operation of a company dedicated to the import and marketing of dental equipment and supplies are discussed.

Identify through a major market research equipment and supplies required to meet the dental area, how is treated in this market today and if they are adequately met the demands of it.

All studies and financial analyzes will be conducted to determine the feasibility of the project, establishing the investment required for proper operation, determine the appropriate number of staff to meet the requirement of the company and finally analyze its feasibility by determining the Van, Tir , Cost Benefit and equilibrium points.

KEYWORDS

Project Study, Equipment, Supplies, Dental, feasibility.



INDICE

CAPITULO 1	17
OBJETO DE ESTUDIO Y MARCO TEÓRICO	17
1.1. INTRODUCCIÓN	17
1.2. MARCO TEÓRICO:	19
1.2.1. Plan de negocios:	19
1.2.2. Análisis de factibilidad:.....	20
1.2.3. Análisis de Mercado.....	21
1.2.4. Comercio Exterior	22
1.2.5. Mercado:	23
1.2.6. VAN:	24
1.2.7. TIR:.....	25
1.2.8. Proyecto:.....	26
1.2.9. Comercialización:.....	27
1.3. MERCADO DE INSUMOS MÉDICOS Y ODONTOLÓGICOS	28
CAPITULO 2	33
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	33
2.1. OFERTA	33
2.1.2. Análisis de la Competencia.....	33
2.1.2.1. Recor Dental y Quimedica Cía. Ltda.	33
2.1.2.2. Dental Pérez Avilés Cia. Ltda.	34
2.1.2.3. Dental Ayala Cía. Ltda.....	35
2.1.2.4. Prodontomed S.A.	36
2.1.2.5. Prodentec	36
2.1.2.6. Aldental.....	37
2.2. DEMANDA	37



2.2.1. Demanda en Clínicas Privadas.....	38
2.2.2. Demanda en Hospitales Públicos	40
2.3. MERCADO.....	41
2.3.1. Descripción del mercado	41
2.3.2. Segmentación de Mercado	42
2.3.3. Tamaño de la muestra	42
2.3.4. Encuesta.....	44
2.3.5. Procesamiento de información	47
2.3.6. Análisis general de la encuesta.	59
2.4. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	60
CAPITULO No 3.....	62
ESTUDIO TÉCNICO	62
3.1. MACRO LOCALIZACIÓN	62
3.2. MICRO LOCALIZACIÓN	63
3.2.1. Layout.....	65
3.3. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.....	67
3.3.1. Explicación Organigrama.....	68
3.4. PERSONAL REQUERIDO.....	68
3.5. DIAGRAMAS DE PROCESOS	69
3.5.1. Diagrama de ventas.....	70
3.5.1.1. Explicación Diagrama de ventas	71
3.5.2. Diagrama de importaciones.....	74
3.5.2.1. Explicación Diagrama de Importaciones.....	75
3.6. REQUISITOS LEGALES Y PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO.....	76
3.7. PROVEEDORES	76
3.8. PRODUCTOS.....	77



3.8.1. Sillones:	77
3.8.2. Micro motores:	77
3.8.3. Rayos X:	78
3.8.4. Turbinas:.....	78
3.8.5. Autoclaves:	79
3.8.6. Lámparas de Fotocurado:.....	79
3.8.7. Esterilizadores:	80
3.8.8. Fresa:.....	80
3.8.9. Material de Impresión:	81
3.8.10. Anestésicos:	81
CAPITULO 4	83
ANÁLISIS DE INVERSIÓN.....	83
4.1. COSTOS DE CONSTITUCIÓN.....	83
4.2. ACTIVOS FIJOS	83
4.2.1. Equipos de Oficina.....	84
4.2.2. Muebles y Enseres	84
4.2.3. Equipo de Computación.....	84
4.2.4. Consolidado activos fijos.	85
4.2.5. Depreciación activos.....	85
4.3. PRESUPUESTO DE EMPLEADOS.....	86
4.4. PRESUPUESTO DE VENTAS.....	87
4.5. PRESUPUESTO DE GASTOS EN VENTAS	88
4.5.1. Gastos en Publicidad	88
4.5.2. Gastos en Sueldos de Vendedores	88
4.5.3 Gastos en Comisiones de Vendedores.....	88
4.6. PRESUPUESTO DE COMPRAS	89



4.7. PRESUPUESTO DE PAGOS DE COMPRAS	91
4.8. PRESUPUESTO DE GASTOS EN SERVICIOS BÁSICOS	92
4.9. PRESUPUESTOS DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	92
4.10. PRESUPUESTO DE GASTOS EN SOFTWARE	93
4.11. CAPITAL DEL TRABAJO.....	93
4.12. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	94
4.12.1. Inversión del Proyecto	94
4.12.2. Conformación de la Inversión	94
4.12.3. Tabla de amortización.....	95
4.14. FUENTES Y USOS.....	97
CAPITULO 5	99
ESTUDIO FINANCIERO	99
5.1. BALANCE GENERAL (1ER AÑO)	99
5.2. ESTADOS DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO (5 AÑOS)	101
5.3. FLUJO DE CAJA.....	106
5.4. VAN.....	107
5.5. TIR	108
5.6. PUNTO DE EQUILIBRIO	109
5.7. RELACIÓN COSTO BENEFICIO.....	110
CAPITULO 6	112
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	112
6.1. CONCLUSIONES.	112
6.2. RECOMENDACIONES	114
BIBLIOGRAFÍAS	117
ANEXOS	119



Universidad de Cuenca
Clausula de derechos de autor

Yo, JORGE FABIAN MENDEZ MENDEZ, autor/a de la tesis "PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA DE IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE EQUIPO E INSUMOS MÉDICOS Y ODONTOLÓGICOS", reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de (título que obtiene). El uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor/a

Cuenca, 15 de abril del 2014



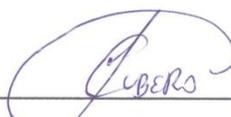
JORGE FABIAN MENDEZ MENDEZ
C.I. 0103534202



Universidad de Cuenca
Clausula de derechos de autor

Yo, SONIA ELIZABETH CUBERO ABRIL, autor/a de la tesis "PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA DE IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE EQUIPO E INSUMOS MÉDICOS Y ODONTOLÓGICOS", reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de (título que obtiene). El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor/a

Cuenca, 15 de abril del 2014



SONIA ELIZABETH CUBERO ABRIL
C.I: 0103440558



Universidad de Cuenca
Clausula de propiedad intelectual

Yo, Jorge Fabián Méndez Méndez, autor de la tesina "PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA DE IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE EQUIPO E INSUMOS MÉDICOS Y ODONTOLÓGICOS", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, 15 de abril de 2014



Jorge Fabián Méndez Méndez
0103534202



Universidad de Cuenca
Clausula de propiedad intelectual

Yo, Sonia Elizabeth Cubero Abril, autora de la tesina "PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA DE IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE EQUIPO E INSUMOS MÉDICOS Y ODONTOLÓGICOS", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 15 de abril de 2014



Sonia Elizabeth Cubero Abril
0103440558



AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a Dios por haber guiado mis pasos a lo largo de mi vida y ponerme en los lugares adecuados y en los momentos oportunos. A mis familiares y amigos que siempre estuvieron presentes en cada momento de mi vida y cuando mas necesite de ellos, a mis compañeros de la facultad con quienes durante algunos años compartimos los salones de clases, a mis compañeros de seminario de graduación, a todas y cada una de las personas que han sido parte de mi proceso de formación, tanto a nivel personal como profesional, a mis profesores quienes supieron impartir adecuadamente sus clases para enriquecer nuestros conocimientos y mejorar nuestras capacidades.

Finalmente un agradecimiento especial al Economista Pedro Mora por el apoyo brindado en la elaboración de este proyecto, ya que con su paciencia, comprensión, aportes y dedicación fue posible la exitosa culminación de esta tesina.

Jorge Fabián Méndez Méndez



AGRADECIMIENTO

Yoyita, no me equivoco cuando digo que eres la mejor mama del mundo, gracias por tu gran amor y perseverancia, para enseñarme las virtudes que necesita una mujer para vivir con anhelo y felicidad. Te quiero mucho

A mi Papi, siempre me motivaste a seguir adelante, a pesar de nuestra distancia física, estás conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, desde el cielo sé que me acompañas. Promesa Cumplida.

A mis hermano Toyo, que crees? Eres el mejor hermano grande que una hermana pequeña puede tener.

Mi agradecimiento al Economista Pedro Mora, por la forma correcta de guiarme en el desarrollo de este proyecto.

Sonia Elizabeth Cubero Abril



DEDICATORIA

Este trabajo esta dedicado a mis padres ya que sin su apoyo y su confianza para mi no hubiera sido posible alcanzar esta meta.

A mi querida esposa que ha sido un pilar fundamental en la consecución de este objetivo, por su respaldo a todo cuanto he emprendido a lo largo de mi vida y por ser esa compañera incondicional en mi vida.

Jorge Fabián Méndez Méndez



DEDICATORIA

Al más especial, mi Dios, porque hiciste realidad este sueño, me diste fe, fortaleza, salud y esperanza, para el logro de mi formación profesional. Esta tesis es para ti.

A mi precioso hijo Mateo, mi inspiración, mi pequeño jugosito, con tu sonrisa iluminas mi vida, ningún sacrificio es suficiente, tú eres el motor que me da las fuerzas para seguir adelante y conseguir mis metas

A mi esposo Pablo, mi amigo, mi amor eterno, gracias por tu comprensión

Sonia Elizabeth Cubero Abril



CAPITULO 1

OBJETO DE ESTUDIO Y MARCO TEÓRICO



CAPITULO 1

OBJETO DE ESTUDIO Y MARCO TEÓRICO

1.1. INTRODUCCIÓN

El objeto de estudio de este proyecto es analizar la factibilidad de crear una empresa que se dedique a la importación y comercialización de equipos e insumos médicos y odontológicos, para lo que a continuación definiremos la idea de la empresa que queremos crear.

La empresa estará radicada en la ciudad de Cuenca y desde esta ciudad se cubrirá el mercado de la provincia del Azuay y el sur del país a través de la visita directa de un equipo de vendedores a hospitales, clínicas, facultades de medicina, centros de salud, consultorios particulares y demás entidades encargadas de brindar servicios de salud pública o privada, los que contarán con la capacitación necesaria para informar a nuestros potenciales clientes sobre los productos que la empresa comercializa.

En este estudio también se identificarán cuáles son los productos, equipos e insumos de mayor demanda en el mercado, para que de esta forma tengamos una buena rotación del inventario y no mantener un stock con mercadería de baja rotación.

Las iniciativas generadas por el gobierno en el área de la salud nos brindan un interesante mercado, por citar un ejemplo al momento se están reemplazando las esterilizadoras a calor seco por autoclaves, que son esterilizadoras a calor húmedo a base de agua. En lo referente a instrumental médico conocemos que existe una gran demanda de todo lo que se requiere en el área de quirófano como son: tijeras, pinzas, bisturí entre otros.

Una línea que no podremos dejar de considerar para nuestra empresa es la de diagnóstico médico, estos insumos son requeridos por todos los profesionales



que están iniciando su actividad, por los médicos que al momento a través de las iniciativas del estado se encuentran retornando al país y en general todo profesional que brinde sus servicios a diferentes centros o unidades médicas. En esta línea se destacan productos como tensiómetros, estetoscopios, linternas, oftalmoscopios entre otros más.

En relación a la línea odontológica nuestros vendedores realizarán visitas a los consultorios odontológicos, facultades de odontología de las universidades, áreas odontológicas de los hospitales públicos y privados, y así todos los lugares donde se lleven a cabo actividades relacionadas con la odontología. En esta línea tenemos como principales productos a los sillones dentales, piezas de mano, lámparas de foto curado, pinzas, separadores, entre otros; luego podríamos hablar de los materiales de endodoncia tales como: fresas, limas, pre limas, etc.; finalmente estarían materiales como las resinas, material de impresión y cerámicas las mismas que son utilizadas en tratamientos de recuperaciones dentales.

Dentro de nuestro estudio también se establecerán cuales serán los procesos de importación, procesos administrativos y del área comercial. Se buscará estructurar las diferentes áreas de la empresa para de esta manera poder establecer cuantas personas necesitaremos para el correcto funcionamiento de la misma.

Se realizarán los estudios económicos para determinar cuales son los montos de inversión requeridos; analizaremos también los presupuestos de gastos, compras, ventas, cobros y demás, para finalmente realizar el análisis de los estados financieros y de esta manera determinar la viabilidad o no del proyecto.

Para empezar nuestro estudio, lo haremos revisando algunos conceptos básicos para el mejor entendimiento del mismo, a través del marco teórico.



1.2. MARCO TEÓRICO:

1.2.1. Plan de negocios:¹

Es un documento en el que se enuncian todas las ideas para un negocio exitoso, mediante el plan de negocios se avalúa la calidad del negocio en si, y combina dos partes fundamentales:

La forma: que se refiere a la estructura, su redacción e ilustración

El contenido: que se refiere al plan como propuesta de inversión, la información financiera, el análisis y oportunidades de mercado.

Un buen plan de negocios debe tener las siguientes características esenciales:

- Debe ser efectivo, esto significa que debe priorizar los factores claves de éxito del negocio, debe responder las posibles preguntas de los inversionistas.
- Debe ser claro, no dejar las ideas en el aire y utilizar términos precisos
- Debe ser breve, no sobrepasar las 30 páginas, o sea que se debe aplicar en él, gran síntesis.
- Debe ser muy organizado para permitir una lectura sencilla.
- Debe tener presentación impecable, buen tamaño de letra, márgenes amplios, todas las cifras deben estar organizadas en cuadros, etc.

Las partes de un buen plan de negocios serían:

- Resumen Ejecutivo
- Descripción del producto o servicio
- Equipo directivo
- Análisis del mercado
- Plan de marketing
- Análisis FODA

¹ <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/ger/No9/Plan%20de%20negocios.htm> 26de septiembre de 2013 a las 16:31 pm



- Cronograma
- Financiación.

El plan de negocios es el primer paso en el análisis de un proyecto, no se debe descuidar ningún elemento para que el mismo sea efectivo y de esta forma nos brinde información certera sobre lo que queremos hacer.

Las personas que elaboran un plan de negocios deben tener los conocimientos necesarios para poder elaborar un documento que recoja todas las características que tiene el mismo, de la misma manera no se deben excluir ninguna de las partes que debe contener un plan de negocios.

1.2.2. Análisis de factibilidad:

Todo proyecto propone un análisis de factibilidad, considerada como una herramienta, de las partes principales del proceso de evaluación de un nuevo proyecto de inversión, basado en un estudio de mercado, técnico, medio ambiente, económico financiero donde cada unos de estos componentes tienen igual importancia para tomar decisiones definitivas por parte de los inversionistas.

Es parte de la etapa de pre inversión dentro de la evaluación del posible proyecto, muchas veces califica la valoración de este desde una óptica económica financiera únicamente restándole importancia a los demás estudios que también forman parte de un correcto análisis de factibilidad.

Un proyecto realizable, que se puede ejecutar, es el que ha aprobado 4 estudios:

1. Estudio de factibilidad de mercado
2. Estudio de factibilidad técnica
3. Estudio de factibilidad medio ambiental.
4. Estudio de factibilidad económica-financiera



El visto bueno de cada uno de estos estudios se los llamara viabilidades, ya que todas tendrán igual importancia al momento de llevarlo a cabo. El objetivo central de este estudio, está basado en la necesidad de que cada inversión esta respaldada con soluciones técnicas, la recopilación de datos importantes del desarrollo del proyecto ayudara para la toma de decisiones más acertadas.²

Si bien es cierto en el análisis de factibilidad un elemento fundamental es el análisis económico- financiero, no se veden descuidar los otros estudios ya que estos se podrá realizar un análisis cualitativo y cuantitativo del proyecto en el que se pretende invertir. De este análisis dependerá la correcta ejecución de proyectos, mismos que van a contribuir al crecimiento de la empresa.

1.2.3. Análisis de Mercado

En este análisis será necesario estudiar las condiciones de las empresas más importantes con respecto a la situación actual y futura.

Es importante identificar las estrategias, los objetivos y los puntos débiles y fuertes así como el comportamiento e información sobre la competencia, la misma que será de gran ayuda al momento de prepararnos para enfrentarla.

Dentro de este análisis hay que tomar en cuenta algunos elementos tales como:

La fijación de los precios del producto y los mecanismos de formación de estos en el mercado.

La Identificación de los proveedores de insumos los cuales garanticen calidad cantidad y tiempos de entrega requeridos para cumplir con los procesos productivos o prestación de servicios.

².<http://www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/aspectos-a-considerar-en-una-analisis-de-factibilidad-financiera.htm/26> de septiembre de 2013/ 18:10



El estudio de mercado sirve para tener una idea clara de la cantidad de consumidores que adquirirán el bien o servicio que se quiere vender, así como que clientes serán los interesados, lo cual orientará las estrategias del negocio hacia la satisfacción de sus necesidades y deseos.³

En un análisis de mercado también tenemos que identificar los segmentos de mercado mas atractivos para nuestra empresa, al hacer una buena segmentación de mercados podremos tener beneficios tales como: un adecuado plan de marketing, se puede también general una estrategia para crecer de manera acelerada, optimizando recursos y penetrando mercados donde no exista mayor competencia o que la misma no los tenga cubiertos adecuadamente.

1.2.4. Comercio Exterior⁴

Se lo define como el intercambio de bienes, productos y servicios entre dos o más países o regiones económicas. Las economías que participan en el comercio exterior se denominan economías abiertas. La comercialización entre los países se logra promoviendo acuerdos entre las partes.

A través del comercio exterior, se puede lograr el mejoramiento de la competitividad, promover las cadenas productivas, fortalecer la pequeña y mediana industria, desarrollar actividades relacionadas con la conservación, defensa y protección ambiental.

Cuando se realizar comercio exterior entre uno o más países se puede obtener los siguientes beneficios:

³ . <http://www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/aspectos-a-considerar-en-una-analisis-de-factibilidad-financiera.htm> 26 de septiembre de 2013 18:10

⁴ . <http://comercioexterior001.blogspot.com/2012/12/comercio-exterior.html> 26 de septiembre de 2013 a las 19:45



- Mejoramiento de la competitividad
- Impulso del bienestar socio económico
- Estabilidad de precios
- Disminución de la tasa de desempleo
- Aumento de la productividad y competitividad
- Modelos de comercio internacional.

Una de las bases del comercio exterior es el hecho de que entre diferentes países pueden complementarse, y de esta manera satisfacer sus necesidades insatisfechas, ya que por diversos motivos, sean estos económicos, tecnológicos o climáticos en determinados países no podrán producirse bienes o servicios que otros países si lo puede hacer.

Tiempos atrás el comercio exterior era regulado mediante acuerdos bilaterales entre dos países, pero actualmente se ha intentado crear una estructura global de regulación comercial, y así los países logran satisfacer de la mejor manera sus necesidades.

La tecnología ha sido otra herramienta fundamental en el desarrollo del comercio exterior a través de la que se han facilitado las operaciones, también ha sido clave en la identificación de clientes en el exterior, ya que permite analizar diferentes mercados en el mundo sin necesidad de estar físicamente en ellos.

1.2.5. Mercado: ⁵

En sus inicios un mercado era considerado como un lugar físico donde se reunían compradores y vendedores, en la actualidad se lo describe como un grupo de compradores y vendedores que realizan transacciones de un producto, por lo que se habla de mercados financieros, bursátiles, mercados de vivienda, etc.

⁵ <http://rsa.utpl.edu.ec/material/208/G15704.1.pdf/28> de septiembre de 2013/20h05pm



Un mercado está conformado por:

- Uno o varios individuos con deseos por satisfacer sus necesidades
- Un producto que satisfaga esas necesidades
- Presencia de personas que ofrecen sus servicios a los individuos con necesidades a cambio de una remuneración

Los tipos de mercado pueden ser:

- Desde el punto de vista geográfico: internacional, nacional y regional
- Desde el punto de vista del cliente: mercado del consumidor, mercado del productor, mercado del gobierno, etc.

Los mercados han tenido una gran evolución, los primeros mercados funcionaban en base al trueque y las personas que ofrecían sus bienes o servicios se encontraban físicamente en el lugar, no es sino hasta la aparición del dinero que los mismos cambiaron y en la actualidad se realizan transacciones mercantilistas a través de diferentes herramientas tecnológicas, como pagos por internet, transferencias bancarias, etc; con lo que se ha permitido la ampliación de los mercados tanto a nivel Nacional como internacional, al momento no es necesario estar presente físicamente en un lugar para realizar la adquisición de bienes o servicios.

1.2.6. VAN:

“El Valor Actual Neto de una inversión o proyecto de inversión es una medida de la rentabilidad absoluta neta que proporciona el proyecto, esto es, mide en el momento inicial del mismo, el incremento de valor que proporciona a los propietarios en términos absolutos, una vez descontada la inversión inicial que se ha debido efectuar para llevarlo a cabo”.⁶

⁶<http://todoproductosfinancieros.com/tir-calculo-y-concepto/> 28 de septiembre de 2013 19:16



La fórmula para el cálculo del Van es la siguiente:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Flujo\ Neto_t}{(1+To)_t} - Inversión\ Inicial$$

Los resultados pueden ser:

VAN menor a 0: El proyecto no es rentable. El retorno del proyecto no alcanza a cubrir la tasa de costo de oportunidad.

VAN mayor a 0: El proyecto es rentable. El proyecto da un retorno mayor a la tasa de costo de oportunidad.

VAN igual a 0: Indiferente. Significa que el proyecto me está rindiendo lo mismo que la tasa de costo de oportunidad.

1.2.7. TIR:

“La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. Estos Valores VAN o VPN son calculados a partir del flujo de caja anual, trayendo todas las cantidades futuras -flujos negativos y positivos- al presente”.⁷

La TIR representa la tasa de retorno del proyecto. Para calcularla se parte de la fórmula del VAN, se hace el VAN=0 y se despeja "tir".

$$Inversión\ Inicial = \sum_{t=1}^n \frac{Flujo\ Neto_t}{(1+tir)_t}$$

Los resultados pueden ser:

TIR mayor que To: realizar el proyecto. El proyecto da un retorno mayor a la tasa de costo de oportunidad.

⁷. <http://todoproductosfinancieros.com/tir-calculo-y-concepto/28> de septiembre de 2013/ 20:45pm



TIR menor que T_o : no realizar el proyecto. El proyecto da un retorno menor a la tasa de costo de oportunidad.

TIR igual que T_o : el inversionista es indiferente entre realizar el proyecto o no. Significa que el proyecto me está rindiendo lo mismo que la tasa de costo de oportunidad.

A la TIR se la considera como el indicador de rentabilidad que puede tener un proyecto, por lo que en conclusión podríamos decir que si a la TIR la comparamos con una tasa mínima de rendimiento que puede tener la inversión y si la TIR resulta mayor que ésta, se considere a la inversión como aceptable, por el contrario si la TIR es menor, la inversión es rechazada.

1.2.8. Proyecto:

Un proyecto es simplemente un plan o una idea. También podría definirse a este como un conjunto de actividades que desarrolla una persona o entidad para alcanzar un objetivo planteado, todas estas actividades se encuentran ligadas y se desarrollaran de forma coordinada, debe ser cumplido en un tiempo establecido y respetando un presupuesto que se hubiere planteado con anterioridad.⁸

Un proyecto de inversión es el análisis financiero previo a realizar una inversión, en el que se analiza cual será el beneficio de esa inversión considerando un flujo de fondos entre el gasto que generará la misma y los ingresos futuros.

Se podrían señalar dos categorías de proyectos:

- Proyectos productivos: asociados con las empresas, que buscan generar beneficios económicos

⁸Definición de proyecto - Qué es, Significado y concepto <http://definicion.de/proyecto/#ixzz2g2wjWH1j> /26 de septiembre de 2013/18:54



- Proyectos sociales o públicos: buscan mejorar la calidad de vida de la gente.

Cuando hablamos de proyectos debemos tener en cuenta que estos se llevan a cabo en diferentes etapas, partiendo del hecho de que se concibe una idea, la cual es considerada como punto de partida del mismo, a partir de este momento se empieza el proyecto como tal, analizando las diferentes variables, opciones y estrategias que se podrían aplicar para llevar a cabo el proyecto, el siguiente paso es la ejecución del plan para que finalmente se analicen los resultados y ver si el proyecto cumplió o no con los objetivos que se plantearon al inicio del mismo.

1.2.9. Comercialización:

“Se describe como un conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía; se ocupa de todo aquello que los clientes buscan para satisfacer sus necesidades, es una guía de todo lo que se produce y se ofrece.”⁹

El proceso de comercializar un producto, es parte determinante dentro de cualquier sistema comercial, el estudio de las necesidades de las personas consumidoras del producto a ser comercializado y si el mismo cumplirá con todas las expectativas de los posibles compradores a corto y largo plazo.

Se define de dos formas fundamentales:

Micro comercialización: observa a los clientes y las actividades de las organizaciones individuales que los sirven.

Macro comercialización: observa ampliamente el sistema de producción y distribución.

⁹ http://www.definicionabc.com/economia/comercializacion.php#ixzz2gleKZdLG/28/09/2013_21h00



Al hablar de comercialización podríamos decir también que esta tiene en cuenta todos los procesos que se deben cumplir para que los productos o servicios entren de manera eficiente y eficaz a los sistemas de distribución por lo tanto la comercialización debe planear y organizar todas las actividades que sean necesarias para que los bienes o servicios lleguen a los consumidores finales en el lugar y momento que estos lo necesitan y así satisfacer de la mejor manera sus necesidades.

1.3. MERCADO DE INSUMOS MÉDICOS Y ODONTOLÓGICOS

En los últimos años el mercado comercial de la ciudad de Cuenca ha experimentado un crecimiento muy interesante en diferentes áreas tales como; la construcción, Educación y salud, por lo que se vuelve interesante generar ideas de negocios para cubrir la creciente demanda que existe en estos mercados.

El crear una empresa que pueda importar y comercializar equipos e insumos médicos y odontológicos en la Ciudad de Cuenca y el Austro del Ecuador se ve prometedora ya que desde el año 2007 al 2011 en el Ecuador se realizaron inversiones por un monto de 5.000 millones de dólares en el área de salud y según información del Ministerio de Salud Pública para finales del 2012 esta inversión alcanzó los 7.000 millones de dólares.

Al momento el Gobierno Nacional se encuentra promoviendo diferentes planes y proyectos en los cuales se podrá tener una intervención directa con nuestra empresa, ya que se están generando nuevas y grandes oportunidades de negocios. Entre los planes más destacados se puede citar:

“Plan Ecuador Saludable para profesionales de la salud”

“Es un plan que promueve el retorno de los profesionales de la Salud que se encuentran en el exterior con el objetivo fundamental de cubrir los requerimientos de las áreas críticas y regiones desabastecidas del Ecuador,



brindando un servicio de salud con calidad y calidez a todos los ciudadanos ecuatorianos”.¹⁰

Al observar planes Gubernamentales como este nos da una claro mensaje de que se esta incrementando la demanda de equipamiento e insumos médicos en los diferentes centros de salud, hospitales, clínicas particulares, consultorios médicos y demás entidades u organismos que brindan servicios de salud ya que la llegada de nuevos profesionales trae consigo una mayor demanda de insumos para que puedan realizar su trabajo de una manera adecuada.

Un proyecto que también resulta interesante para nuestro análisis es el “Fortalecimiento de la Red de Servicios de Salud y Mejoramiento de la Calidad”, el mismo que lo analizamos a continuación:

“Dentro del Plan Nacional del Buen Vivir se ha considerado como tema principal el reposicionamiento del sector social y la salud como eje fundamental del desarrollo y bienestar a través de la recuperación de lo público, lo que ha precisado una reforma estructural al MSP que permita la articulación del sistema público de salud para lo cual se diseñó y se implementó el Modelo de Atención Integral de Salud (MAIS) que se orienta a garantizar el derecho a la salud para toda la población, con un enfoque comunitario, familiar, pluricultural y de género, basado en la estrategia de Atención Primaria de Salud (APS), que busca acercar los servicios integrales de salud a los hogares y la comunidad, fortaleciendo el primer nivel como puerta de entrada obligatoria a la red integral de servicios de salud en todos sus componentes entre ellos infraestructura, equipamiento y tecnología para lo cual se ha determinado reformas al financiamiento de la salud en el país”.¹¹

¹⁰<http://www.salud.gob.ec/ecuador-saludable-vuelvo-por-ti/> Sábado 28 de septiembre de 2013 11:33am

¹¹<http://www.salud.gob.ec/fortalecimiento-de-la-red-de-servicios-de-salud-y-mejoramiento-de-la-calidad/> sábado 28/09/2013 11:39 am



En base a estándares territoriales para la provisión de servicios y aplicando criterios como densidad poblacional, características geográficas y perfil epidemiológico se definió la Planificación Territorial en Salud y se precisaron centros de salud tipo de acuerdo a la complejidad y capacidad de respuesta, los cuales tienen la característica de ser modulares en su infraestructura, con equipamiento y mobiliario homologado. Además se determinó las necesidades de intervención, sean éstas construcción, remodelación y re potenciación, tanto para los bienes de infraestructura como para el equipamiento.

Este proyecto ha sido denominado como emblemático por parte del ministerio de salud Pública del Ecuador y como se puede ver dentro del mismo uno de los aspectos fundamentales es el equipamiento de las nuevas unidades médicas que se van a generar, también debemos tener en cuenta que se definió la Planificación Territorial en Salud en donde se habla de la creación de centros de salud tipo de acuerdo a la complejidad y capacidad de respuesta, los mismos que van a requerir de un nuevo equipamiento.

El primero de los ejes donde se definió la estrategia de fortalecimiento del primer nivel de atención se refiere a la Construcción y mejoramiento de la infraestructura, equipamiento y mobiliario de los servicios de salud, lo que obviamente es un potencial mercado para nuestra empresa.

Dentro de este proyecto también se resalta que entre otras cosas el equipamiento existente no responde a la demanda y sistema de prestación de los servicios de acuerdo al Modelo de Atención Integral de Salud.

El objetivo principal de este proyecto es el fortalecimiento al primer nivel de atención como la puerta de entrada al Sistema Nacional de Salud. El segundo de los objetivos específicos de este proyecto contempla la Provisión de equipamiento de diferentes características de acuerdo a la tipología de cada establecimiento de salud del primer nivel.

El tiempo de ejecución de este proyecto es de 60 meses, período que corresponde entre el año 2012 al año 2016 lo que potenciaría grandemente



nuestra iniciativa de empresa. No podemos concluir el análisis de este proyecto sin antes revisar los indicadores de resultados; en los que se pretenden obtener hasta el 2016 la cantidad de 1.232 establecimientos de salud de primer nivel en el país, dentro de lo que obviamente se contempla el Austro.



CAPITULO 2
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS



CAPITULO 2

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.1. OFERTA

Partiendo de una definición básica de oferta que dice: “Es la cantidad de productos y servicios que se encuentran en el mercado para ser consumidos”¹², vamos a analizar a algunos de los principales competidores que al momento se encuentran ofertando los productos que se comercializarán a través de nuestra empresa.

2.1.2. Análisis de la Competencia

2.1.2.1. *Recor Dental y Quimedic Cía. Ltda.*

Esta empresa se encuentra operando desde el 28 de octubre de 1980 en la Ciudad de Cuenca, actualmente esta ubicada en las calles Simón Bolívar No. 5-78 entre Presidente Borrero y Hermano Miguel, Tiene un enfoque en el área de la salud y se dedican a la importación y comercialización de equipos y productos odontológicos, médicos, hospitalarios y laboratorios en general.

La empresa tiene presencia en las principales Ciudades del Ecuador, en Quito tienen dos oficinas, la principal ubicada en la calle Santa María E4-143 y una sucursal que se encuentra en la Calle San Gregorio OE 2-88 y Versalles. En la Ciudad de Guayaquil están ubicados en la Calle Luque 6-53 y García.

La misión, visión y valores corporativos de esta empresa son:

¹²<http://definicion.de/oferta/>



Misión

Proveer productos con altos estándares de calidad y tecnología en el área odontológica, médica y laboratorio, con la finalidad de satisfacer las necesidades de nuestros clientes, distribuidores y público en general.¹³

Visión

Mantenernos en el mercado nacional con liderazgo, introduciendo nuevos productos con tecnología de punta, brindando a nuestros clientes un renovado stock y atención en el área de post venta, mantenimiento y repuestos.¹⁴

Objetivos de la compañía¹⁵

- Atención personalizada
- Gestión de financiamiento
- Eficiente servicio logístico
- Programas de mercadeo
- Asesoría técnica
- Post venta

2.1.2.2. Dental Pérez Avilés Cia. Ltda.

Dental Pérez Avilés Cia. Ltda. Tiene cobertura en la Ciudad de Cuenca, su oficina matriz se encuentra ubicada en la Calle Simón Bolívar 4-56 y Vargas Machuca. También tienen oficinas en la Ciudad de Quito en la Avenida Eloy Alfaro Avenida de los Shyris (Edificio Terra).

La misión y visión de esta empresa son:

Misión

Nuestra misión es ser la empresa líder en comercialización de equipos, instrumental y biomateriales odontológicos y médicos con una relación

¹³ <http://recordq.com/tienda/articles/10-octubre-2013-2:20pm>

¹⁴ <http://recordq.com/tienda/articles/10-octubre-2013-2:20pm>

¹⁵ <http://recordq.com/tienda/articles/10-octubre-2013-2:20pm>



estratégica de confianza mutua con clientes que requieran productos y servicios que satisfagan sus necesidades y expectativas. Partiendo de sólidos principios, mantener altos estándares de calidad y eficiencia, a través del mejoramiento continuo de todos los procesos de nuestra organización, direccionados a nuestros mercados de desarrollo para ser competitivos y generar valor agregado a todos nuestros equipos y servicios, que nos permitan crecer permanentemente en el tiempo y reafirme la permanencia de nuestra empresa en el mercado.¹⁶

Visión

Consolidarnos como una organización líder e innovadora a nivel nacional logrando la plena satisfacción de todos nuestros clientes utilizando tecnología de punta para brindar un mejor servicio, con el compromiso de mejorar continuamente nuestros procesos de comercialización. Asegurar la confianza y la calidad de vida de nuestros colaboradores con respeto y justa retribución, logrando un equipo humano con altas cualidades profesionales, morales y con responsabilidad.¹⁷

2.1.2.3. Dental Ayala Cía. Ltda.

La compañía Dental Ayala Cía. Ltda. Se encuentra en el mercado desde hace 50 años aproximadamente teniendo presencia en las tres principales ciudades del País: En Quito sus oficinas están ubicadas en la calle San Gregorio Oe2-52 y Versalles, en la Ciudad de Guayaquil sus oficinas están ubicadas en La ciudadela Nueva Kennedy calle D No 519 entre 11^{va} y 12^{va} y finalmente sus oficinas en la Ciudad de Cuenca están localizadas en la Avenida Paucarbamba No. 6-191 y Diez de Agosto.

¹⁶<http://www.dentalperez.com.ec/Web/index.php?/Informac%C3%B3n.html10/octubre/2013> 4:40pm

¹⁷<http://www.dentalperez.com.ec/Web/index.php?/Informac%C3%B3n.html10/octubre/2013> 4:40pm



Esta empresa esta más orientada a la línea odontológica, entre sus principales productos están: equipos para odontología en general, ortodoncia, endodoncia, quipos dentales y equipos para laboratorio dental. Como parte de sus servicios también brindan mantenimiento e los equipos.

2.1.2.4. Prodontomed S.A.

Esta empresa inició sus operaciones en la Ciudad de Quito en el año de 1992 y desde entonces se dedican a la importación, comercialización y distribución de bio-materiales, instrumental, equipamiento odontológico y de laboratorio a nivel nacional, brindan atención a las empresa publicas y privadas, tienen una cobertura nacional ya que disponen de nueve puntos de venta en el país.

Algo que es un tanto innovador en esta empresa en que brindan capacitación y actualización para sus clientes tales como: Odontólogos, técnicos dentales, Estudiantes, en las especialidades de Ortodoncia, Rehabilitación Oral, Endodoncia, Periodoncia, Odontopediatría, y Laboratorio Dental.

Su oficina matriz esta en la ciudad de Quito en la Ave. América N21-105 y Ave. Universitaria, adicionalmente tiene dos oficinas que están el norte y sur de la Ciudad. En Guayaquil poseen dos oficinas mas, también tienen oficinas en las ciudades de Ambato, Ibarra y Cuenca, en esta Ciudad están ubicados en García Moreno Y González Suárez C.C, Motoriza ofi. 203.

2.1.2.5. Prodentec

Tiene una presencia en el mercado desde hace 40 años aproximadamente y se dedican a la fabricación, ensamblaje e importación de equipos dentales, materiales odontológicos y todo lo relacionado al equipamiento de consultorios odontológicos, también disponen de equipamiento para cuartos de recuperación hospitalarios.



Prodentec tiene su oficina matriz en la Ciudad de Cuenca en las Calles Mariano Cueva 9-82 y Gran Colombia y su tendencia es más orientada al área odontológica.

2.1.2.6. Aldental

La empresa Aldental o Vialdental General Services empezó a operar en el mes de julio del año 2005 y desde entonces se ha desempeñado en el campo de la importación, distribución, ventas al por mayor y menor de productos, equipos e insumos odontológicos.

Esta empresa tiene su oficina matriz en la Ciudad de Quito en la Ave. Pérez Guerrero OE3-74 entre Versalles y San Gregorio, además dispone de una sucursal en la misma ciudad. En Cuenca atienden en sus oficinas ubicadas en la calle Simón Bolívar 5-61 y Hermano Miguel.

En el Austro del país y concretamente en la Ciudad de Cuenca es donde se encuentran localizadas algunos proveedores de suministros y equipos médicos y odontológicos, también observamos que parte de estas empresas están radicadas en el Capital del país y tienen sucursales en Cuenca para abastecer la demanda de la zona.

En las demás provincias del sur del país no existe mayor presencia de empresas de este tipo, se trabajan a través de visitas de vendedores de las empresas o compañías desde la Ciudad de Cuenca.

2.2. DEMANDA

Se puede definir a la demanda diciendo que es la suma de todos los bienes y/o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar pagando por ellos el precio de mercado.



Para Cuantificar la demanda que existe en el mercado de nuestros productos, tomaremos como referencia a todas la entidades que presten servicios de salud en el sector público y en la parte privada, se considerará dentro de este análisis a los distintos médicos que se encuentran ejerciendo su profesión en los diferentes centros o consultorios.

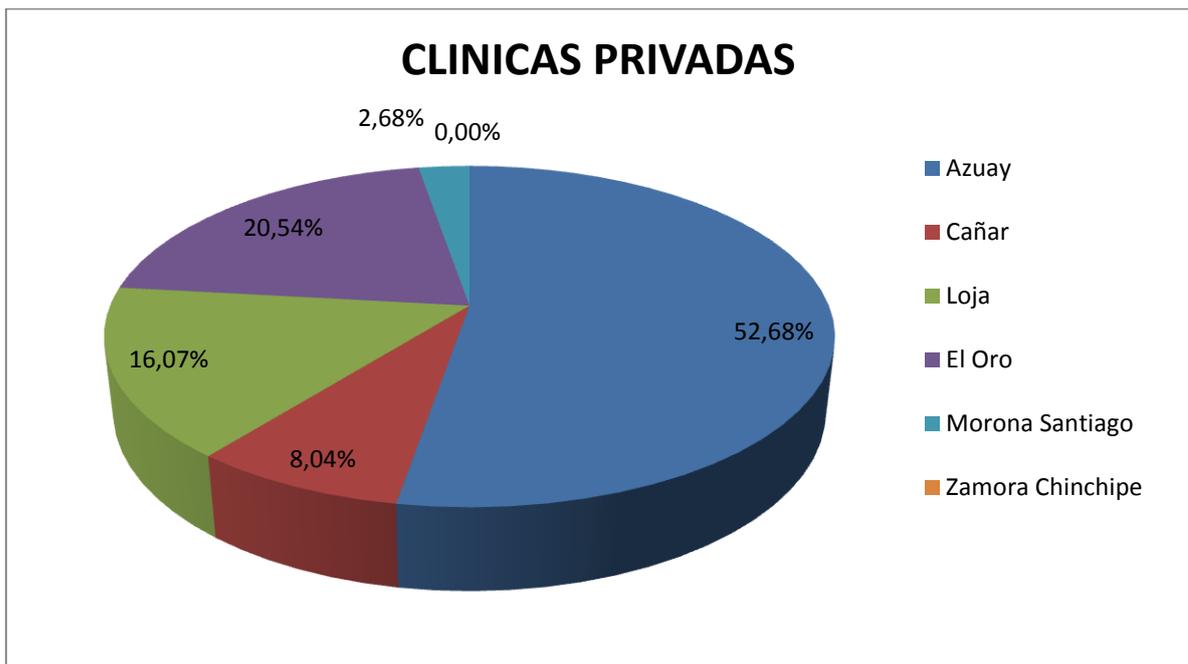
2.2.1. Demanda en Clínicas Privadas

CLÍNICAS PRIVADAS

Provincia	Cantidad	Porcentaje	
Azuay	59	50,43%	Anexo No. 1
Cañar	9	7,69%	Anexo No. 2
Loja	18	15,38%	Anexo No. 3
El Oro	23	19,66%	Anexo No. 4
Morona Santiago	3	2,56%	Anexo No. 5
Zamora Chinchipe	0	0,00%	Anexo No. 6
Total	117	100,00%	

Fuente:Edina

Realizado por: Los Autores



Fuente: Edina
Elaborador por: Los Autores

En las provincias que comprenden el sur de nuestro país existen 112 Clínicas Privadas con una mayor presencia en la Provincia del Azuay, seguido por las provincias de El Oro y Loja. Esto nos indica que los mercados principales a ser trabajados por parte de nuestra empresa son los de estas tres localidades ya que juntos representan el 85.47% de la totalidad del sur del país.

Las provincias de Cañar, Morona Santiago y Zamora Chinchipe suman el 14.53% de nuestro mercado objetivo por lo que se trabajaran también pero de una manera menos agresiva que las otras tres provincias.

En lo que se refiere al sector Público contamos con la siguiente información para su análisis.

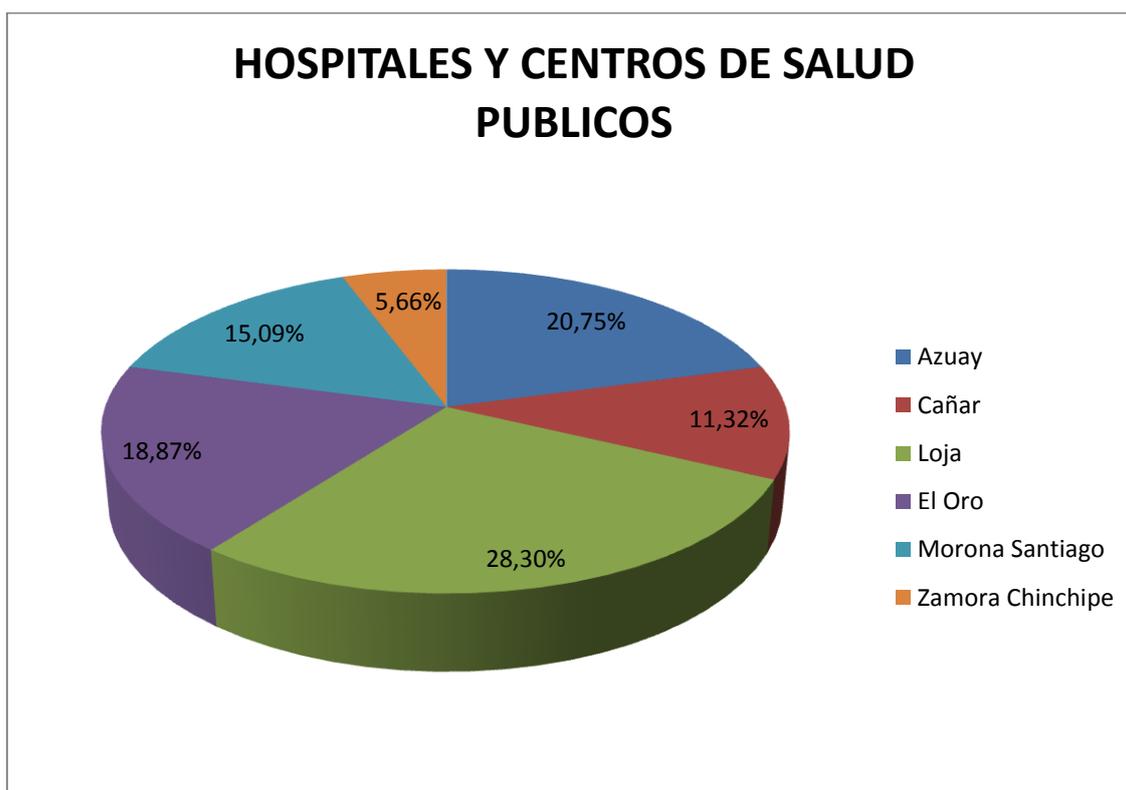
2.2.2. Demanda en Hospitales Públicos

HOSPITALES Y CENTROS DE SALUD PÚBLICOS

Provincia	Cantidad	Porcentajes	
Azuay	11	20,75%	Anexo No. 7
Cañar	6	11,32%	Anexo No. 8
Loja	15	28,30%	Anexo No. 9
El Oro	10	18,87%	Anexo No. 10
Morona Santiago	8	15,09%	Anexo No. 11
Zamora Chinchipe	3	5,66%	Anexo No. 12
Total	53	100,00%	

Fuente: Ministerio de Salud Publica

Realizado por: Los Autores



Fuente: Ministerio de Salud Publica

Realizado por: Los Autores

En cuanto a la atención Pública, existen 53 Unidades médicas entre Hospitales, Centros de Salud y Áreas de Salud. Podemos notar que siguen siendo

representativas las provincias de Loja, Azuay y el Oro con un 67.92% de la demanda total en cuanto a atención médica, seguidamente estaría la provincia de Morona Santiago con el 15.09%, Cañar con el 11.32% y Zamora Chinchipe con el 5.66%.

2.3. MERCADO

2.3.1. Descripción del mercado

Este proyecto esta concebido para llevarse a cabo y cubrir la demanda en la ciudad de Cuenca en el área odontológica y desde esta Ciudad a futuro se pretende penetrar los mercados de las demás provincias del austro del país ampliando nuestra gama de productos.

A continuación analizaremos brevemente la provincia del Azuay, en la que pretendemos iniciar la actividad comercial.



La provincia del Azuay se encuentra localizada a sur del país y esta conformada por 15 cantones, 27 parroquias Urbanas y 60 Parroquias Rurales. Su capital es la ciudad de Cuenca, la cual posee aproximadamente 510.000 habitantes en el área urbana. A nivel de provincia esta habitada por unos



712.000 habitantes. La ciudad de Cuenca fue declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Unesco en el año de 1999 y es conocida en el Ecuador por poseer una arquitectura única, su centro histórico cuenta con museos, iglesias, calles adoquinadas y sus casas poseen una marcada influencia Europea.

La ciudad de Cuenca en los últimos años ha tenido un gran desarrollo económico y en la actualidad cuenta con 59 clínicas privadas (ver anexo 1) y 11 entidades de salud pública (ver anexo 7).

2.3.2. Segmentación de Mercado

En la segmentación de mercado vamos a dividir el mismo en grupos con características similares, para nuestro caso se tomará en cuenta los datos que tenemos de los posibles clientes de nuestra empresa, como son los odontólogos y centros que brindan servicios de salud en el área odontológica en la ciudad

En Cuenca contamos con alrededor de 940 profesionales dedicados a brindar servicios de salud en el área odontológica.

2.3.3. Tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra lo haremos considerando los posibles clientes a los que atenderá nuestra empresa en la Ciudad de Cuenca.

Para el cálculo de las encuestas a realizar utilizaremos la fórmula para Universos finitos.



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

En donde:

N = Número de posibles clientes de nuestra empresa

p = Variabilidad positiva

q = Variabilidad negativa

Z = Nivel de confianza

e = Error permitido

Para nuestro ejemplo la información sería la siguiente:

N = 940

p = 0.50

q = 0.50

Z = 1,44 (85%)

e = 0.05 (5%)

Remplazando en la formula:

$$n = \frac{(1,44)^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 940}{(940-1) \times 0,05^2 + (1,44)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = 170,03 \quad - \quad 170$$

Se deberán realizar 170 encuestas.



2.3.4. Encuesta

El modelo de encuesta que se realizó es el que se detalla a continuación, la misma fue realizada a diferentes profesionales de la salud en diversas especialidades incluyendo también a los odontólogos.

ESTUDIO DE MERCADOS

Nombre:

Profesión:

Lugar de trabajo:

1.- ¿Qué empresas le proveen actualmente de los insumos, materiales y equipos médicos y/o odontológicos que usted requiere?

1.

2.

3.

4.

5.

2.- ¿Cuáles son los equipos que compra con mayor frecuencia?

1.

2.

3.

4.

5.



3.- ¿Cada qué tiempo realiza una compra de los mismos?

- Semanas
 Meses
 Años

4.- ¿Cuáles son los insumos que compra con mayor frecuencia?

1.
2.
3.
4.
5.

5.- ¿Cada qué tiempo realiza una compra de los mismos?

- Semanas
 Meses
 Años

6.- ¿Cómo calificaría la atención brindada por su actual proveedor?

- Excelente Regular
Muy Buena Mala
Buena Pésima

7.- ¿Qué aspectos considera positivos de trabajar con su actual proveedor?

- Plazos para el pago
Atención Cordial
Tiempos de entrega
Variedad de productos
Descuentos y promociones
Otros _____



8.- ¿Qué aspectos considera negativos de trabajar con su actual proveedor?

- Plazos para el pago
- Atención Cordial
- Tiempos de entrega
- Variedad de productos
- Descuentos y promociones
- Otros _____

9.- Si existiera una empresa que mejore la atención brindada por su actual proveedor. ¿Se cambiaría de proveedor?

- SI NO

10.- Mencione tres cosas por las que se cambiaría de proveedor.

1.
2.
3.

2.3.5. Procesamiento de información

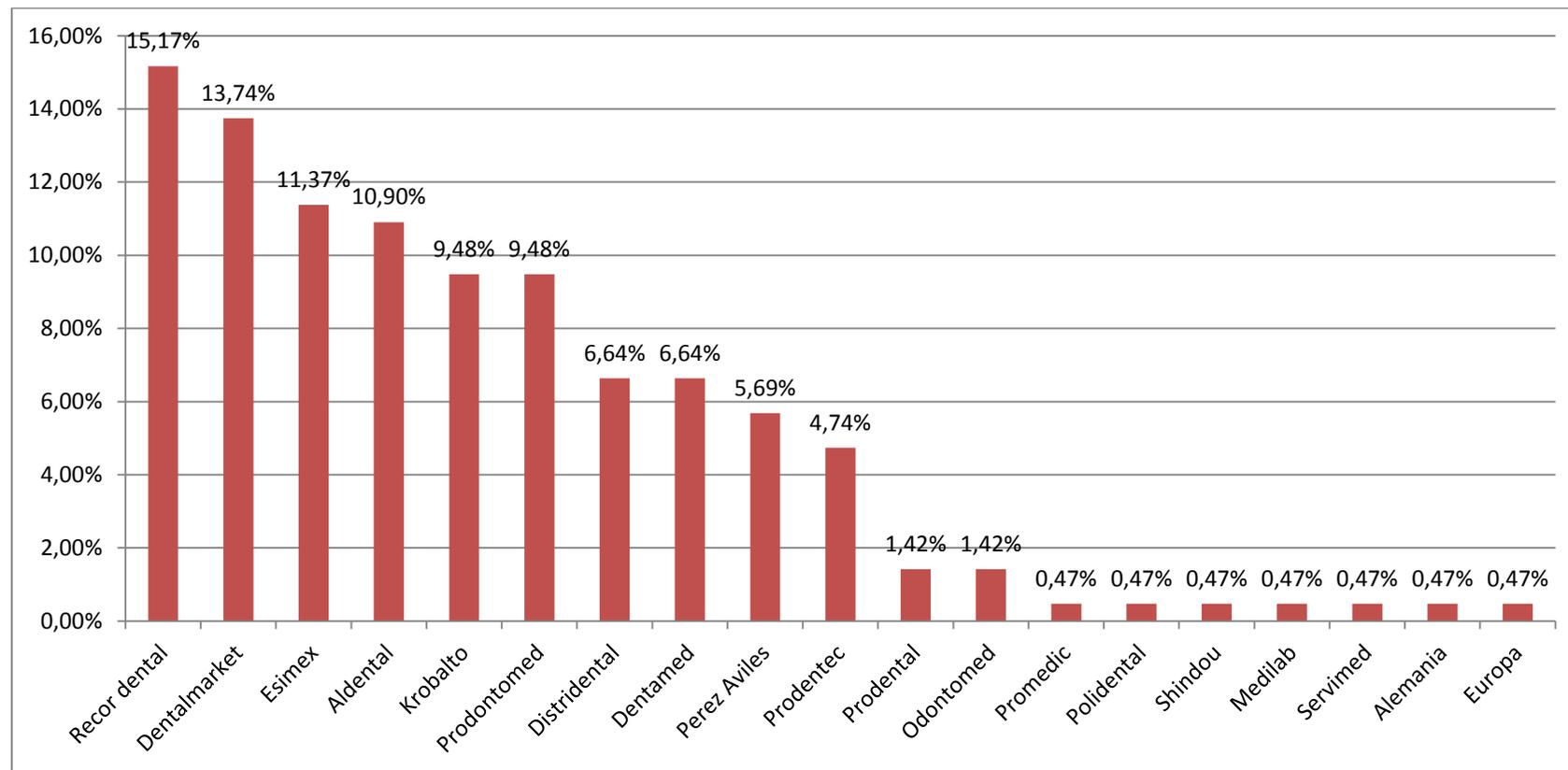
Una vez realizadas las encuestas, se proceso y tabulo la información obteniendo los siguientes resultados:

1.- ¿Qué empresas le proveen actualmente de los insumos, materiales y equipos médicos y/o odontológicos que usted requiere?

Item	Descripción	%	Cantidad
1	Recor dental	15,17%	64
2	Dental market	13,74%	58
3	Esimex	11,37%	48
4	Aldental	10,90%	46
5	Krobalto	9,48%	40
6	Prodontomed	9,48%	40
7	Distridental	6,64%	28
8	Dentamed	6,64%	28
9	Pérez Aviles	5,69%	24
10	Prodentec	4,74%	20
11	Prodental	1,42%	6
12	Odontomed	1,42%	6
13	Promedic	0,47%	2
14	Polidental	0,47%	2
15	Shindou	0,47%	2
16	Medilab	0,47%	2
17	Servimed	0,47%	2
18	Alemania	0,47%	2
19	Europa	0,47%	2
Totales		100,00%	422

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

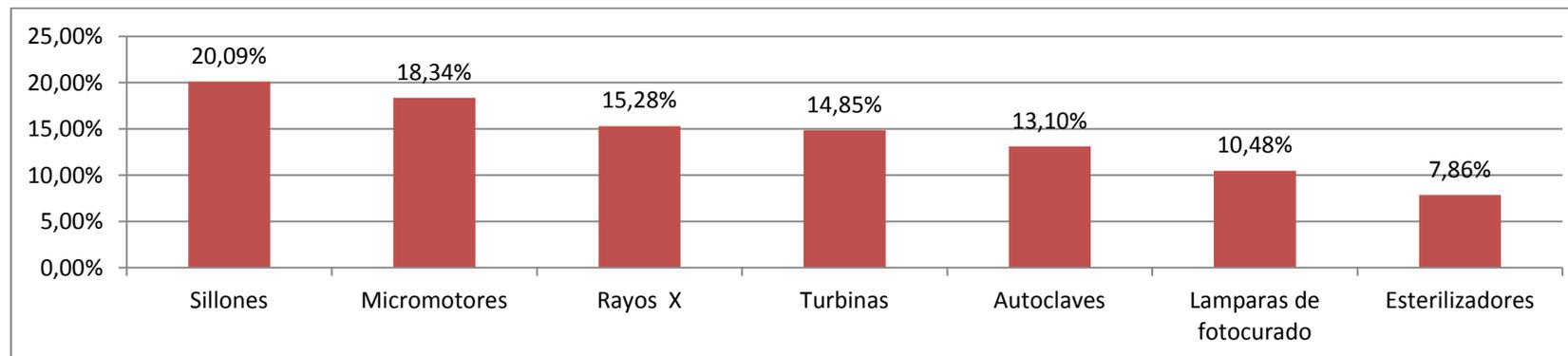
Es importante destacar que las seis primeras empresas abarcan el 70,14% del mercado, encabezadas por la empresa Recor Dental la misma que posee un 15.17% del mismo.

2.- ¿Cuáles son los equipos que compra con mayor frecuencia?

Item	Descripción	%	Cantidad
1	Sillones	20,09%	92
2	Micro motores	18,34%	84
3	Rayos X	15,28%	70
4	Turbinas	14,85%	68
5	Autoclaves	13,10%	60
6	Lámparas de foto curado	10,48%	48
7	Esterilizadores	7,86%	36
Totales		100,00%	458

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta

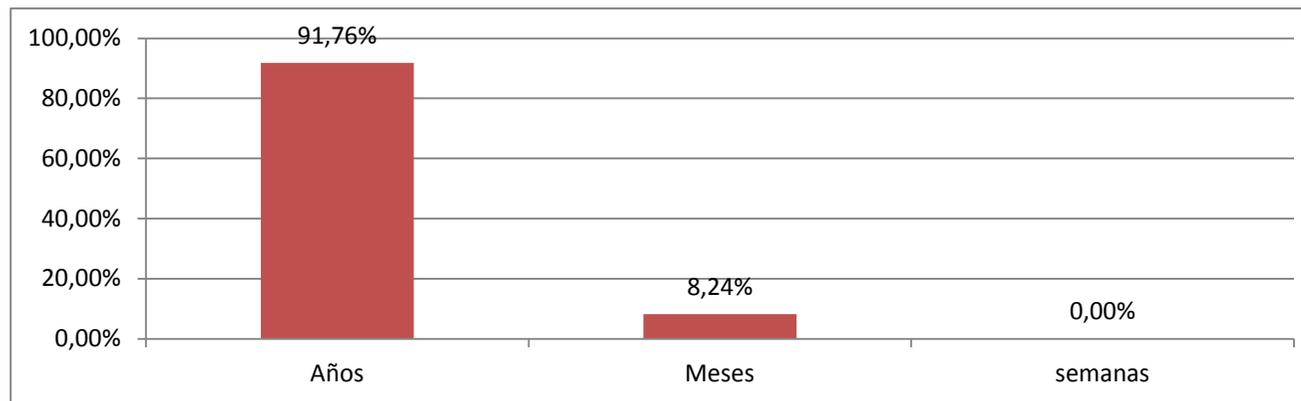
Elaborado por: Los autores

Existen siete equipos que son los más comprados por los odontólogos y como es de suponer el más importante dentro de estos es el sillón puesto que es indispensable para llevar a cabo la actividad.

3.- ¿Cada qué tiempo realiza una compra de los mismos?

Item	Descripción	%	Cantidad
1	Años	91,76%	156
2	Meses	8,24%	14
3	semanas	0,00%	0
Totales		100,00%	170

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Los autores

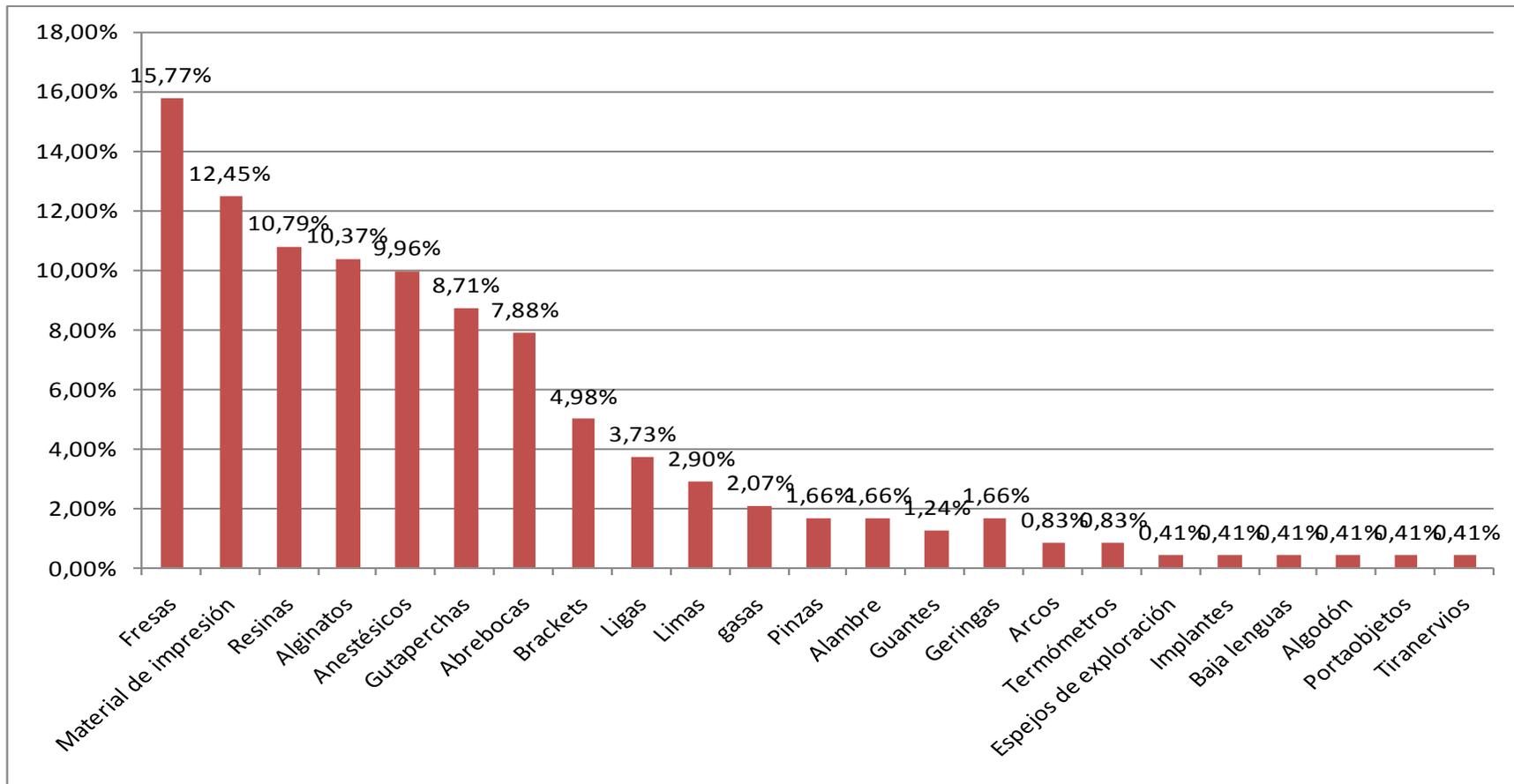
Los equipos en su mayoría tiene largos tiempos de duración y vida útil, por lo que su adquisición se la realizan en periodos establecidos anualmente, por ejemplo un sillón tiene una duración de hasta 20 años.



4.- ¿Cuáles son los insumos que compra con mayor frecuencia?

Item	Descripción	%	Cantidad
1	Fresas	15,77%	76
2	Material de impresión	12,45%	60
3	Resinas	10,79%	52
4	Alginatos	10,37%	50
5	Anestésicos	9,96%	48
6	Gutaperchas	8,71%	42
7	Abrebocas	7,88%	38
8	Brackets	4,98%	24
9	Ligas	3,73%	18
10	Limas	2,90%	14
11	gasas	2,07%	10
12	Pinzas	1,66%	8
13	Alambre	1,66%	8
14	Guantes	1,24%	6
15	Geringas	1,66%	8
16	Arcos	0,83%	4
17	Termómetros	0,83%	4
18	Espejos de exploración	0,41%	2
19	Implantes	0,41%	2
20	Baja lenguas	0,41%	2
21	Algodón	0,41%	2
22	Portaobjetos	0,41%	2
23	Tiranervios	0,41%	2
Totales		100,00%	482

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Los autores

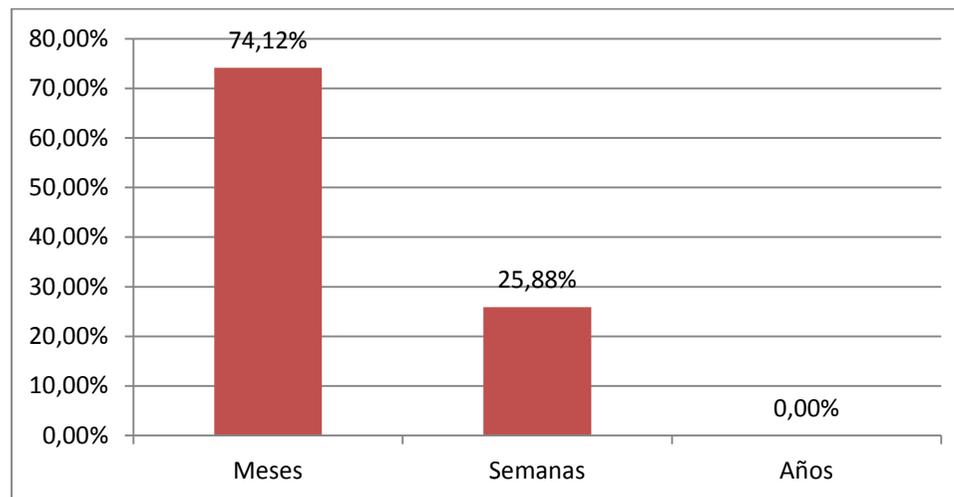
En lo referente a los insumos odontológicos existe una gran variedad de los mismos dependiendo de las especializaciones de los profesionales de la salud, en estas tablas se destacan los 25 más utilizados y dentro de ellos en primer lugar encontramos a las fresas.

5.- ¿Cada qué tiempo realiza una compra de los mismos?

Item	Descripción	%	Cantidad
1	Meses	74,12%	126
2	Semanas	25,88%	44
3	Años	0,00%	0
Totales		100,00%	170

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

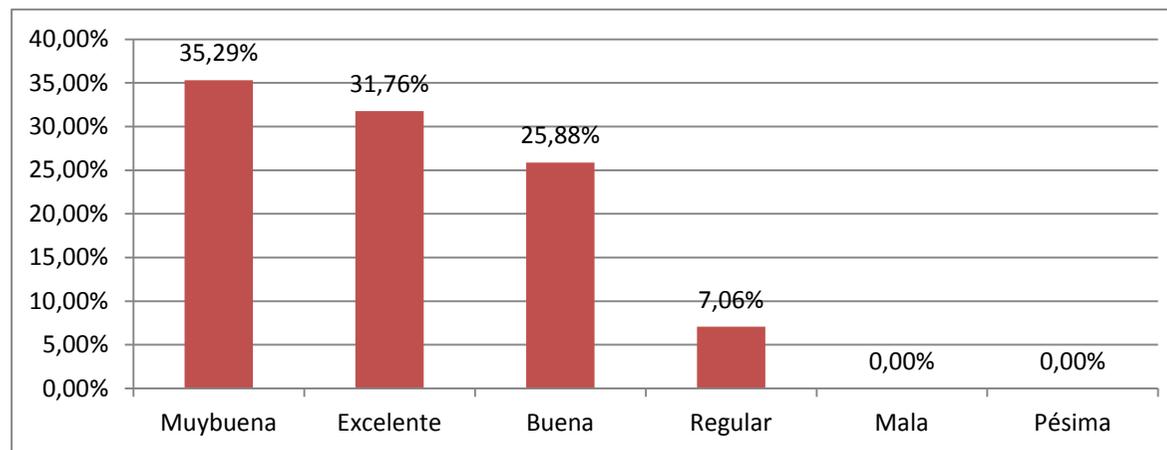
Como se puede notar en la gráfica los insumos en su mayoría se compran en periodos mensuales y estos tiempos oscilan entre el mes y los dos meses.

6.- ¿Cómo calificaría la atención brindada por su actual proveedor?

Item	Descripción	%	Cantidad
1	Muy buena	35,29%	60
2	Excelente	31,76%	54
3	Buena	25,88%	44
4	Regular	7,06%	12
5	Mala	0,00%	0
6	Pésima	0,00%	0
Totales		100,00%	170

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

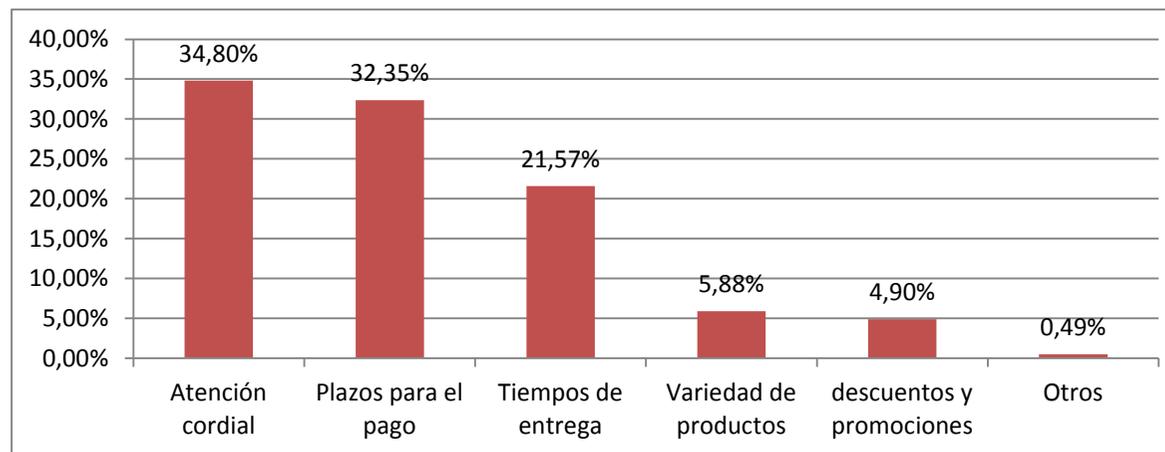
En su mayoría la atención que los odontólogos reciben por parte de su proveedor es “muy buena” y “excelente”. Esto nos dice claramente que tenemos que darle gran importancia a como vamos a atender a nuestros clientes debido a que el mercado es muy competitivo en este aspecto.

7.- ¿Qué aspectos considera positivos de trabajar con su actual proveedor?

Item	Descripción	%	Cantidad
1	Atención cordial	34,80%	142
2	Plazos para el pago	32,35%	132
3	Tiempos de entrega	21,57%	88
4	Variedad de productos	5,88%	24
5	descuentos y promociones	4,90%	20
6	Otros	0,49%	2
Totales		100,00%	408

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta

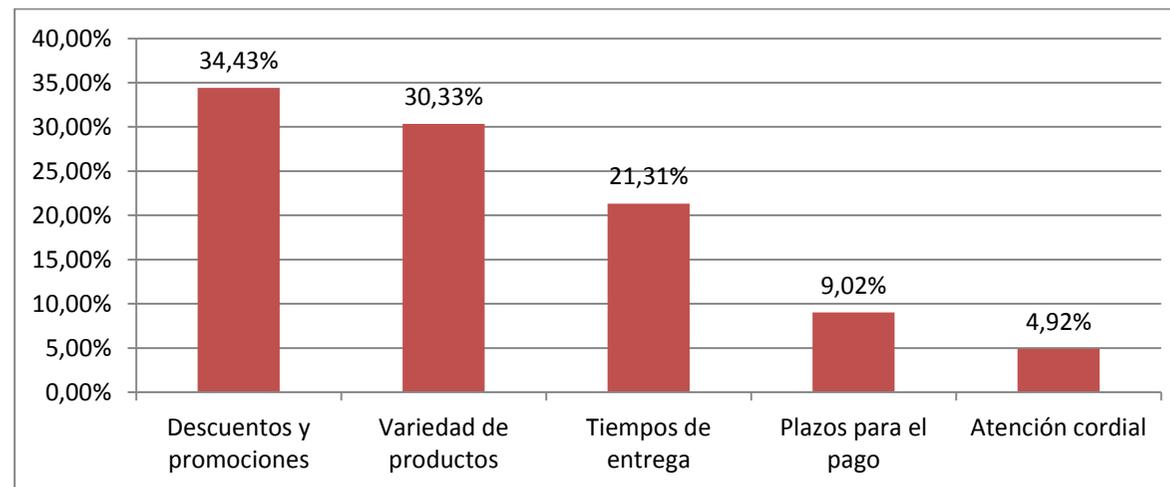
Elaborado por: Los autores

Manteniendo relación con la pregunta anterior en este caso uno de los aspectos más positivos que tiene los actuales proveedores es una atención cordial, seguido muy de cerca por los plazos para el pago. Elementos que deben ser considerados en la realización del presente proyecto.

8.- ¿Qué aspectos considera negativos de trabajar con su actual proveedor?

Item	Descripción	%	Cantidad
1	Descuentos y promociones	34,43%	84
2	Variedad de productos	30,33%	74
3	Tiempos de entrega	21,31%	52
4	Plazos para el pago	9,02%	22
5	Atención cordial	4,92%	12
Totales		100,00%	244

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Los autores



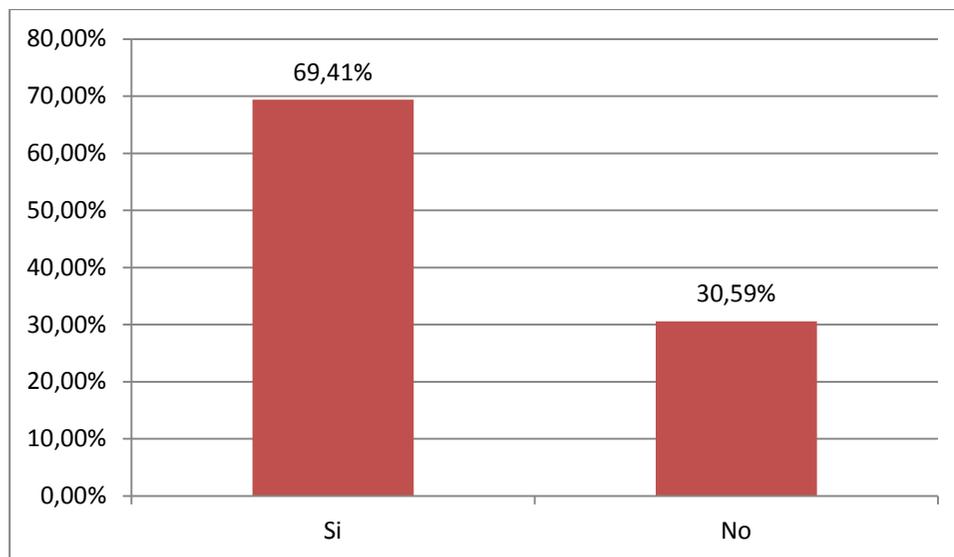
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Los autores

Existen dos elementos que se deben tomar muy en cuenta si queremos marcar una diferencia entre nuestra empresa y las actuales empresas que realizan esta actividad y son manejar un buen plan de descuentos y promociones y contar con una buena variedad de productos.

9.- Si existiera una empresa que mejore la atención brindada por su actual proveedor. ¿Se cambiaría de proveedor?

Item	Descripción	%	Cantidad
1	Si	69,41%	118
2	No	30,59%	52
Totales		100,00%	170

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Los autores

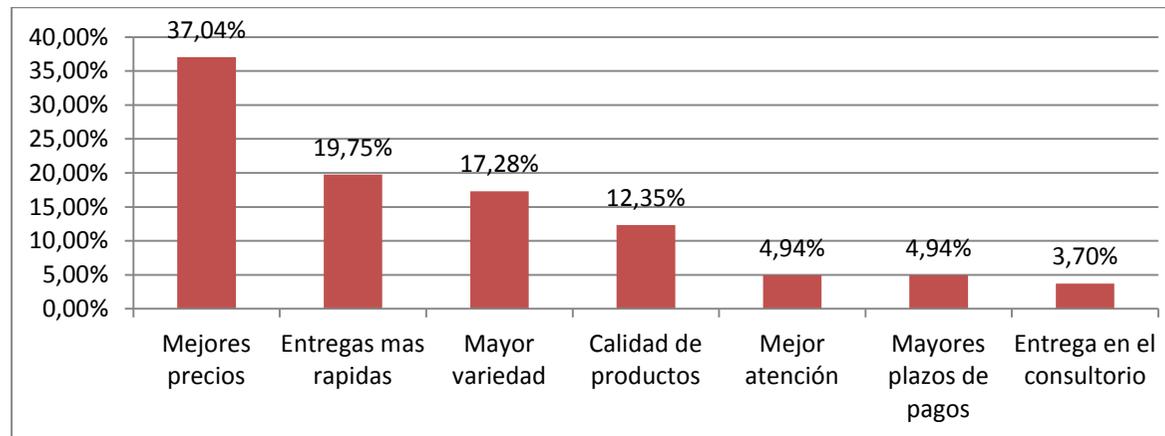
La tendencia es positiva a que si existiera otra empresa que brinde los mismos servicios, los usuarios si se cambiarían.

10.- Mencione tres cosas por las que se cambiaría de proveedor.

Item	Descripción	%	Cantidad
1	Mejores precios	37,04%	60
2	Entregas mas rápidas	19,75%	32
3	Mayor variedad	17,28%	28
4	Calidad de productos	12,35%	20
5	Mejor atención	4,94%	8
6	Mayores plazos de pagos	4,94%	8
7	Entrega en el consultorio	3,70%	6
Totales		100,00%	162

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Las dos razones por las que los clientes se cambiaría de proveedor son los Mejores Precios y entregas mas rápidas las mismas que alcanzan el 56.79%, es decir mas de la mitad de los cambios se debería a estos dos motivos.



2.3.6. Análisis general de la encuesta.

Una vez procesada la información podemos llegar a las siguientes conclusiones que se consideran importantes para el proyecto:

Es de resaltar que la ciudad de Cuenca y la provincia del Azuay esta posesionada por 6 empresa las cuales tienes un 70.14% de participación en el mercado, las restantes 13 empresas de nuestro estudio tiene el 29.86%. Estas empresas se caracterizan por brindar una buena atención al cliente ya que de acuerdo a nuestras encuestas el 67.05% de los encuestados respondieron que consideran la atención recibida como muy buena y excelente, así como también se puede observar que como principal aspecto positivo de los actuales proveedores se destaca la atención cordial, por lo que se deberá tener especial cuidado en esta parte a la hora de competir con las empresas que ya están en el mercado, teniendo en cuenta que existe un 30.59% de los encuestados que no estarían dispuestos a cambiarse de los proveedores que tiene actualmente.

Dos elementos importantes a tener cuenta son los descuentos y promociones que podamos ofrecer a nuestros potenciales clientes, contar con una buena variedad tanto en equipos como en insumos mismo que son los puntos débiles de los actuales proveedores.

En relación a los equipos e insumos podemos decir que los primeros, en su gran mayoría se adquieren en periodos de tiempo largos que pueden fluctuar entre los cinco y veinte años no así los insumos que tiene una rotación mensual o bimensual.

Un aspecto muy importante que se determinó en las encuestas es el que existe una variedad muy amplia tanto en equipos, instrumental e insumos médicos y odontológicos, por lo que en un principio nuestra empresa se concentrará en atender el área odontológica.



2.4. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para realizar la proyección de la demanda se considera la información de las ventas realizadas en una de las empresas de nuestra competencia, de la que se obtuvo los siguientes datos:

Ventas Competencia año 2012: 8'000.000 de dólares

De acuerdo a la investigación realizada conocemos que las ventas de uno de nuestros principales competidores para el año 2012 fueron de 8'000.000 de dólares por lo que tomaremos como referencia este dato para realizar una proyección de nuestras ventas de la siguiente manera.

Años	Ventas Proyectadas				
	Crecimiento	Anuales	Semestrales	Trimestrales	Mensuales
2014	0,00%	800.000,00	400.000,00	200.000,00	66.666,67
2015	10,00%	880.000,00	440.000,00	220.000,00	73.333,33
2016	10,00%	968.000,00	484.000,00	242.000,00	80.666,67
2017	10,00%	1.064.800,00	532.400,00	266.200,00	88.733,33
2018	10,00%	1.171.280,00	585.640,00	292.820,00	97.606,67

Fuente: Información competencia

Elaborado por: Los autores

Se realiza la proyección para cinco años, partiendo con una meta para el primer año del 10% de las ventas realizadas por nuestro principal competidor y los siguientes cuatro años se tendrá un crecimiento sostenido del 10% anual con respecto al año anterior.



CAPITULO 3

ESTUDIO TÉCNICO

CAPITULO No 3

ESTUDIO TÉCNICO

“El estudio técnico debe indicar en forma explícita las etapas principales de perfeccionamiento de la idea original, hasta llegar al diseño propuesto como solución del proyecto definitivo. Al mismo tiempo se presentaran las justificaciones de las decisiones adoptadas, mostrando sus ventajas frente a las demás alternativas que eventualmente se hayan considerado”.¹⁸

3.1. MACRO LOCALIZACIÓN

La macro localización hace referencia al lugar geográfico donde se va a ubicar el negocio es decir el país, la provincia y Ciudad. Teniendo en cuenta esta información podemos señalar entonces que la macro localización para nuestra empresa sería la siguiente:

País	Ecuador
Provincia	Azuay
Ciudad	Cuenca

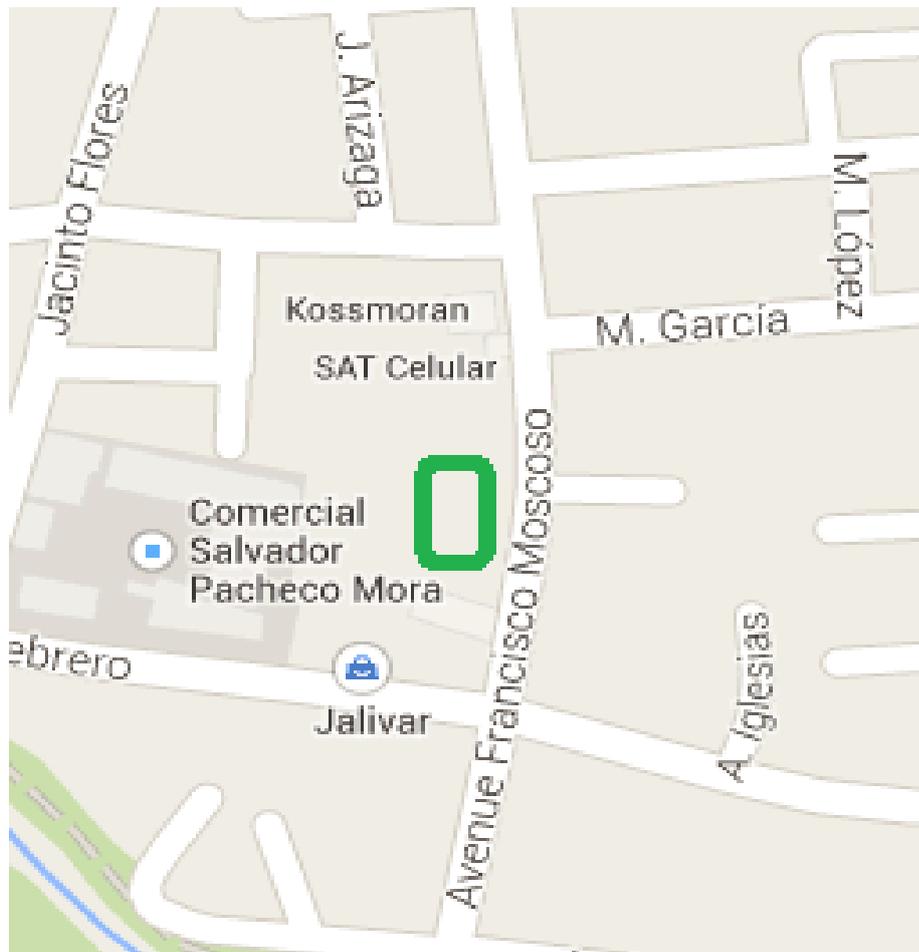


Fuente:https://www.google.com.ec/search?q=mapa+del+ecuador+para+pintar&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=foX6Uoi_CsTq0QHvsoCQDA&ved=0CAcQ_AUoAQ&biw=1360&bih=665

¹⁸ MIGUEL DAVID ROJAS LOPEZ, EVALUACION DE PROYECTOS PARA INGENIEROS, PAGINA 40.

3.2. MICRO LOCALIZACIÓN

En la micro localización haremos referencia al lugar exacto donde se localizará nuestra empresa. Por ello decimos entonces que nuestra empresa estará localizada en el Cantón Cuenca, Sector Puente del asunción en las calles Francisco Moscoso 6-79 y Matilde García.



Fuente: <https://maps.google.com.ec/>

Para su funcionamiento el local contará con áreas de trabajo y oficinas las mismas que serán distribuidas de la siguiente forma:

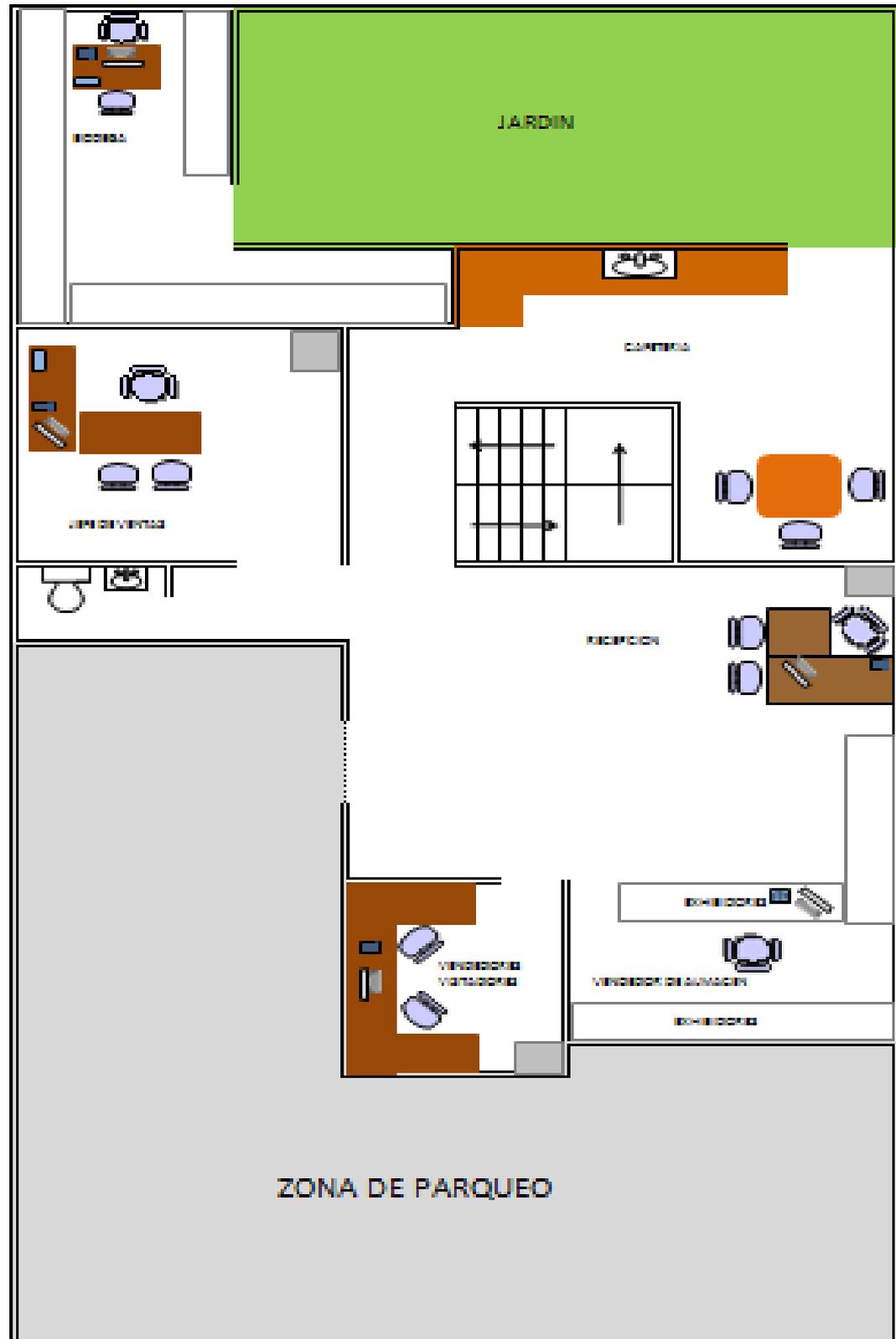


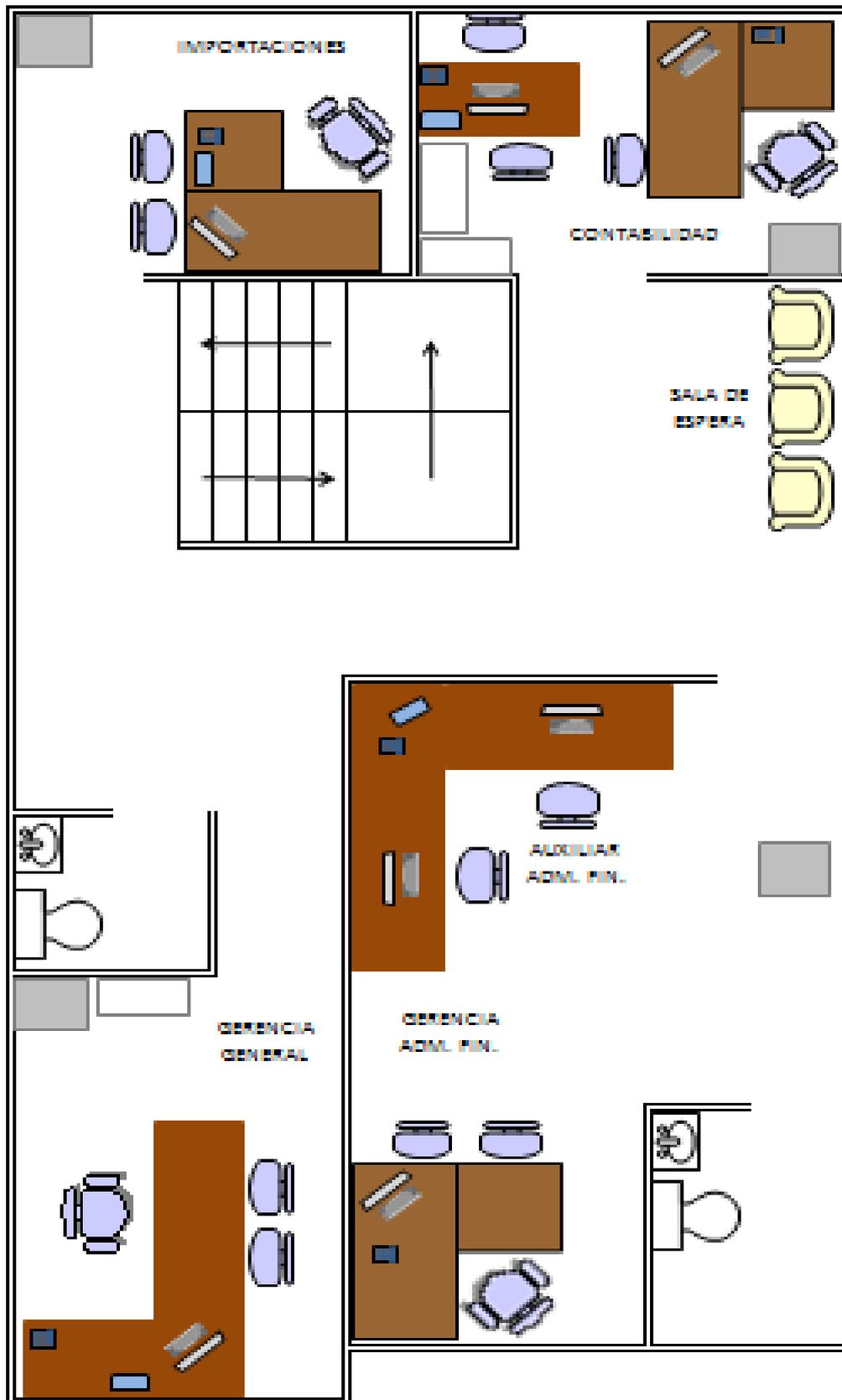
Oficina 1	Gerencia General
Oficina 2	Gerencia, auxiliares administrativa y financiera
Oficina 3	Auxiliar Financiero y Auxiliar Contable
Oficina 4	Departamento Contable
Oficina 5	Departamento de Importaciones
Oficina 6	Jefatura de ventas
Oficina 7	Vendedores Visitadores

Adicionalmente contaremos con una bodega, zona de ventas en el almacén con su respectiva exhibición, un espacio destinado a la recepción con su sala de espera.

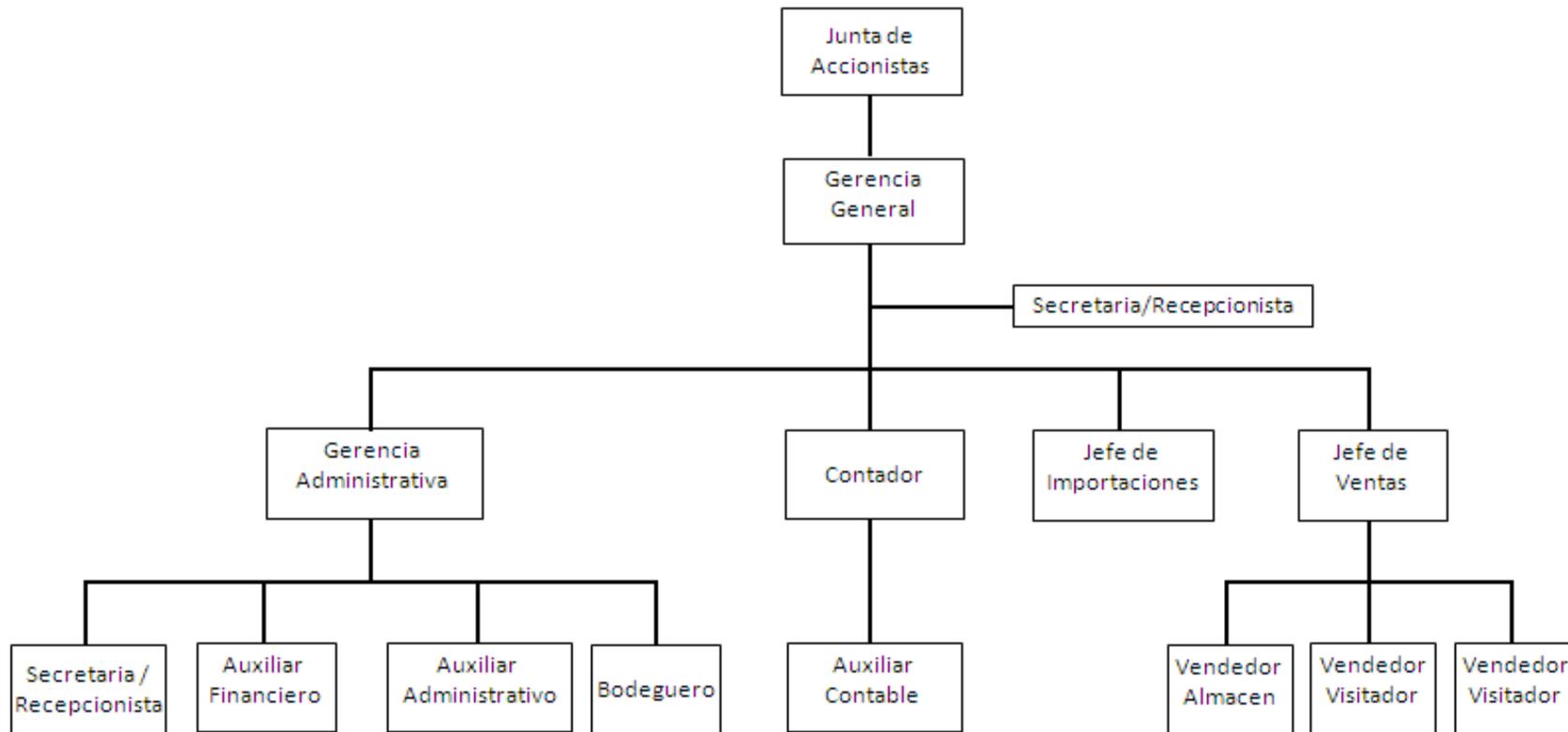
En el siguiente layout se puede ver cual será la distribución física del local en el que va funcionar la empresa.

3.2.1. Layout





3.3. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA





3.3.1. Explicación Organigrama

Como máxima autoridad dentro de la empresa se encuentra la junta de accionistas, de la dirección y representación legal de la empresa se encarga el Gerente General, inmediatamente encontramos la Gerencia Administrativa la misma que se encarga de coordinar los procesos administrativos, financieros, manejo de bodega y personal administrativo dentro de la empresa.

Existe también un departamento contable del cual es responsable el Contador, el que trabajará con una auxiliar.

En el departamento de importaciones únicamente encontramos al jefe de importaciones, responsable de esa área.

A nivel de departamento comercial está el Jefe de Ventas, el que supervisará directamente las actividades de los vendedores visitantes y del vendedor de almacén.

3.4. PERSONAL REQUERIDO

De acuerdo a las necesidades del proyecto el personal requerido es el que se detalla a en el siguiente cuadro:



Item	Cargo	Descripción de cargo
1	Gerente General	Representación legal, judicial y extra judicial de la empresa. Responsable de la dirección general de la empresa.
2	Gerente Administrativo	Manejo administrativo y financiero de la compañía, control del personal y bodega.
3	Auxiliar Financiero	Manejo de todos los procesos financieros requeridos por el Gerente Administrativo.
4	Auxiliar Administrativo	Coordinación de los procesos administrativos de la empresa, nomina de personal, atención al cliente interno entre otras.
5	Recepcionista	Atención al cliente, coordinación de requerimientos del Gerente General, clientes internos, etc
6	Bodeguero	Despacho de mercadería, manejo de inventarios
7	Contador	Dirección del departamento contable
8	Auxiliar Contable	Realización de procesos contables
9	Jefe de Importaciones	Realización de cotizaciones con proveedores del exterior e importaciones de los vienes requeridos por la empresa
10	Jefe de Ventas	Dirección del departamento Comercial, responsable de vendedores visitadores y vendedor de almacén.
11	Vendedor de Almacén	Atención al cliente que visita nuestra empresa
12	Vendedor Visitador 1	Visita a los clientes en sus lugares de trabajo
13	Vendedor Visitador 2	Visita a los clientes en sus lugares de trabajo

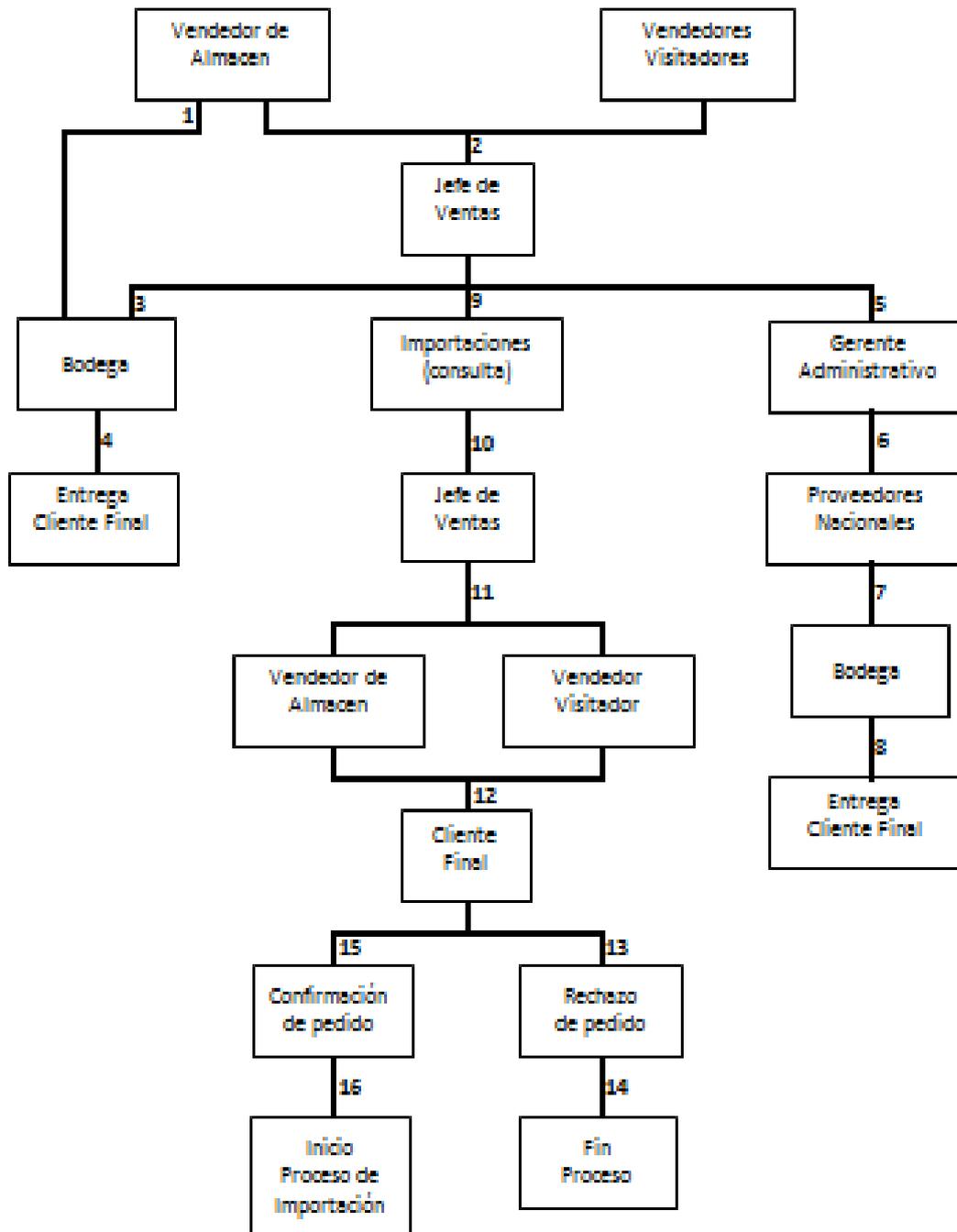
Fuente: Organigrama
 Realizado por: Los autores

3.5. DIAGRAMAS DE PROCESOS

En los diagramas de procesos se describen las actividades y los pasos que se deben realizar en ciertas áreas de la empresa, para nuestro análisis consideraremos dos procesos básicos.

3.5.1. Diagrama de ventas.

En el diagrama de ventas establecemos el procedimiento macro a seguir para realizar las ventas dentro de la empresa.





3.5.1.1. Explicación Diagrama de ventas

- 1.- Una vez que el vendedor de almacén ha atendido al cliente que nos visita en la empresa y se ha confirmado la existencia de los productos, este realiza la facturación correspondiente y se envía la orden de despacho a la bodega.
- 2.-El procedimiento numero 2 se da con los pedidos que realizan los vendedores visitantes o cuando el vendedor de almacén ha verificado que el producto solicitado por el cliente no existe en nuestro inventario. En cualquiera de estos dos casos el pedido es entregado al Jefe de ventas.
- 3.- El jefe de ventas envía el pedido al bodeguero, este paso lo realizamos con los pedidos realizados por los vendedores visitantes.
- 4.- El bodeguero hace la entrega o envío de la mercadería al cliente final.
- 5.- Cuando no existe la mercadería en nuestro inventario el pedido será direccionado al Gerente Administrativo.
- 6.- El Gerente Administrativo realiza el pedido a los proveedores Nacionales.
- 7.- Los proveedores Nacionales entregan la mercadería solicitada por la empresa a la bodega de la misma.
- 8.- El bodeguero hace la entrega o envío de la mercadería al cliente final.
- 9.- El Gerente de ventas envía el pedido al Jefe de importaciones para que este realice las consultas necesarias sobre en donde, a que precios y en que tiempo podríamos contar con la mercadería.
- 10.- El Jefe de Importaciones entrega el resultado de la consulta al Jefe de Ventas
- 11.- El Jefe de Ventas entrega la información a los vendedores visitantes o vendedor de almacén.



12.- El vendedor de almacén o vendedores visitadores entregan la propuesta al cliente final.

13.- En caso de que el que el cliente no este de acuerdo con cualquiera de los aspectos relacionados a su pedido este rechazará el mismo.

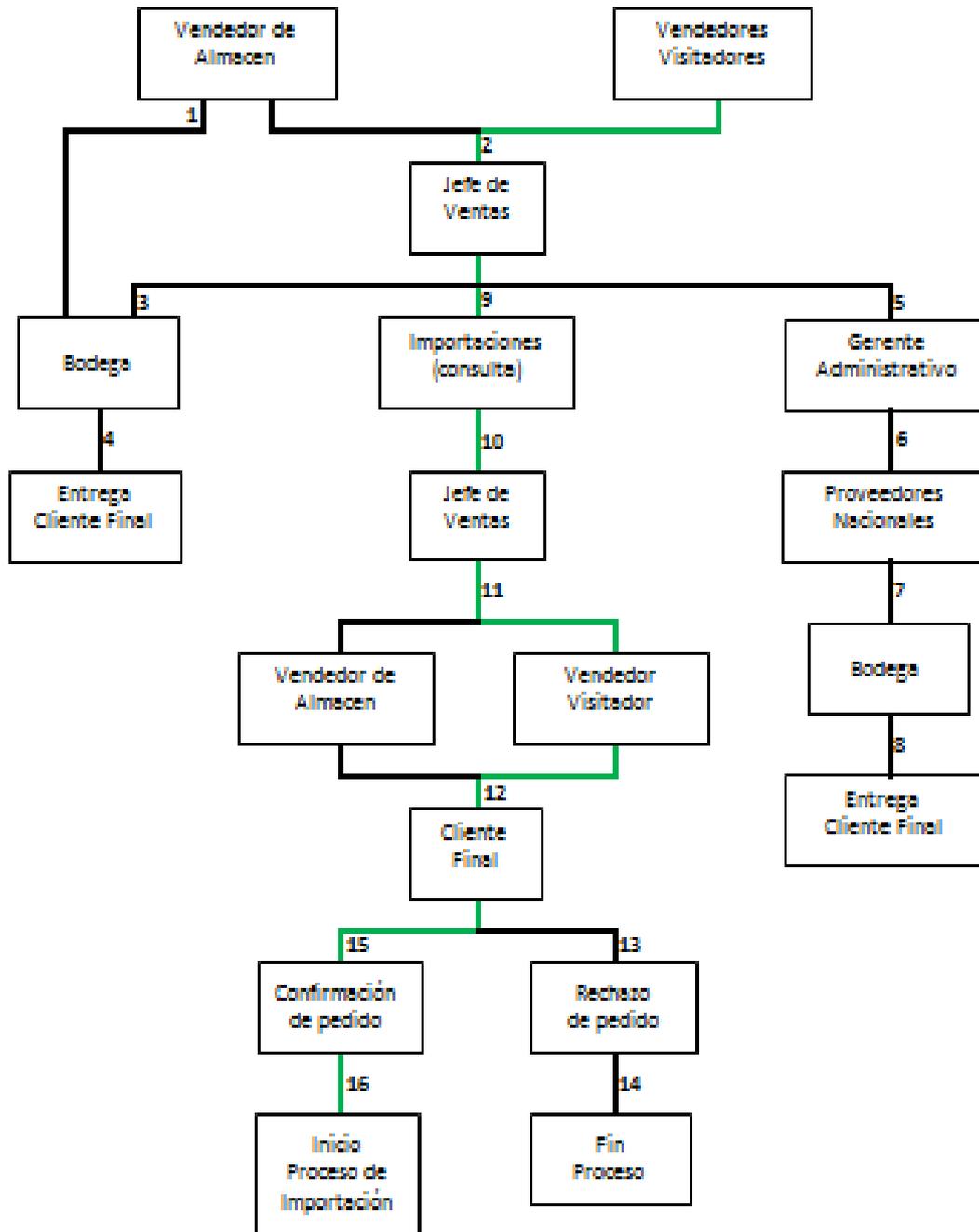
14.- Con el pedido rechazado llega al final el proceso

15.- Una vez que el cliente revisa nuestra propuesta y la acepta, se procede a la confirmación del pedido.

16.- Con la confirmación del pedido realizada por nuestro cliente se da inicio al trámite de importación.



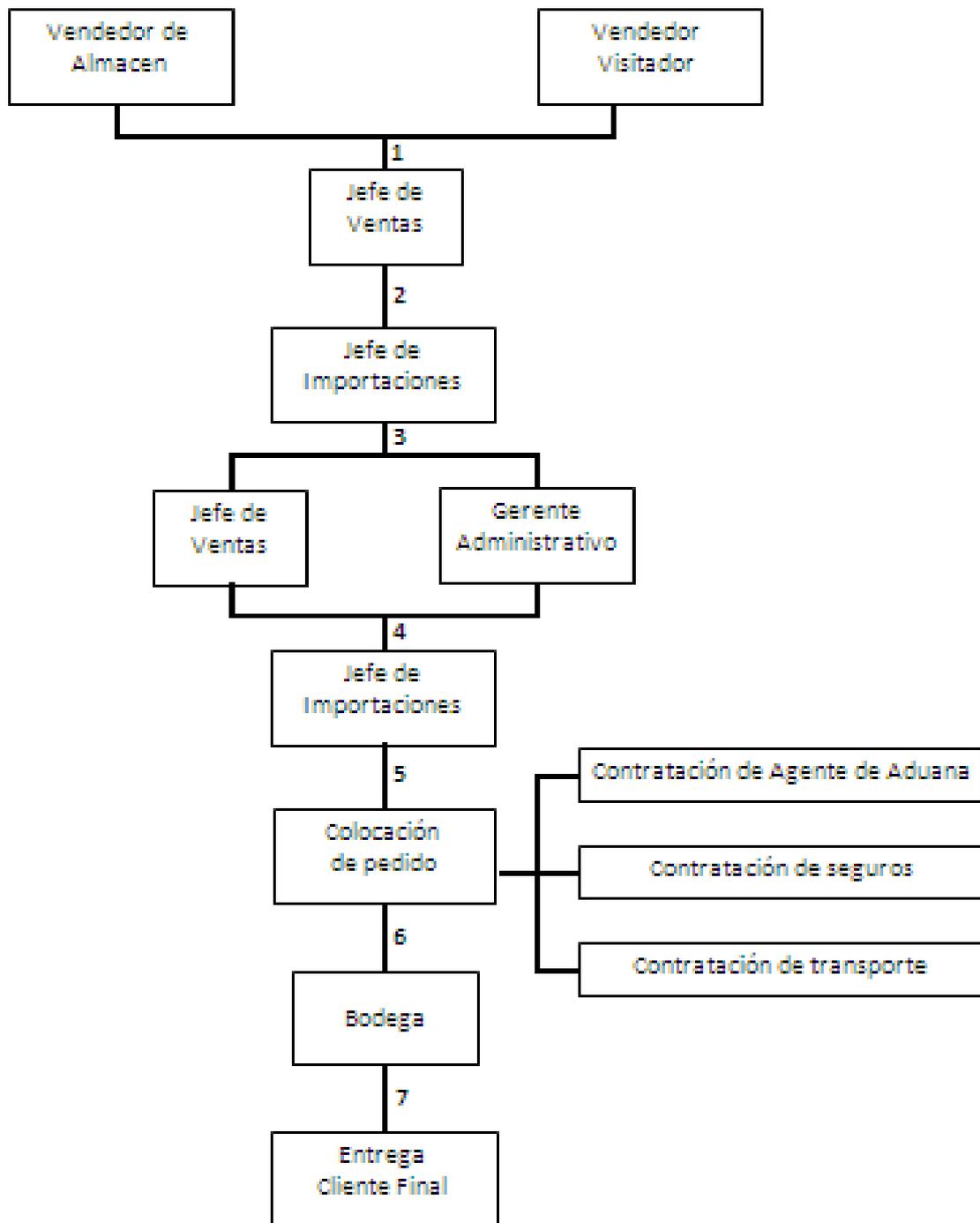
En el siguiente flujo se presenta un ejemplo práctico para ilustrar de mejor manera el procedimiento que se realiza en una venta.





3.5.2. Diagrama de importaciones.

Una vez realizada la confirmación de pedidos por parte de nuestros clientes o al tratarse de una importación normal para stock de la empresa, se considera necesario el diseño de un macro proceso de importaciones para la compañía.





3.5.2.1. Explicación Diagrama de Importaciones

- 1.- El vendedor de almacén o los vendedores visitadores entregan el pedido de la mercadería al jefe de ventas.

- 2.- El jefe de ventas realiza el pedido de mercadería al jefe de importación para que este a su vez de inicio a los procesos correspondientes.

- 3.- El jefe de importaciones entrega la información relacionada a la mercadería solicitada por el jefe de Ventas a éste y al Gerente Administrativo y financiero, para que autoricen la realización de la importación conociendo ya todo los aspectos relacionados con la misma tales como, precios, tiempos de importación, países de origen, etc.

- 4.- Conjuntamente el Gerente Administrativo y Jefe de Ventas autorizan al Jefe de importaciones que proceda con la misma.

- 5.- El Jefe de Importaciones realiza la colocación del pedido al proveedor Internacional y paralelamente se ejecutan trámites propios de una importación tales como: Contratación del agente de aduana, contratación de seguros, contratación del transporte y los necesarios para que la importación se lleve a cabo de la mejor manera y no sufra ningún contratiempo.

- 6.- una vez que la importación se ha llevado a cabo, la mercadería es ingresada a la bodega de la empresa.

- 7.- El bodeguero hace la entrega o envío de la mercadería al cliente final.



3.6. REQUISITOS LEGALES Y PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO.

Los requisitos para el funcionamiento de la empresa se resumen en los siguientes:

- 1.- Realizar la constitución de la compañía a través de una escritura pública, la que debe estar registrada en la superintendencia de compañías y en el Registro Mercantil.
- 2.- RUC que lo emite el Servicio de Rentas Internas.
- 3.- Permiso de funcionamiento emitido por el Ilustre Municipio del Cantón Cuenca.
- 4.- Permiso de cuerpo de Bomberos que lo emite el Benemérito Cuerpo de Bomberos del Cantón Cuenca.

3.7. PROVEEDORES

Del análisis realizado se determino que existen proveedores Locales en muy pocos de los bienes que la empresa requiere para su comercialización, por lo que en su gran mayoría se importarán los mismos.

Los principales mercados desde donde se realizaran las importaciones de acuerdo a su nivel de importancia son:

Brasil con un 50% de los productos a ser importados.

Suiza con un 40 % de los productos a ser importados.

El 10% restante de nuestras importaciones las haremos de países como Alemania, Estados Unidos y China.

3.8. PRODUCTOS.

De las Encuestas Realizadas se determino que los equipos que tienen mayor demanda en el mercado son los siguientes:

3.8.1. Sillones:

El sillón es el equipo básico para el desarrollo de la actividad profesional su principal característica es que posee varios tipos de regulación de posición, respaldo y altura, es electro – hidráulico, sus precios de venta van desde los 2600 dólares y pueden superar los 10.000 dólares. (Anexo No. 13)



3.8.2. Micro motor

El micro motor es lo que impulsa a la turbina y su costo va desde los 200 dólares a los 520 dólares (Anexo 14).



3.8.3. Rayos X:

El equipo de rayos x sirva para tomar las radiografías de las piezas dentales y su costo va desde los 1500 dólares a los 2000 dólares (Anexo 15)



3.8.4. Turbinas:

La turbina o conocida también como pieza de mano es el elemento con el cual se realizan los trabajos de limpieza, perforación y otros, aquí se instalan las fresas que se requieran de acuerdo al trabajo a realizarse, su costo va desde los 120 dólares hasta los 1000 dólares. (Anexo 16)



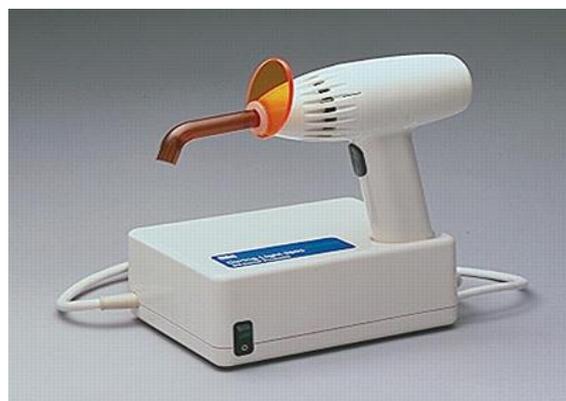
3.8.5. Autoclaves:

Las autoclaves se utilizan para la esterilización del instrumental médico a base de vapor de agua, su costo es muy fluctuante ya que existe una gran variedad de las mismas las más usuales en la parte odontológica son las autoclaves de mesa y van desde los 1200 dólares hasta los 4000 dólares. (Anexo 17)



3.8.6. Lámparas de Fotocurado:

Este equipo emite una luz alógena a través de la cual se logra el endurecimiento de los materiales utilizados en clínica dental y sus precios están entre los 160 dólares pudiendo llegar hasta los 450 dólares. (Anexo 18)



3.8.7. Esterilizadores:

Como su nombre lo indica sirven para esterilizar el instrumental médico, a diferencia de las autoclaves la esterilización se realiza en seco, su costo va desde los 900 dólares hasta los 5500 dólares. (Anexo 19)



Los insumos que de acuerdo a nuestras encuestas son los de más alta rotación son los que se muestran a en la tabla de la pregunta No. 4

Debido a su aptitud y variedad hablaremos de los 3 principales:

3.8.8. Fresa:

Las fresas instaladas en la turbina sirven para la limpieza, perforación, pulido de las piezas dentales. Las fresas mas comunes son las de acero, acero endurecido y acero duro, pueden ser redondas, cónicas, de una gran variedad de acuerdo con su necesidad.



3.8.9. Material de Impresión:

Los materiales de impresión se preparan mediante la mezcla de dos materiales no tóxicos hasta alcanzar una masa homogénea, se aplican sobre la dentadura del paciente para hacer una toma de la misma.



3.8.10. Anestésicos:

Son fármacos que sirven para evitar temporalmente la sensibilidad en las áreas donde el profesional va a realizar cualquier tipo de exploración, tratamiento, etc.



La información mas detallada de los insumos la podemos ver en el anexo No. 20



CAPITULO 4

ANÁLISIS DE INVERSIÓN



CAPITULO 4

ANÁLISIS DE INVERSIÓN

En este capítulo enfatizaremos todo lo referente a los recursos monetarios y la forma como los vamos a adquirir.

4.1. COSTOS DE CONSTITUCIÓN

Nuestra empresa dedicada a la importación y comercialización de insumos odontológicos se formará inicialmente con un capital de US\$ 100.000,00, el mismo que está compuesto por las aportaciones de dos socios:

SOCIO 1 US\$ 50000.00

SOCIO 2 US\$ 50000.00

Descripción	Valor
Gastos de Constitución	520.00
Permiso de Funcionamiento del Municipio	30.00
Permiso del Cuerpo de Bomberos	25.00
Total de Gastos de Constitución	575.00

Realizado por : Los Autores

4.2. ACTIVOS FIJOS

Los Activos Fijos son bienes de la empresa, no destinados a la venta, adquiridos con el propósito de facilitar la comercialización de bienes o servicios que brinda la misma.



4.2.1. Equipos de Oficina

Descripción	Cantidad	Valor
Impresoras	8	840,00
Teléfonos	10	275,00
Total	18	1.115,00

Realizado por: Los Autores.

4.2.2. Muebles y Enseres

Descripción	Cantidad	Valor
Archivadores	8	630,00
Escritorios	12	5.400,00
Estantes	8	360,00
Exhibidores	3	1.500,00
Menaje	1	250,00
Mesas	1	60,00
Sillas	16	720,00
Sillones	13	960,00
Sillones de espera	6	360,00
Total		10.240,00

Realizado por: Los Autores

4.2.3. Equipo de Computación

Descripción	Cantidad	Valor
computadoras	13	7.800,00
Total		7.800,00

Realizado por: Los Autores



4.2.4. Consolidado activos fijos.

Descripción	Valor
Muebles y Eq. De Oficina	11.355,00
Equipo de Computo	7.800,00
Total	19.155,00

Realizado por: Los Autores

4.2.5. Depreciación activos

Descripción	Valor	Depreciación	Dep. anual	Dep. mensual
Muebles y Eq. De Oficina	11.355,00	10%	1.135,50	94,63
Equipo de Computo	7.800,00	33,33%	2.599,74	216,65
Total	19.155,00		3.735,24	311,27

Realizado por: Los Autores

Depreciación activos

Diferidos

Descripción	Valor	Depreciación	Dep. anual	Dep. mensual
Gastos de constitución	575,00	20%	115,00	9,58
Total	575,00		115,00	9,58

Realizado por: Los Autores

4.3. PRESUPUESTO DE EMPLEADOS

Es un documento que contiene todo lo relacionado a los costos que representan los empleados para la organización en un determinado periodo de tiempo.

Descripción	Sueldo	Sueldo Anual	A. per. 9,35%	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Vacaciones	A.Patr. 12.15%	F. de Reserva	Total	Trimestral
Gerente General	600,00	7200,00	673,20	600,00	340,00	300,00	874,80	0,00	9314,80	2328,70
Gerente Administrativo	500,00	6000,00	561,00	500,00	340,00	250,00	729,00	0,00	7819,00	1954,75
Auxiliar Financiero	350,00	4200,00	392,70	350,00	340,00	175,00	510,30	0,00	5575,30	1393,83
Auxiliar Administrativo	350,00	4200,00	392,70	350,00	340,00	175,00	510,30	0,00	5575,30	1393,83
Recepcionista	350,00	4200,00	392,70	350,00	340,00	175,00	510,30	0,00	5575,30	1393,83
Bodeguero	350,00	4200,00	392,70	350,00	340,00	175,00	510,30	0,00	5575,30	1393,83
Contador	500,00	6000,00	561,00	500,00	340,00	250,00	729,00	0,00	7819,00	1954,75
Auxiliar Contable	350,00	4200,00	392,70	350,00	340,00	175,00	510,30	0,00	5575,30	1393,83
Jefe de Importaciones	500,00	6000,00	561,00	500,00	340,00	250,00	729,00	0,00	7819,00	1954,75
Jefe de Ventas	500,00	6000,00	561,00	500,00	340,00	250,00	729,00	0,00	7819,00	1954,75
Vendedor de Almacén	350,00	4200,00	392,70	350,00	340,00	175,00	510,30	0,00	5575,30	1393,83
Vendedor Visitador 1	350,00	4200,00	392,70	350,00	340,00	175,00	510,30	0,00	5575,30	1393,83
Vendedor Visitador 2	350,00	4200,00	392,70	350,00	340,00	175,00	510,30	0,00	5575,30	1393,83
TOTAL	5400,00	64800,00	6058,80	5400,00	4420,00	2700,00	7873,20	0,00	85193,20	21298,30

Realizado por: Los Autores



TIPO DE MANO DE OBRA

Descripción	Total	Trimestral
Mano de Obra Directa	24.544,90	8.181,63
Mano de Obra Indirecta	60.648,30	20.216,10
TOTAL	85.193,20	28.397,73

Realizado por: Los Autores

4.4. PRESUPUESTO DE VENTAS

Es un documento que pronostica las ventas futuras, es uno de los principales presupuestos a considerar ya que define el nivel de actividad en la que la empresa se va a desenvolver.

Mes	Ventas	Contado (20%)	Crédito (80%)	Cuota Inicial (40%)	Cartera	1ra cuota	2da Cuota	3ra cuota
Enero	66.666,67	13.333,33	53.333,33	21.333,33	32.000,00	10.666,67	10.666,67	10.666,67
Febrero	66.666,67	13.333,33	53.333,33	21.333,33	32.000,00	10.666,67	10.666,67	10.666,67
Marzo	66.666,67	13.333,33	53.333,33	21.333,33	32.000,00	10.666,67	10.666,67	10.666,67
Abril	66.666,67	13.333,33	53.333,33	21.333,33	32.000,00	10.666,67	10.666,67	10.666,67
Mayo	66.666,67	13.333,33	53.333,33	21.333,33	32.000,00	10.666,67	10.666,67	10.666,67
Junio	66.666,67	13.333,33	53.333,33	21.333,33	32.000,00	10.666,67	10.666,67	10.666,67
Julio	66.666,67	13.333,33	53.333,33	21.333,33	32.000,00	10.666,67	10.666,67	10.666,67
Agosto	66.666,67	13.333,33	53.333,33	21.333,33	32.000,00	10.666,67	10.666,67	10.666,67
Septiembre	66.666,67	13.333,33	53.333,33	21.333,33	32.000,00	10.666,67	10.666,67	10.666,67
Octubre	66.666,67	13.333,33	53.333,33	21.333,33	32.000,00	10.666,67	10.666,67	10.666,67
Noviembre	66.666,67	13.333,33	53.333,33	21.333,33	32.000,00	10.666,67	10.666,67	10.666,67
Diciembre	66.666,67	13.333,33	53.333,33	21.333,33	32.000,00	10.666,67	10.666,67	10.666,67
Total Ventas	800.000,00	160.000,00	640.000,00	256.000,00	384.000,00	128.000,00	128.000,00	128.000,00

Realizado por : Los Autores

Es un documento que incluye con detalle los cobros inmediatos, periódicos, impagos, nos permite determinar cuales serán los ingresos reales con los que contará la empresa en un periodo de tiempo definido.

Mes	Ventas	Credito											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
mes 1	32.000,00	10.666,67	10.666,67	10.666,67									
mes 2	32.000,00		10.666,67	10.666,67	10.666,67								
mes 3	32.000,00			10.666,67	10.666,67	10.666,67							
mes 4	32.000,00				10.666,67	10.666,67	10.666,67						
mes 5	32.000,00					10.666,67	10.666,67	10.666,67					
mes 6	32.000,00						10.666,67	10.666,67	10.666,67				
mes 7	32.000,00							10.666,67	10.666,67	10.666,67			
mes 8	32.000,00								10.666,67	10.666,67	10.666,67		
mes 9	32.000,00									10.666,67	10.666,67	10.666,67	
mes 10	32.000,00										10.666,67	10.666,67	
mes 11	32.000,00											10.666,67	10.666,67
mes 12	32.000,00												10.666,67
Total Ventas	384.000,00	10.666,67	21.333,33	32.000,00									

Realizado por : Los Autores



4.5. PRESUPUESTO DE GASTOS EN VENTAS

4.5.1. Gastos en Publicidad

Es un documento donde consta todo lo correspondiente a publicidad, se decidió incluir los gastos de: rotulación, guía telefónica y promoción radial.

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Guía Telefónica	20,83	250,00
Rotulación	83,33	1.000,00
Promoción Radial	75,00	900,00
Varios	2,50	30,00
Total	181,67	2.180,00

Realizado por: Los Autores

4.5.2. Gastos en Sueldos de Vendedores

En este documento se incluyen los gastos por gestión de venta por parte de los vendedores, beneficios sociales, viáticos, entre otros.

GASTOS EN PERSONAL DE VENTAS

Descripción	Sueldo	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Vacaciones	A.Patr. 12.15%	Sueldo Anual	Valor
Jefe de Ventas	500,00	500,00	340,00	250,00	729,00	6000,00	7819,00
Vendedor de Almacén	350,00	350,00	340,00	175,00	510,30	4200,00	5575,30
Vendedor Visitador 1	350,00	350,00	340,00	175,00	510,30	4200,00	5575,30
Vendedor Visitador 2	350,00	350,00	340,00	175,00	510,30	4200,00	5575,30
Total	1.550,00	1.550,00	1.360,00	775,00	2.259,90	18.600,00	24.544,90

Realizado por: Los Autores

4.5.3 Gastos en Comisiones de Vendedores

Descripción	Sueldo	Comisiones Mensuales	Comisiones Anuales
Vendedor Visitador 1	350,00	100,00	1200,00
Vendedor Visitador 2	350,00	100,00	1200,00
Total	700,00	200,00	2.400,00

Realizado por: Los autores



4.6. PRESUPUESTO DE COMPRAS

Es un documento que nos permite determinar la cantidad de bienes que debemos adquirir, esta directamente relacionado con el volumen de ventas.

Descripción	Anual	Mensual
Costo Compras	533.333,33	44.444,44
80% Compras netas	426.666,67	35.555,56
12% Gasto. x arancel	64.000,00	5.333,33
8% Gasto. Importación	42.666,67	3.555,56

Realizado por: Los autores

Para nuestro proyecto tomamos el valor de las ventas que es de 800.000,00 para el primer año, en el cual está incluida la utilidad, la misma que corresponde al 50% del valor de compra por lo que realizamos el siguiente cálculo:

$$\text{Costo de compras} = 800.000,00 / 1,50$$

$$\text{Costo de compras} = 533.555,33$$

De este valor a su vez se descomponen el costo de copras netas, gasto por aranceles y gasto por importación conforme se muestra en el cuadro en la parte superior.

Descomponiendo las compras en periodos mensuales para el primer año tenemos el siguiente cuadro:



Presupuesto de Compras Primer Año

Mes	Compras	Contado (60%)	Crédito (40%)
Mes 1	35.555,56	21.333,33	14.222,22
Mes 2	35.555,56	21.333,33	14.222,22
Mes 3	35.555,56	21.333,33	14.222,22
Mes 4	35.555,56	21.333,33	14.222,22
Mes 5	35.555,56	21.333,33	14.222,22
Mes 6	35.555,56	21.333,33	14.222,22
Mes 7	35.555,56	21.333,33	14.222,22
Mes 8	35.555,56	21.333,33	14.222,22
Mes 9	35.555,56	21.333,33	14.222,22
Mes 10	35.555,56	21.333,33	14.222,22
Mes 11	35.555,56	21.333,33	14.222,22
Mes 12	35.555,56	21.333,33	14.222,22
Total Compras	426.666,67	256.000,00	170.666,67

Realizado por : Los Autores

Presupuesto de Compras para Cinco Años

Años	Compras	Contado (60%)	Crédito 40% (60 días)
Año 1	426.666,67	256.000,00	170.666,67
Año 2	469.333,33	281.600,00	187.733,33
Año 3	516.266,67	309.760,00	206.506,67
Año 4	567.893,33	340.736,00	227.157,33
Año 5	624.682,67	374.809,60	249.873,07
Total Compras	2.604.842,67	1.562.905,60	1.041.937,07

4.7. PRESUPUESTO DE PAGOS DE COMPRAS

Se detalla las compras al contado y a crédito, incluye el plazo a pagar

Mes	Compras	Contado (60%)	Crédito (40%)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
mes 1	35.555,56	21.333,33	14.222,22			14.222,22									
mes 2	35.555,56	21.333,33	14.222,22				14.222,22								
mes 3	35.555,56	21.333,33	14.222,22					14.222,22							
mes 4	35.555,56	21.333,33	14.222,22						14.222,22						
mes 5	35.555,56	21.333,33	14.222,22							14.222,22					
mes 6	35.555,56	21.333,33	14.222,22								14.222,22				
mes 7	35.555,56	21.333,33	14.222,22									14.222,22			
mes 8	35.555,56	21.333,33	14.222,22										14.222,22		
mes 9	35.555,56	21.333,33	14.222,22											14.222,22	
mes 10	35.555,56	21.333,33	14.222,22												14.222,22
mes 11	35.555,56	21.333,33	14.222,22												
mes 12	35.555,56	21.333,33	14.222,22												
Total Compras	426.666,67	256.000,00	170.666,67			14.222,22									

Realizado por: Los Autores



4.8. PRESUPUESTO DE GASTOS EN SERVICIOS BÁSICOS

Constituye todo lo correspondiente a energía eléctrica, internet, agua potable y teléfonos para el desarrollo de la empresa

Descripción	Mensual	Anual	Trimestral
Energía Eléctrica	125,00	1.500,00	375,00
Agua Potable	35,00	420,00	105,00
Internet	47,00	564,00	141,00
teléfonos	165,00	1.980,00	495,00
Total	372,00	4.464,00	1.116,00

Realizado por : Los Autores

4.9. PRESUPUESTOS DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

Descripción	Mensual	Anual
Gerente General	776,23	9.314,80
Gerente Administrativo	651,58	7.819,00
Auxiliar Financiero	464,61	5.575,30
Auxiliar Administrativo	464,61	5.575,30
Recepcionista	464,61	5.575,30
Bodeguero	464,61	5.575,30
Contador	651,58	7.819,00
Auxiliar Contable	464,61	5.575,30
Jefe de Importaciones	651,58	7.819,00
Arriendos	400,00	4.800,00
Suministros de oficina	250,00	3.000,00
Útiles de aseo y limpieza	150,00	1.800,00
Uniformes de personal	108,33	1.300,00
Gastos de mantenimiento	150,00	1.800,00
Servicios Básicos	372,00	4.464,00
Total	6.484,36	77.812,30

Realizado por : Los Autores



4.10. PRESUPUESTO DE GASTOS EN SOFTWARE

Es un utilitario muy importante, se lo utiliza para el control de inventarios y costos, así como toda la información financiera

Descripción	Mensual	Anual
PROFENIX SOFTWARE 2014		
5.12	70.83	850.00
Total	70.83	850.00

Realizado por: Los Autores

4.11. CAPITAL DEL TRABAJO

“Es el conjunto de recursos económicos necesario, en forma de activos corrientes, que se requiere para la operación normal de un proyecto hasta que los niveles de ingreso que genera por las ventas de sus productos cubran los gastos de operación durante el ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados”¹⁹

Descripción	Anual	Observación
gastos en importación (flete, seguro, etc)	42.666,67	Primer año
gastos en aranceles	64.000,00	Primer año
mano de obra directa	8.181,63	Primer trimestre
mano de obra indirecta	20.216,10	Primer trimestre
gastos administrativos	4.291,00	Primer trimestre
Gastos en ventas	6.136,23	Primer trimestre
Comisiones en ventas	600,00	Primer trimestre
gastos en publicidad	2.180,00	Primer año
gastos en software	850,00	Primer año
Total	149.121,63	

¹⁹Cristina Yolanda Flores Méndez, proyecto de factibilidad para la importación y comercialización de banner stands y roll ups como artículos de rotulación desde china hacia la ciudad de quito, para la empresa amazonas rotulación.



Realizado por: Los Autores

Para el análisis del capital de trabajo consideramos los rubros de gastos de importación, gastos en aranceles, gastos en publicidad y gastos en software para todo el año, los demás rubros se consideran el primer trimestre.

4.12. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Para el funcionamiento de la empresa se requiere de todos los recursos propios los que son aportados por los socios en dinero o en bienes, se ha visto la necesidad de realizar un crédito a una institución bancaria.

4.12.1. Inversión del Proyecto

Detalle	Valor
Activos Fijo	19.155,00
Costo de Constitución	575,00
Capital del Trabajo	14.9121,63
Total	16.8851,63

Realizado por: los autores

4.12.2. Conformación de la Inversión

Inversión	Valor	%
Capital Propio	100.000,00	59,22%
Capital Prestado	68.851,63	40,78%
Total	168.851,63	100,00%

Realizada por: los autores

La junta de socios acordó realizar un crédito por US\$68.851,63 el mismo que se realizará en el banco del austro para un plazo de 5 años con un interés del 15.20% tasa efectiva anual los mismos que serán destinados a inversiones para el local

Monto (k) = 68.851,63

Interés (i) = 15,20%



Plazo (n) = 5 años 60 meses

$$A = k \left(\frac{1 \times (1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \right)$$

$$A = 68.851,63 \left(\frac{0.01267 \times (1+0.01267)^{60}}{(1+0.01267)^{60} - 1} \right)$$

A= 1.645,21

El valor de la cuota mensual será de \$1.645,21

Una vez que se ha obtenido el valor de la cuota podemos construir la tabla de amortización para el crédito.

4.12.3. Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
Capital			68.851,63		
Interés			12%		
Plazo			60 meses		
n	Saldo Inicial	Cuota	Interés	Capital	Saldo Final
1	68.851,63	1.645,21	872,12	773,09	68.078,54
2	68.078,54	1.645,21	862,33	782,88	67.295,65
3	67.295,65	1.645,21	852,41	792,80	66.502,85
4	66.502,85	1.645,21	842,37	802,84	65.700,01
5	65.700,01	1.645,21	832,20	813,01	64.887,00
6	64.887,00	1.645,21	821,90	823,31	64.063,69
7	64.063,69	1.645,21	811,47	833,74	63.229,95
8	63.229,95	1.645,21	800,91	844,30	62.385,65
9	62.385,65	1.645,21	790,22	854,99	61.530,65
10	61.530,65	1.645,21	779,39	865,82	60.664,83



11	60.664,83	1.645,21	768,42	876,79	59.788,04
12	59.788,04	1.645,21	757,32	887,90	58.900,14
13	58.900,14	1.645,21	746,07	899,14	58.001,00
14	58.001,00	1.645,21	734,68	910,53	57.090,46
15	57.090,46	1.645,21	723,15	922,07	56.168,40
16	56.168,40	1.645,21	711,47	933,75	55.234,65
17	55.234,65	1.645,21	699,64	945,57	54.289,08
18	54.289,08	1.645,21	687,66	957,55	53.331,53
19	53.331,53	1.645,21	675,53	969,68	52.361,85
20	52.361,85	1.645,21	663,25	981,96	51.379,88
21	51.379,88	1.645,21	650,81	994,40	50.385,48
22	50.385,48	1.645,21	638,22	1.007,00	49.378,49
23	49.378,49	1.645,21	625,46	1.019,75	48.358,73
24	48.358,73	1.645,21	612,54	1.032,67	47.326,07
25	47.326,07	1.645,21	599,46	1.045,75	46.280,32
26	46.280,32	1.645,21	586,22	1.059,00	45.221,32
27	45.221,32	1.645,21	572,80	1.072,41	44.148,91
28	44.148,91	1.645,21	559,22	1.085,99	43.062,92
29	43.062,92	1.645,21	545,46	1.099,75	41.963,17
30	41.963,17	1.645,21	531,53	1.113,68	40.849,49
31	40.849,49	1.645,21	517,43	1.127,79	39.721,71
32	39.721,71	1.645,21	503,14	1.142,07	38.579,63
33	38.579,63	1.645,21	488,68	1.156,54	37.423,10
34	37.423,10	1.645,21	474,03	1.171,19	36.251,91
35	36.251,91	1.645,21	459,19	1.186,02	35.065,89
36	35.065,89	1.645,21	444,17	1.201,04	33.864,84
37	33.864,84	1.645,21	428,95	1.216,26	32.648,59
38	32.648,59	1.645,21	413,55	1.231,66	31.416,92
39	31.416,92	1.645,21	397,95	1.247,26	30.169,66
40	30.169,66	1.645,21	382,15	1.263,06	28.906,59
41	28.906,59	1.645,21	366,15	1.279,06	27.627,53
42	27.627,53	1.645,21	349,95	1.295,26	26.332,27
43	26.332,27	1.645,21	333,54	1.311,67	25.020,60
44	25.020,60	1.645,21	316,93	1.328,28	23.692,31
45	23.692,31	1.645,21	300,10	1.345,11	22.347,20
46	22.347,20	1.645,21	283,06	1.362,15	20.985,05
47	20.985,05	1.645,21	265,81	1.379,40	19.605,65
48	19.605,65	1.645,21	248,34	1.396,87	18.208,78
49	18.208,78	1.645,21	230,64	1.414,57	16.794,21
50	16.794,21	1.645,21	212,73	1.432,49	15.361,72
51	15.361,72	1.645,21	194,58	1.450,63	13.911,09



52	13.911,09	1.645,21	176,21	1.469,01	12.442,09
53	12.442,09	1.645,21	157,60	1.487,61	10.954,48
54	10.954,48	1.645,21	138,76	1.506,46	9.448,02
55	9.448,02	1.645,21	119,67	1.525,54	7.922,48
56	7.922,48	1.645,21	100,35	1.544,86	6.377,62
57	6.377,62	1.645,21	80,78	1.564,43	4.813,19
58	4.813,19	1.645,21	60,97	1.584,25	3.228,95
59	3.228,95	1.645,21	40,90	1.604,31	1.624,63
60	1.624,63	1.645,21	20,58	1.624,63	0,00

Realizado por: Los Autores

4.14. FUENTES Y USOS

En el siguiente cuadro se muestra como se van a invertir los recursos que se han obtenido tanto de fuentes propias como del préstamo que se realizó.

Descripción	Valor
Activos Fijos	19.155,00
Muebles y Eq. De Oficina	11.355,00
Equipo de Computo	7.800,00
Activos diferidos	575,00
Constitución	520,00
Permisos	55,00
Capital de trabajo	149.121,63
Gastos en importación (flete, seguro, etc.)	42.666,67
Gastos en aranceles	64.000,00
Mano de obra directa	8.181,63
Mano de obra indirecta	20.216,10
Gastos administrativos	4.291,00
Gastos en ventas	6.136,23
Comisiones en ventas	600,00
Gastos en publicidad	2.180,00
Gastos en software	850,00
TOTAL	168.851,63

Realizado por: Los Autores



CAPITULO 5

ESTUDIO FINANCIERO



CAPITULO 5

ESTUDIO FINANCIERO

“Los estados financieros son informes que se elaboran al finalizar un periodo contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa. Esta información permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial económico de la entidad”²⁰

“Según Sapag, la sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos de ingresos que pueden deducirse de los estudios previos. Sin embargo, y debido a que no se ha proporcionado toda la información necesaria para la evaluación, en esta etapa deben definirse todos aquellos elementos que debe suministrar el propio estudio financiero”.²¹

5.1. BALANCE GENERAL (1ER AÑO)

Este documento refleja la situación financiera de la empresa en un tiempo establecido. Consta de ACTIVO, PASIVO Y PATRIMONIO, este balance debe ser imagen fiel del estado patrimonial de la empresa

²⁰ Pedro Zapata Sánchez, Contabilidad General 4, pagina 69

²¹ MIGUEL DAVID ROJAS LÓPEZ, EVALUACIÓN DE PROYECTOS PARA INGENIEROS, PAGINA 57.



Activos		
Activo Corriente		280.510,96
Bancos	280.510,96	
Activo Exigible		64.000,00
Cuentas por Cobrar	64.000,00	
Activos Fijos		15.419,76
Muebles y Equipos de Oficina	11.355,00	10.219,50
Depreciación Acum. de Mue y Equipo	1.135,50	
Equipo de Computo	7.800,00	5.200,26
Depreciación Acum. Equipo de Computo	2.599,74	
Activos Diferidos		460,00
Gastos de Constitución	575,00	
Amortización acumulada de Gastos de Constitución	115,00	
TOTAL ACTIVOS		<u>375.810,48</u>
Pasivo		
Pasivo Corriente a Corto Plazo	10.687,26	
Sueldos y Salarios	5.357,93	
decimo tercer sueldo	450,00	
decimo cuarto sueldo	368,33	
vacaciones	2.700,00	
Fondos de Reserva	450,00	
Aporte Personal 9.35%	504,90	
Aporte Patronal 12.15%	656,10	
Comisiones por pagar	200,00	
Gastos Administrativos por pagar	1.430,33	
Arriendos	400,00	
Suministros de oficina	250,00	
Útiles de aseo y limpieza	150,00	
Uniformes de personal	108,33	
Gastos de mantenimiento	150,00	
Servicios Básicos	372,00	
Costos importación por pagar	8.888,89	
Aranceles	5.333,33	
Gasto importación	3.555,56	
Cuentas por pagar proveedores por pagar	44.693,47	44.693,47
Intereses por pagar	9.791,06	
15% Participación de Trabajadores	21.785,72	
Impuesto a la Renta por Pagar	36.309,54	
Pasivo Corriente a Largo Plazo		
Obligaciones Bancarias	55.081,30	55.081,30
Préstamo Banco del Austro	55.081,30	
Total Pasivos		188.667,58
Patrimonio		100.000,00
Capital Suscrito	100.000,00	
Resultados del Ejercicio		87.142,90
Utilidad del Ejercicio	87.142,90	
TOTAL PASIVO+PATRIMONIO+-RESULTADOS		<u>375.810,48</u>



5.2. ESTADOS DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO (5 AÑOS)

Este documento refleja de forma ordenada la utilidad o pérdida del ejercicio. La primera parte analiza todos los ingresos por ventas y la segunda está formada por todos los gastos que incurren para el desarrollo de las ventas. Esto quiere decir que la diferencia entre el precio de los costos y las ventas determina la utilidad o pérdida del ejercicio

Costo de Ventas

Año 1

Descripción	Valor
Inventario Inicial	0,00
Compras	426.666,67
Inventario Final	0,00
Total	426.666,67

Estado de Resultados Proyectado al Primer Año

Ingresos

Ventas	800.000,00
- Costo de Ventas	426.666,67
= Utilidad Bruta en Ventas	373.333,33
- Gasto Administrativo	77.812,30
- Gasto en ventas	29.124,90
- Gastos de importación	42.666,67
- Gastos de aranceles	64.000,00
- Gastos de software	850,00
- Depreciación de activos fijos	3.735,24
- Amortización de activos diferidos	115,00
= Utilidad Operativa	155.029,23
- Gasto Financiero	9.791,06
= Utilidad después de Gasto Financiero	145.238,17
- 15% empleados y trabajadores	21.785,72
- 25% Impuesto a la renta	36.309,54
= Utilidad Neta del Ejercicio	87.142,90



Costo de Ventas

Año 2

Descripción	Valor
Inventario Inicial	0,00
Compras	469.333,33
Inventario Final	0,00
Total	469.333,33

Estado de Resultados Proyectado al Segundo Año

Ingresos

Ventas	880.000,00
- Costo de Ventas	469.333,33
= Utilidad Bruta en Ventas	410.666,67
- Gasto Administrativo	77.812,30
- Gasto en ventas	29.124,90
- Gastos de importación	46.933,33
- Gastos de aranceles	70.400,00
- Gastos de software	0,00
- Depreciación de activos fijos	3.735,24
- Depreciación de activos diferidos	115,00
= Utilidad Operativa	182.545,89
- Gasto Financiero	0,00
= Utilidad después de Gasto Financiero	182.545,89
- 15% empleados y trabajadores	27.381,88
- 25% Impuesto a la renta	45.636,47
= Utilidad Neta del Ejercicio	109.527,54



Costo de Ventas

Año 3

Descripción	Valor
Inventario Inicial	0,00
Compras	516.266,67
Inventario Final	0,00
Total	516.266,67

Estado de Resultados Proyectado al Tercer Año

Ingresos

Ventas	968.000,00
- Costo de Ventas	516.266,67
= Utilidad Bruta en Ventas	451.733,33
- Gasto Administrativo	77.812,30
- Gasto en ventas	29.124,90
- Gastos de importación	51.626,67
- Gastos de aranceles	77.440,00
- Gastos de software	0,00
- Depreciación de activos fijos	3.735,24
- Depreciación de activos diferidos	115,00
= Utilidad Operativa	211.879,23
- Gasto Financiero	4.802,81
Utilidad después de Gasto	
= Financiero	207.076,42
- 15% empleados y trabajadores	31.061,46
- 25% Impuesto a la renta	51.769,10
= Utilidad Neta del Ejercicio	124.245,85



Año 4

Descripción	Valor
Inventario Inicial	0,00
Compras	567.893,33
Inventario Final	0,00
Total	567.893,33

**Estado de Resultados Proyectado
al Cuarto Año**

Ingresos

Ventas	1.064.800,00
- Costo de Ventas	567.893,33
= Utilidad Bruta en Ventas	496.906,67
- Gasto Administrativo	77.812,30
- Gasto en ventas	29.124,90
- Gastos de importación	56.789,33
- Gastos de aranceles	85.184,00
- Gastos de software	0,00
- Depreciación de activos fijos	3.735,24
- Depreciación de activos diferidos	115,00
= Utilidad Operativa	244.145,89
- Gasto Financiero	3.081,04
= Utilidad después de Gasto Financiero	241.064,85
- 15% empleados y trabajadores	36.159,73
- 25% Impuesto a la renta	60.266,21
= Utilidad Neta del Ejercicio	144.638,91



Costo de Ventas

Año 5

Descripción	Valor
Inventario Inicial	0,00
Compras	624.682,67
Inventario Final	0,00
Total	624.682,67

Estado de Resultados al Quinto Año

Ingresos

Ventas	1.171.280,00
- Costo de Ventas	624.682,67
= Utilidad Bruta en Ventas	546.597,33
- Gasto Administrativo	77.812,30
- Gasto en ventas	29.124,90
- Gastos de importación	62.468,27
- Gastos de aranceles	93.702,40
- Gastos de software	0,00
- Depreciación de activos fijos	3.735,24
- Depreciación de activos diferidos	115,00
= Utilidad Operativa	279.639,23
- Gasto Financiero	1.140,90
= Utilidad después de Gasto Financiero	278.498,33
- 15% empleados y trabajadores	41.774,75
- 25% Impuesto a la renta	69.624,58
= Utilidad Neta del Ejercicio	167.099,00

5.3. FLUJO DE CAJA

“Un flujo de caja se estructura en varias columnas que representan los momentos en que se generan los costos y beneficios de un proyecto. Cada momento refleja dos cosas: Los movimientos de caja ocurridos durante un periodo, generalmente de un año, y los desembolsos que deben estar realizados para que los eventos del periodo siguiente puedan ocurrir”.²²

FLUJO DE EFECTIVO		AÑO 1											
Descripción	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Saldo Inicial	0,00	-11.807,31	-12.097,95	-15.944,14	-9.123,67	-2.303,20	4.517,27	11.337,74	18.158,21	24.978,68	31.799,15	38.619,62	
+ Cobros	34.666,67	45.333,33	56.000,00	66.666,67	66.666,67	66.666,67	66.666,67	66.666,67	66.666,67	66.666,67	66.666,67	66.666,67	
- Compras	21.333,33	21.333,33	35.555,56	35.555,56	35.555,56	35.555,56	35.555,56	35.555,56	35.555,56	35.555,56	35.555,56	35.555,56	
- Gasto Administrativo	6.484,36	6.484,36	6.484,36	6.484,36	6.484,36	6.484,36	6.484,36	6.484,36	6.484,36	6.484,36	6.484,36	6.484,36	
- Gasto de Ventas	2.427,08	2.427,08	2.427,08	2.427,08	2.427,08	2.427,08	2.427,08	2.427,08	2.427,08	2.427,08	2.427,08	2.427,08	
- Gastos de importación	3.555,56	3.555,56	3.555,56	3.555,56	3.555,56	3.555,56	3.555,56	3.555,56	3.555,56	3.555,56	3.555,56	3.555,56	
- Gastos de aranceles	5.333,33	5.333,33	5.333,33	5.333,33	5.333,33	5.333,33	5.333,33	5.333,33	5.333,33	5.333,33	5.333,33	5.333,33	
- Gastos de software	850,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
- Pago prestamo Capital	773,09	782,88	792,80	802,84	813,01	823,31	833,74	844,30	854,99	865,82	876,79	887,90	
- Pago prestamo Interes	872,12	862,33	852,41	842,37	832,20	821,90	811,47	800,91	790,22	779,39	768,42	757,32	
- 15 % E. T.	1.816,91	1.816,91	1.816,91	1.816,91	1.816,91	1.816,91	1.816,91	1.816,91	1.816,91	1.816,91	1.816,91	1.816,91	
-22% Imp. Renta	3.028,19	3.028,19	3.028,19	3.028,19	3.028,19	3.028,19	3.028,19	3.028,19	3.028,19	3.028,19	3.028,19	3.028,19	
TOTAL	-11.807,31	-12.097,95	-15.944,14	-9.123,67	-2.303,20	4.517,27	11.337,74	18.158,21	24.978,68	31.799,15	38.619,62	45.440,09	

²²NASSIR SAPAG CHAIN, PROYECTOS DE INVERSIÓN FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN. SEGUNDA EDICIÓN. PAGINA 250.



FLUJOS PARA 5 AÑOS

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Inicial	0,00	45.440,09	138.006,08	247.205,32	374.684,74
+ Cobros	736.000,00	873.600,00	960.960,00	1.057.056,00	1.162.761,60
- Compras	398.222,22	466.488,89	513.137,78	564.451,55	620.896,71
- Gasto Administrativo	77.812,30	77.812,30	77.812,30	77.812,30	77.812,30
- Gasto de Ventas	29.124,90	29.124,90	29.124,90	29.124,90	29.124,90
- Gastos de importación	42.666,67	46.933,33	51.626,67	56.789,33	62.468,27
- Gastos de aranceles	64.000,00	70.400,00	77.440,00	85.184,00	93.702,40
- Gastos de software	850,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- Pago prestamo Capital	9.951,49	11.574,07	13.461,22	15.656,07	18.208,78
- Pago prestamo Interes	9.791,06	8.168,48	6.281,33	4.086,48	1.533,77
- 15 % E. T.	21.802,97	26.449,51	31.078,71	36.176,98	41.792,00
-25% Imp. Renta	36.338,29	44.082,52	51.797,85	60.294,96	69.653,33
TOTAL	45.440,09	138.006,08	247.205,32	374.684,74	522.253,88

5.4. VAN

“El valor presente de una alternativa de inversión es una medida de cuanto dinero podrá permitirse un individuo o una empresa pagar por la inversión por arriba de su costo. Significa traer del futuro al presente cantidades monetarias a su valor equivalente. Cuando se trasladan cantidades de dinero del presente al futuro, se dice que se utiliza una tasa de interés pero cuando se trasladan cantidades monetarias del futuro al presente, como el VPN, se dice que se utiliza una tasa de descuento debido a los cual a los flujos de efectivo ya trasladados al presente se les llama flujos descontados. (Baca, p. 57, 1994)”.²³

Años	Flujos netos	Flujos Actualizados.
Año 1	46.980,19	42.709,26
Año 2	94.106,09	78.421,74
Año 3	110.739,33	85.184,10
Año 4	129.019,52	92.156,80
Año 5	149.109,24	99.406,16
		397.878,06

²³ MIGUEL DAVID ROJAS LÓPEZ, EVALUACIÓN DE PROYECTOS PARA INGENIEROS, PAGINA 155.



Tasa	10%
Σ Flujos Act.	\$ 397.878,06
INVERSIÓN	-168851,63
VAN PROYECTO.	\$ 229.026,43

De acuerdo al VAN obtenido el cual es superior a cero el proyecto se considera rentable.

5.5. TIR

“La tasa interna de rendimiento, como se llama frecuentemente, es el índice de rentabilidad ampliamente aceptado. Está definida como la tasa de interés que reduce a cero el valor presente, el valor futuro o el valor anual equivalente de una serie de ingresos y egresos”. (Coss Bu, 1994, pág 73)²⁴

Para calcular la TIR utilizaremos los datos previamente obtenidos para el van y aplicaremos las formulas financieras que vienen en Excel.

Años	Flujos efect.	Flujos Actualizados
Año 0	-168851,63	
Año 1	45.486,09	41.350,99
Año 2	90.079,67	75.066,39
Año 3	109.245,24	84.034,80
Año 4	127.525,42	91.089,59
Año 5	147.615,14	98.410,09
		389.951,87

²⁴ MIGUEL DAVID ROJAS LÓPEZ, EVALUACIÓN DE PROYECTOS PARA INGENIEROS, PAGINA 164.



Tasa 10%

TIR 42,87%

El Proyecto es rentable ya que se consideró una tasa alternativa del 10%, la cual sería un valor máximo que se recibiría como rendimiento si por ejemplo invirtiéramos nuestro dinero en un banco local, al obtener una TIR del 42,87% nos dice claramente que el rendimiento es superior.

5.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos fijos Totales	98.404,85	97.554,85	97.554,85	97.554,85	97.554,85
Costos Variables totales	590.614,96	681.939,06	752.665,81	830.481,63	916.097,51
TOTAL	689.019,81	779.493,91	850.220,67	928.036,48	1.013.652,36

$$\begin{aligned}
 & \text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{COSTOS FIJOS TOTALES}}{\text{VENTAS} - \text{COSTO VARIABLE TOTAL}} \\
 & \text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{98.404,85}{800.000,00 - 590.614,96} \\
 & \text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = 378.678,74
 \end{aligned}$$



El punto de equilibrio para nuestra empresa esta en \$378.678,74, lo que significa que a partir de este valor empezamos a percibir utilidades.

5.7. RELACIÓN COSTO BENEFICIO

$$\text{RELACIÓN COSTO BENEFICIO} = \frac{\pm \sum \text{FLUJOS DE EFECTIVO}}{\text{INVERSIÓN INICIAL}}$$

$$\text{RELACIÓN COSTO BENEFICIO} = \frac{\$ 519.951,56}{\$ 100.000,00}$$

$$\text{RELACIÓN COSTO BENEFICIO} = \$ 5,20$$

De acuerdo a los resultados del costo beneficio nos dice que por cada dólar que invertimos obtenemos 5,20 dólares.



CAPITULO 6

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



CAPITULO 6

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES.

1. A nivel de todo el país y concretamente en la provincia del Azuay se ha notado un importante desarrollo en el área de la salud, principalmente en la parte pública ya que existen grandes esfuerzos por ampliar la atención y que ésta sea de calidad a través de un adecuado equipamiento a los diferentes centros lo que abre las puertas a empresas como la nuestra y le permite generar buenas opciones de negocios.
2. Existen varias empresas que se dedican a la comercialización de insumos médicos y odontológicos pero la gran mayoría del mercado esta acaparada por unas pocas, las mismas que tienen información en internet, en su gran mayoría las demás empresas no poseen información suficiente para que los potenciales clientes puedan acceder a ella con facilidad.
3. En el austro de nuestro país la oferta de clínicas privadas duplica a la oferta existente en cuanto a atención pública.
4. En el estudio de mercado se detectó que es muy amplia la oferta en cuanto a productos e insumos en la parte médica y odontológica, por lo que se concluyó enfocar nuestro estudio en la parte odontológica.



5. En cuanto a los productos que la empresa va a ofertar se encontró que los equipos tienen rotaciones en largos plazos de tiempo las mismas que pueden llegar hasta los 20 años para que exista una renovación de equipo, mientras que los insumos tienen periodos de rotación mas cortos pudiendo hacerse compras mensuales o bimensuales.
6. A nivel de servicio las empresas que están en el mercado actualmente tienen muy buena reputación en cuanto a la atención al cliente tanto así, que han logrado fidelizar a buena parte de su mercado.
7. Las metas de la empresa son un tanto ambiciosas para el año de arranque de operaciones, por lo que debemos contar con equipos de trabajo bien capacitados y definir perfectamente las metas a alcanzar a la vez que se realice un seguimiento adecuado de las mismas para que se vayan cumpliendo de acuerdo a lo planificado.
8. Se requiere realizar un préstamo de 68.851,63 dólares, ya que tan solo contamos con un capital propio de 100.000,00 dólares y para un adecuado manejo de operaciones vamos a requerir de una cantidad total de 168.851,63 dólares.
9. Uno de los principales países del cual tenemos que realizar nuestras importaciones es Brasil ya que es una potencia en Latinoamérica en lo que se refiere a línea odontológica, además que tenemos tratados de comercio vigentes con este país.



10. Luego de realizar el análisis financiero se determina que el proyecto es rentable al tener un Valor Actual Neto (VAN) de 229.026,43 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 42,87%.

6.2. RECOMENDACIONES

1. Tener siempre información actualizada de productos, insumos y equipos, los mismos deben tener las mejores características del mercado y en la medida de lo posible que se encuentren en un rango de precios que pueda ser fácilmente introducido a nuestro mercado.
2. Conocer a nuestros principales competidores, especialmente buscar sus debilidades en cuanto a la percepción del mercado y volverlas nuestras fortalezas.
3. Contar con un buen portal Web, en el cual se anuncie nuestra compañía, nuestros principales productos y en si todos los beneficios que brinda nuestra empresa, debido a que en la actualidad el internet se ha convertido en una herramienta fundamental de búsqueda y consulta de todo tipo de profesionales.
4. Contratar personal con los perfiles adecuados para cada cargo, ya que esto garantizará que las actividades que tengan que realizar sean correctamente ejecutadas y no se cometan errores.
5. Llevar un control preciso del cumplimiento de las metas establecidas por la empresa y velar que se vayan aplicando adecuadamente todos los presupuestos y las planificaciones efectuadas en este proyecto.



6. Tener pleno conocimiento de qué acuerdos están vigentes actualmente con Brasil y los demás países desde donde pretendemos importar nuestros productos.
7. Tener un adecuado conocimiento de los procesos de exportación de los países de origen de nuestros productos y a su vez conocer bien los procesos de importación y costos en nuestro país.
8. Se recomienda invertir en el proyecto por considerarlo rentable.



BIBLIOGRAFÍAS



BIBLIOGRAFÍAS

Libros:

Miguel David Rojas López, Evaluación de Proyectos para ingenieros

Pedro Zapata Sánchez, Contabilidad General 4.

Nassir Sapag Chain, Proyectos de inversión, formulación y evaluación. Segunda Edición

Internet:

www.definicionabc.com

www.salud.gob.ec

www.gestiopolis.com

www.rsa.utpl.edu.ec

www.recordq.com

www.dentalperez.com.ec

<http://comercioexterior001.blogspot.com>

<http://todoproductosfinancieros.com>

<http://definicion.de/proyecto>

<http://definicion.de/oferta/>

Otros:

Cristina Yolanda Flores Méndez, proyecto de factibilidad para la importación y comercialización de banner stands y roll ups como artículos de rotulación desde china hacia la ciudad de quito, para la empresa amazonas rotulación.



ANEXOS



ANEXOS

ANEXO No. 1
CLINICAS PRIVADAS EN EL AZUAY

ITEM	NOMBRE	TELEFONO
1	Vaca Cojitambo Carlos Olmedo Md. G.S.S.	07-2931160
2	Hospital Universitario del Río	07-2459555
3	Clínica Metropolitana Centro Quirúrgico Metropolitano	07-2815158
4	Hospital Latino Clínica	07-2846666
5	Clínica Santa Cecilia	07-2834783 098721027
6	Hospital Monte Sinaí	07-2885595
7	Hospital Santa Inés	07-2827887
8	Clínica Bolívar	07-2842126
9	Clínica de Fracturas	07-2860555
10	Clínica Humanitaria Fundación Pablo Jaramillo Crespo	07-4093648
11	Clínica De Especialidades Médicas Auxilio Praxxel	07-2820198
12	Consultorios Monte Sinaí	07-2814813
13	Clínica De Especialidades Médicas Paucarbamba Clempa	07-2818111
14	Clínica Santa Fé	07-2839117
15	Clínica de Especialidades Médica Del Sur	07-2809686
16	Clínica Cisneros	07-2842128
17	Hospital San Martín de Porres	07-2835821
18	Consultorios Santa Ana	07-4103333
19	Clínica La Paz	07-2807046
20	Astudillo Molina Ruben Md.	07-2830585 0999609713
21	Centro Médico Light Body	07-4103672 0999311412
22	Clínica de Urología "Uroclinic"	07-2850140 0999761576
23	Clínica La Gloria	07-2882182 0984886710
24	Clínica Vega	07-2823471
25	Consultorios Latinoamericano	07-2820044
26	Centro Médico Ecográfico y Maternidad San Francisco	07-2275169 0982724115
27	Clínica Santa Bárbara Clinsabar Cia.Ltda.	07-2255138
28	Hospital Docente Universitario Católico	07-2831631
29	Clinica Oftalmolaser	07-2889244 0994060754
30	CLINICA DE ORTODONCIA Dr Alberto Delgado	07-2841213
31	Odonto clínica	07-4203111 0995405066
32	Diagen	07-2839024 0992227445
33	Polidental Cia. Ltda.	07-4097350 0995658937
34	Clínica Dental Dr. José Acosta	07-2822561
35	Salud Dent	07-2823604 0999512115
36	Clínica Odontium	07-2831631
37	Valdivieso Tamariz José Moisés	07-2830660
38	Clínica Dental Odontología Integral	07-4091784
39	Clínica Dental Odontología Integral	07-4091784
40	Clínica de Reproducción Humana Asistida "Nacer"	07-2882249



41	Clínica Santa Ana	07-2817564
42	Vasquez S. Fernando Dr. Pscl.	07-2840710 0999989800
43	Clínica 12 Pasos	07-4185691 0991851796
44	Clínica Dental San Francisco	07-2826818 9281319471
45	Clínica Futura	07-4096829
46	Díaz Heredia Fabian	07-2823272
47	Odontolaser	07-2801541 0992099616
48	Centro Médico Ecográfico y Maternidad San Francisco	07-2275169 0982724115
49	Clínica Santa Bárbara	07-2256661 0998851293
50	Clínica de Especialidades Médicas Santa Martha	07-2251416 0986884990
51	Clinica Oftalmolaser	07-2889244 0994060755
52	Odonto clínica	07-4203111 0995405066
53	Clínica de. Estética. Ortodoncia. y .Cirugia. MaxiloFacial.	07-2842111 0999896070
54	CLINICA DE ESPECIALIDADES ODONTOLÓGICAS	07-2882931
55	Polidental Cia. Ltda.	07-4097350 0995658937
56	Clínica Dental Dr. José Acosta	07-2822561
57	Clínica Dental Odontología Integral	07-4091784
58	Clínica de Especialidades Médicas Paucarbamba Clempa	07-2881988
59	Clínica de Reproducción Humana Asistida "Nacer"	07-2882249

Fuente: Edina

Elaborado por: Los Autores

ANEXO No. 2 CLINICAS PRIVADAS EN CAÑAR

ITEM	NOMBRE	TELEFONO
1	CLINICA SAN MARTIN S.A.	07-2241482
2	CLÍNICA DE ESPECIALIDADES MÉDICAS CLEMED	07-2242936 0995938935
3	CLINICA SANTA MARIANITA	07-2244280 099947680
4	CLINICA Hospital Luis Fernando Martínez	07-2235077 099327180
5	Centro Médico Bermeo Vallejo	07-2235232 0995827504
6	Clínica Santa Marianita	07-2244280 0999947680
7	Clínica de Especialidades Médicas "La Troncal"	07-2421784 0997914048

Fuente: Edina

Elaborado por: Los Autores



ANEXO 3
CLINICAS PRIVADAS EN LOJA

ITEM	NOMBRE	TELEFONO
1	Clínica & Laboratorio Medilab	07-2577056
2	Clínica del Sur	07-2576519
3	Clínica Hospital San José	07-2588405
4	Clínica San Pablo	07-2546444
5	Hospital Clínica San Agustín	07-2570314
6	CLINICA GALENOS	07-2571088
7	Clínica Jesús de Nazareth	07-2932189
8	CLINICA ASTUDILLO	07-2576119
9	Clínica San Francisco	07-2572468
10	Neurocentro	07-2577219 0985226947
11	CLÍNICA DE ESPECIALIDADES MÉDICAS CLEMED	07-2242936 0995938935
12	Clínica Astudillo	07-2576119
13	Clínica Nataly	07-2542020
14	Clínica Promed	07-2576114 0999572566
15	Clínica San Francisco	07-2572468
16	Clínica Santa María	07-2573451
17	Clínica de Especialidades Médicas Mogrovejo	07-2571527 0995902693
18	Diálítica Unidad Renal	07-2545426 098155703

Fuente: Edina

Elaborado por: Los Autores



ANEXO 4
CLINICAS PRIVADAS EN EL ORO

ITEM	NOMBRE	TELEFONO
1	Clinica Maternidad "Niño Jesús"	07-2577056
2	Dr. Ellys Macías (Médico Cirujano Pediatra)	07-2961121
3	Clinica "Santa Rita"	07-2976366
4	Clinica LA SALUD	07-2961871 0980815380
5	Clinica Aguilar	07-2932540
6	Clinica Internacional	07-2933413 0998409649
7	Clinica Materna Infantil Virgen del Carmen	07-2792856 0999613284
8	Clinica San Marcos	04-2913916 0981589977
9	Clinica Hospital Reina del Cisne	07-2976689 0999480642
10	Clinica Jesús de Nazareth	07-2932189
11	Clinica Traumatología	07-2981060
12	Clinica Traumatología	07-2981060
13	Clinica de especialidades médicas CLEMED	07-2983872
14	TORRE MEDICA LA CAROLINA	07-2967891 0991459073
15	Clinica Hospital Reina del Cisne	07-2976689 0999480642
16	Clinica Jesús de Nazareth	07-2932189
17	Clinica Maternidad mi Bebe	07-2510088 0998685298
18	CLINICA MORALES	07-2976114 0993380158
19	Clinica Quirúrgica Pino	07-2921554 0985009083
20	Clinica Traumatología	07-2981060
21	Clinica de Rehabilitación Oral Dr. Jorge Quevedo	07-2966080
22	Clinica Quirúrgica	07-2939606 0992292711
23	Centros Psicológicos Clínicos en el Oro Cepsifari	07-2983872 0991459073

Fuente: Edina

Elaborado por: Los Autores

ANEXO 5
CLINICAS PRIVADAS EN EL ORO

ITEM	NOMBRE	TELEFONO
1	Hospital San José	07-2577056
2	HOSPITAL SAN JOSE DE TAISHA	07-3900060
3	Clinica María Auxiliadora	07-2741630

Fuente: Edina

Elaborado por: Los Autores

ANEXO 6
CLINICAS PRIVADAS EN ZAMORA CHINCHIPE

ITEM	NOMBRE	TELEFONO
0	No existen	XXXX

Fuente: Edina

Elaborado por: Los Autores

Nota: En la provincia de Zamora Chunchipe no existen clínicas privadas y los usuarios se ven forzados a utilizar únicamente los servicios médicos públicos.



**ANEXO No. 7
AZUAY**

ITEM	HOSPITAL	TELEFONO
1	HOSPITAL VICENTE CORRAL MOSCOZO	074-096-606/074-096-598
2	HOSPITAL DE SIGSIG	072-266-115/072-267-629
3	HOSPITAL EL GIRON	072-276-136/074-275-115
4	HOSPITAL PAUTE	072-250-107/074-250-027
5	HOSPITAL GUALACEO	072-255-064/074-256-537
6	HOSPITAL SANTA ISABEL	072-270-147/072-270-437/074-270-295
7	HOSPITAL MARIANO ESTRELLA	072-847-427
8	CENTRO DE SALUD 1 PUMAPUNGO	072-867-071/072-869-642
9	AREA DE SALUD 2 MIRAFLORES	072-837-665/072-838-155/072-845-015
10	CENTRO DE SALUD 3 TOMEBAMBA	072-822-202/072-836-352
11	CENTRO DE SALUD 4 YANUNCAY	072-893-150/072-892-444/074-2892-390

Fuente: Edina

Elaborado por: Los Autores

**ANEXO No. 8
CAÑAR**

ITEM	HOSPITAL	TELEFONO
1	HOSPITAL HOMERO C. CRESPO	072-240-916
2	HOSPITAL LUIS FERNANDO MARTINEZ	072-236-161
3	CENTRO DE SALUD 1	072-240-192
4	CENTRO DE SALUD BIBLIAN	072-230-265
5	CENTRO DE SALUD DEL TAMBO	072-235-250
6	HOSPITAL DARIO MACHUCA PALACIOS LA TRONCAL	072-420-168 072-422-443

Fuente: Edina

Elaborado por: Los Autores

**ANEXO No. 9
EL ORO**

ITEM	HOSPITAL	TELEFONO
1	HOSPITAL TEOFILLO DAVILA	072-937-581/072-939-088
2	HOSPITAL SAN VICENTE DE4 PAÚL	072-915-546/072-916-044
3	MATERNIDADANGELA OLLAGUE	072-943-141/072-944-650
4	HOSPITAL SANTA TERESITA	072-943-118
5	HOSPITAL ARENILLAS	072-909-049/072-908-601
6	HOSPITAL DE HUAQUILLAS	072-510-106
7	HOSPITAL DE PIÑAS	072-976-301
8	HOSPITAL DE ZARUMA	072-972-025/072-972-147
9	CENTRO DE SALUD MABEL ESTUPIÑAN	072-963-466/072-930-420
10	HOSPITAL EL GUABO	072-950-500
11	CENTRO DE SALUD DE BALSAS	072-517-141
12	CENTRO DE SALUD MARCABELI	072-956-854/072-956-254
13	CENTRO DE SALUD DE PACCHA	072-958-100
14	CENTRO DE SALUD DE PORTOVELO	072-949-178
15	CENTRO DE SALUD BRISAS DEL MAR	072-932-666

Fuente: Edina

Elaborado por: Los Autores



ANEXO No. 10
LOJA

ITEM	HOSPITAL	TELEFONO
1	HOSPITAL ISIDRO AYORA	072-570-540/072-564-115
2	HOSPITAL VILCABAMBA	072-640-128/072-640-188
3	HOSPITAL CELICA	072-657-018/072-680-172
4	HOSPITAL ALMOR	072-680-172/072-680-296
5	HOSPITAL CARIAMANGA	072-687-117
6	HOSPITAL CATACOCHA	072-683-030
7	HOSPITAL SARAGURO	072-200-113/072-200-111
8	HOSPITAL MACARA	072-696-227/072-694-474
9	CENTRO DE SALUD CATAMAYO	072-677-146/072-677-880
10	CENTRO DE SALUD DE GONZANAMA	072-664-401/072-664-510

Fuente: Edina

Elaborado por: Los Autores

ANEXO No. 11
MORONA SANTIAGO

ITEM	HOSPITAL	TELEFONO
1	HOSPITAL DE MACAS	072-702-247/072-306-436/072-306-426
2	HOSPITAL QUITO MENDEZ	072-760-354
3	HOSPITAL SUCUA	072-741-149
4	HOSPITAL LIMON INDAZA	072-770-138
5	HOSPITAL GUALAQUIZA	072-780-106
6	HOSPITAL TAISHA	073-900-060
7	HOSPITAL DE PALORA	032-312-148
8	CENTRO DE SALUD LUXENBURGO	072-701-888/072-703-864

Fuente: Edina

Elaborado por: Los Autores

ANEXO No. 12
ZAMORA CHINCHIPE

ITEM	HOSPITAL	TELEFONO
1	HOSPITAL JULIUS DOEFNER	072-605-382
2	HOSPITAL YANTAZA	072-300-152
3	HOSPITAL ZUMBA	072-308-075

Fuente: Edina

Elaborado por: Los Autores



Anexo No. 13

SILLONES	PVP
EQUIPO ODONTOLÓGICO COMPLETO DAYTONA	4.880,72
EQUIPO ODONTOLÓGICO COMPLETO PALM BEACH	6.220,02
EQUIPO ODONTOLÓGICO G1 F E	2.762,10
EQUIPO ODONTOLÓGICO HLX FULL LASER	8.616,29
EQUIPO ODONTOLÓGICO INOVA NEW HS E	2.838,18
EQUIPO ODONTOLÓGICO INOVA NEW LS F OPTI E	3.495,55
EQUIPO ODONTOLÓGICO INOVA NEW PAD HX OPTI 2T	4.360,06
EQUIPO ODONTOLÓGICO INOVA NEW PAD LS F OPTI 2T	4.066,70
EQUIPO ODONTOLÓGICO POP	2.312,71
EQUIPO ODONTOLÓGICO POP STAR	2.491,10
EQUIPO ODONTOLÓGICO SYNCRUS G8 PARA AMÉRICA LATINA	10.274,23
EQUIPO ODONTOLÓGICO SYNCRUS GLF	4.806,19
EQUIPO ODONTOLÓGICO SYNCRUS GLF OPTI	5.061,94
EQUIPO ODONTOLÓGICO SYNCRUS HLX	6.217,70

Elaborado por: Los Autores

Anexo No. 14

MICRO MOTORES	PVP
MICRO MOTOR INTRA SL-30 CON SPRAY TB ROSA - GYE	100,49
MICRO MOTOR INTRA SL-30 CON SPRAY TB VERDE - GYE	100,49
MICROMOTOR COMPLETO TITAN 3	516,01
MICROMOTOR INTRA 32 MM	94,64
MICROMOTOR TITAN	220,74

Elaborado por: Los Autores

Anexo No. 15

RAYOS X	PVP
EQUIPO DE RAYOS X 70 E COL. MOVIL HIELO	1.655,38
EQUIPO DE RAYOS X 70 E DE PARED	1.485,93
EQUIPO DE RAYOS X CON BASE MOVIBLE	1.843,11

Elaborado por: Los Autores



Anexo No. 16

TURBINAS	PVP
PIEZA DE MANO 430 SWL CON FIBRA OPTICA 262054	963,43
PIEZA DE MANO 430K	199,28
PIEZA DE MANO CONCENTRIX CONCENTRIX	110,95
PIEZA DE MANO CONCENTRIX FB	139,68
PIEZA DE MANO CONCENTRIX MX	107,51
PIEZA DE MANO CONCENTRIX PX PUSH BOTTON	179,1
PIEZA DE MANO DE ALTA ROTACION 21 PB TM	104,06
PIEZA DE MANO DE ALTA ROTACION LS-30	167,54
PIEZA DE MANO DE ALTA ROTACION SL-30 PB TB AZUL BORDEN	140,18
PIEZA DE MANO DE ALTA ROTACION SL-30 PB TB ROSA BORDEN	140,18
PIEZA DE MANO DE ALTA ROTACION SL-30 PB TB VERDE BORDEN	140,18
PIEZA DE MANO DE ALTA ROTACION SL-30 PB TM AZUL - GYE	120,75
PIEZA DE MANO DE ALTA ROTACION SL-30 PB TM ROSA - GYE	120,75
PIEZA DE MANO DE ALTA ROTACION SL-30 PB TM VERDE - GYE	120,75
PIEZA DE MANO DE ALTA VELOCIDAD ELECTRICA 1:5 MINIATURA	709,56
PIEZA DE MANO DE ALTA VELOCIDAD ELECTRICA SILENTE	590,55
PIEZA DE MANO DE ALTA VELOCIDAD ELECTRICA TITAN E	494,08
PIEZA DE MANO DE FIBRA OPTICA TITANIO	370,87
PIEZA DE MANO RECTA ELECTRICA 1:1 PROFILACCIS	191,5
PIEZA DE MANO RECTA ELECTRICA 1:1 TITAN E	386,9
PIEZA DE MANO STARFLEX	227,18

Elaborado por: Los Autores



ANEXO No. 17

AUTOCLAVES	PVP
AUTOCLAVE AUTOMATICA 2540E-23 LITROS	2.704,93
AUTOCLAVE AUTOMATICA 2540EA-23LITROS	3.636,38
AUTOCLAVE AUTOMATICA 2540-PG15E 23 LITROS	2.654,83
AUTOCLAVE AUTOMATICA 5075HSG (160L)	22.250,20
AUTOCLAVE AUTOMATICA CON IMPRESORA 2340 EK - 19L	2.605,81
AUTOCLAVE AUTOMATICA PARA LABORATORIO 3870ELV (85ltr)	7.691,43
AUTOCLAVE AUTOMATICA PARA LABORATORIO 3870ELV-P DE 85LTR	9.943,59
AUTOCLAVE AUTOMATICA PARA LABORATORIO DE 85L 3870ELVC-D	9.067,11
AUTOCLAVE AUTOMATICA PARA LABORATORIO DE 85L 3870ELVC-P	9.943,59
AUTOCLAVE BIOCLAVE 21L	1.189,54
AUTOCLAVE BIOCLAVE DE ACERO 12L	1.058,75
AUTOCLAVE DE ACERO INOXIDABLE 21L	1.339,88
AUTOCLAVE DE MESA 3870EA DE 85 LITROS CON AIRE	6.303,20
AUTOCLAVE DE MESA 3870EA DE 85 LITROS CON AIRE / C IMP.	6.771,87
AUTOCLAVE DE MESA AUTOMATICA 3870 E85 LITROS	6.081,95
AUTOCLAVE DE MESA AUTOMATICA 3870-PG23E 85 LITROS	5.961,47
AUTOCLAVE DE MESA AUTOMATICA 7.5 litros	1.395,47
AUTOCLAVE DE MESA AUTOMATICA, 2340-E, 19L	2.473,97
AUTOCLAVE DE MESA AUTOMATICO 19L, 2340E	2.436,41
AUTOCLAVE DE MESA SEMI AUTOMATICA 3870 M 85 LITROS	5.172,52
AUTOCLAVE DE MESA SEMI AUTOMATICA 34L	3.654,21
AUTOCLAVE HORIZONTAL MODELO 4496-1REP 161L	34.136,05
AUTOCLAVE HORIZONTAL MODELO 55120-1REP 310L	37.557,11
AUTOCLAVE MODELO 5075HSGBH-3PH28V DE 160L	30.635,74
AUTOCLAVE MODELO 5075HSG-MD	22.073,04
AUTOCLAVE SEMI AUTOMATICA 3850ML 62 LITROS	6.771,50
AUTOCLAVE SEMIAUTOMATICA 2340M- 19 LITROS	1.754,80
AUTOCLAVE SEMIAUTOMATICA 2540M-23 LITROS	1.895,02
AUTOCLAVE SEMIAUTOMATICA 2540MK-23 LITROS	2.006,46
AUTOCLAVE VERTICAL SEMI AUTOMATICA 2540 MLV 23 LITROS	3.559,08

Elaborado por: Los Autores

ANEXO 18

LAMPARAS DE FOTOCURADO	PVP
LAMPARA DE BOLSILLO PORTELUX H	32,42
LAMPARA DE DIAGNOSTICO RI-MAGIC	418,73
LAMPARA DE DIAGNOSTICO RI-MAGIC LED DE PIE	393,58
LAMPARA DE FOTOCURADO OPTILIGHT LD MAX	159,53
LAMPARA DE FOTOCURADO OPTILIGHT MAX INALAMBRICA	200,59

Elaborado por: Los Autores



ANEXO 19

ESTERILIZADORES	PVP
ESTERILIZADOR MEMMERT SNB200 SIN REJILLA	1.078,00
ESTERILIZADOR SF450PLUS	5.469,35
ESTERILIZADOR SFB 400	1.089,77
ESTERILIZADOR SFB 500	1.344,66
ESTERILIZADOR SFE 400	1.088,96
ESTERILIZADOR SFE 500	1.517,42
ESTERILIZADOR SFE 700	3.549,18
ESTERILIZADOR SN30	1.100,16
ESTERILIZADOR SN55	1.268,32
ESTERILIZADOR SN750	5.553,63
ESTERILIZADOR SNB- 200	1.078,00
ESTERILIZADOR SNB-100	978,18
ESTERILIZADOR SNB-300	1.177,81
ESTERILIZADOR SNB-400	896,37

Elaborado por: Los Autores

ANEXO 20
LISTADO DE SUMINISTROS

FRESAS	CU.
FRESA CARBURO DAY-Z FG 157 -341	4,26
FRESA DE ACERO 23 140 025	0,70
FRESA DE ACERO 38-RA-021	0,27
FRESA DE ACERO 38-140-009	0,39
FRESA DE ACERO 38AD-0012	0,37
FRESA DE ACERO 38-240-016	0,37
FRESA DE ACERO 38-240-009	0,30
FRESA DE ACERO 38-240-014	0,37
FRESA DE ACERO 24AD-010	0,28
FRESA DE ACERO 24AD-012	0,37
FRESA DE ACERO 79-HP-060	1,23
FRESA DE ACERO 65-140-018	1,19
FRESA DE ACERO 64 140-010	0,30
FRESA DE ACERO 65-140-010	0,34
FRESA DE ACERO 63HP021	0,37
FRESA DE ACERO 79 -240- 050	2,20
FRESA DE ACERO 80-240-080	3,10
FRESA DE ACERO 82-140-070	2,39
FRESA DE ACERO 83-140-060	2,25
FRESA DE ACERO 83-140-080	2,47
FRESA DE ACERO 83-HP-070	3,19
FRESA DE CARBURO 524FG09	0,63
FRESA DE CARBURO 124FG19014	1,53
FRESA DE CARBURO 128-240-009	1,48
FRESA DE CARBURO 128-240-012	1,20
FRESA DE CARBURO 129-140-012	1,51
FRESA DE CARBURO 136-140-010	1,53



FRESA DE CARBURO 136-140-014	1,39
FRESA DE CARBURO 129-FG-25-012	1,34
FRESA DE CARBURO 129-FG25-010	1,30
FRESA DE CARBURO 137-FG19-010	0,72
FRESA DE CARBURO 521-FG-010	2,78
FRESA DE CARBURO 550-341-22	2,61
FRESA DE CARBURO 128-FG-008	1,67
FRESA DE CARBURO 150A-FG-009	2,61
FRESA DE CARBURO 530-3141-014	3,09
FRESA DE CARBURO 526FG-012	2,61
FRESA DE CARBURO 528FG012	2,61
FRESA DE CARBURO 129-3141-010	1,14
FRESA DE CIRUGIA 172-021	2,45
FRESA DE CIRUGIA 172-033	2,20
FRESA DE DIAMANTE 014	1,08
FRESA DE DIAMANTE 140-3140-010	1,23
FRESA DE DIAMANTE 107-3142-010	0,45
FRESA DE DIAMANTE 142-3140-010	0,91
FRESA DE DIAMANTE 137-3143-012	1,17
FRESA DE DIAMANTE 198-3143-012	1,23
FRESA DE DIAMANTE 199-3142-016	1,16
FRESA DE DIAMANTE 546-343-016	0,81
FRESA DE DIAMANTE E0160FG0084	0,78
FRESA DE DIAMANTE 68-3142-040	1,37
FRESA DE DIAMANTE 249-3140-012	0,91
FRESA DE DIAMANTE 249-3141-012	0,91
FRESA DE DIAMANTE 953-3140-014	2,34
FRESA DE DIAMANTE 129-3142-012	1,15
FRESA DE DIAMANTE 1-3142-010	1,74
FRESA DE DIAMANTE 1-3144-014	1,81
FRESA DE DIAMANTE 1-342-014	1,66
FRESA DE DIAMANTE 1-342-016	1,94
FRESA DE DIAMANTE 1-342-018	1,87
FRESA DE DIAMANTE 1-344-012	1,60
FRESA DE DIAMANTE 288-3142-009	0,45
FRESA DE DIAMANTE 288-3142-010	0,72
FRESA DE DIAMANTE 288-3143-012	0,91
FRESA DE DIAMANTE 289-3141-014	0,91
FRESA DE DIAMANTE F0130 343 012	0,63
FRESA DE DIAMANTE 173-3142-014	1,23
FRESA DIAMANTE 165FG001	0,33
FRESA ENDO-Z RA 24.5 mm	7,64
FRESA ENDO-Z EXTRALARGA 21 mm	8,86
FRESA ISOMETRIX 951 2041 02	3,38
FRESA ISOMETRIX 951-2041-02	3,58
FRESA LISAS 69-RA-014	1,94
FRESA PARA CIRUGIA HP 033 173	2,76
FRESA PARA CIRUGIA HP 171-HP- 031	4,45
FRESA PARA CIRUGIA REDONDAS FINAS 021 170-HP-021	1,82
FRESA PARA CIRUGIA REDONDAS FINAS 171 1140-018	2,00



FRESA PARA CIRUGIA REDONDAS FINAS 171-140-016	1,83
FRESA PARA CIRUGIA REDONDAS GRUESAS 171-140-023	2,08
FRESA PARA HUESO 540-FG-016	4,93
FRESA PARA HUESO 553- 341-016	3,00
FRESA PARA HUESO FG-016 541A 351 016 26MM	2,61
FRESA PARA HUESO O16 HP 540 HP-016	4,46
FRESA PARA PROTESIS 953-3140-014	1,02
FRESA TRANSMETAL CILINDRICA FG 153 -FG19-012	4,12
FRESA TRANSMETAL PERA FG	3,79
FRESA TRANSMETAL PERA FG 154 341 009	3,79
FRESA ZEKRYA FG23 E 151 341 00 23MM	7,81
FRESA ZEKRYA FG28 151-351-28	8,25
FRESAS ACERO CILINDRICA PUNTA REDONDA 240-009	0,39
FRESAS ACERO CILINDRICA PUNTA REDONDA 28-240-008	0,37
FRESAS ACERO CILINDRICA PUNTA REDONDA 28-240-010	0,37
FRESAS ACERO CILINDRICA PUNTA REDONDA 28-240-012	0,32
FRESAS ACERO CILINDRICA PUNTA REDONDA 28-240-014	0,37
FRESAS ACERO CONICA EXTREMO CHATO 64-240-012	0,43
FRESAS ACERO CONICA EXTREMO CHATO 64-240-014	0,43
FRESAS ACERO CONICA EXTREMO CHATO 64-240-016	0,33
FRESAS ACERO CONICA EXTREMO CHATO 64-240-018	0,43
FRESAS CARBURO HARTMETAL E0129 341-016	1,06
FRESAS CARBURO HARTMETAL F 129-341-009	1,75
FRESAS CARBURO HARTMETAL 128 341 - 012	0,53
FRESAS D ACERO HP-018 D0034 -140-018	0,60
FRESAS DE CARBURO TUGSTENO 150-34100-010	0,80
FRESAS DE CARBURO TUGSTENO 150A-341016-008	1,30
FRESAS DE CARBURO TUGSTENO 150A-341-19-006	1,37
FRESAS DE CARBURO TUGSTENO 150A-341-19-008	0,56
FRESAS DE CARBURO TUGSTENO 150A-341-19-010	1,13
FRESAS DE CARBURO TUGSTENO 016 534-016	2,83
FRESAS DE CARBURO TUGSTENO 534-014	3,25
FRESAS DE CARBURO TUGSTENO 012 534-012	1,26
FRESAS GATE 9-RA32-3	10,13
FRESAS GATE 9-RA32-1	10,30
FRESAS GATE PESO 9-RA32-2	10,53
FRESAS GATES 28mm A008 240 001	10,07
FRESAS GATES 32mm 8HP-1-6	9,50
FRESAS GATES 8-HP-1	7,18
FRESAS GATES A0008-32-RA-1	11,10
FRESAS GATES A0008-32-RA-2	10,25
FRESAS GATES A0008-32-RA-3	10,57
FRESAS GATES A0008-32-RA-ASST	10,21
FRESAS GATES LARGO 8-RA28-ASST	8,81
FRESAS GATES 9RA28-ASST	8,64
FRESAS GATES 9-RA32-ASST	10,28
FRESAS PARA REMOVER POSTES 006 205-006	5,36
FRESAS PRISMA FINISHING SURTIDAS	9,45
MATERIAL DE IMPRESION	
MATERIAL DE IMPRESION DE VINILPOLISILOXANO RAPIDO	32,09



RESINAS	
RESINA FOTOCURADO P60 A3	21,64
RESINA FOTOCURADO P 60 B2	21,64
RESINA FOTOCURADO Z250 A3	21,64
RESINA FOTOCURADO Z250 A2	21,64
RESINA FOTOCURADO Z250 A1	21,64
RESINA FOTOCURADO Z100 A2	9,80
RESINA UNIVERSAL FILTEK Z350 XT A2B	36,20
RESINA UNIVERSAL FILTEK SUPREMO A2D	36,20
RESINA UNIVERSAL FILTEK Z350 XT A3.5B	36,20
RESINA UNIVERSAL FILTEK Z350 XT A3E	36,20
RESINA UNIVERSAL FILTEK Z350 XT A1E	36,20
ALGINATOS	
ALGINATO P IMPRESIONES CROMATICO ALGINMAX	2,36
ALGINATO ORTODONTICO P IMPRESIONES ALGINKIT ALGINKID	2,36
ALGINATO P IMPRESIONES CROMATICO TROPICAL	2,36
ALGINATO P IMPRESIONES CROMATICO RAPIDO	2,36
ANESTESICOS	
ANESTESICO LIDOCAINA 2% 1:50.000 VIDRIO	8,67
ANESTESICO EN GEL CEREZA	1,3734
ANESTESICO EN GEL TUTTI -FRUTTI	1,3734
ANESTESICO XILEXTESIN	13
ANESTESICO NEW STETIC	9
GUTA PERCHAS	
GUTAPERCHA 22C-45/80	6,72
GUTAPERCHA AUXILIAR CONOS 22F-ASST	9,24
GUTAPERCHA CONOS 22C-015	6,56
GUTAPERCHA CONOS 22C-020	6,57
GUTAPERCHA CONOS 22C-025	6,67
GUTAPERCHA CONOS 22C-15/40	6,61
GUTAPERCHA CONOS DE COLORES 22G-15/40	7,81
GUTAPERCHA CONOS PROTAPER F1	8,90
GUTAPERCHA CONOS PROTAPER F1,F2,F3	8,90
GUTAPERCHA CONOS PROTAPER F2	13,50
GUTAPERCHA CONOS PROTAPER F3	14,04
GUTAPERCHA CONOS PROTAPER F4,F5	4,34
GUTAPERCHA CONOS TAPER 4%	10,00
GUTAPERCHA CONOS TAPER 6%	6,08
GUTAPERCHA M.90-140 22G	3,87
GUTAPERCHA PUNTAS22C-035	6,53
ABREBOCAS	
ABRE BOCA ADULTO	1,2
ABRE BOCA NINO	0,9
BRACKETS	
BRACKET ROTH .22 COMPOSITE	9,8005
BRACKET ROTH MONOBLOC .022X.030 10.15.901	11,502
BRACKET ROTH MONOBLOC .022X.030 CENT.SUP/DER 10.15.200	0,5183
BRACKETS BIO-SYSTEM BENVENGA-C GANCHO 0.18	9,1912
BRACKETS EDGEWISE SLIM .018X30 10.65.902	5,7358
BRACKETS EDGEWISE SLIM P/CAN 1ro y2do prem sup inf/der/izq 10.65.106	0,2834



BRACKETS EDGEWISE STANDAR 0.18X0.30	5,74
BRACKETS EDGWISE SLIM CON GANCHO .22X.030 10.65.901	5,99
BRACKETS ROTH CON GANCHO CLASE III .022	9,95
BRACKETS ROTH LIGHT CON GANCHO .022	9,80
BRACKETS EGEWISE STD 0.22X0.30 10.30.901	5,65
LIMAS	
LIMA K-FILE M-ACCESS 12M-21-015	5,85
LIMA K-FILE M-ACCESS 12M-21-020	5,86
LIMA K-FILE M-ACCESS 12M-21-025	5,02
LIMA K-FILE M-ACCESS 12M-21-030	0,00
LIMA K-FILE M-ACCESS 12M-21-035	5,94
LIMA K-FILE M-ACCESS 12M-21-15/40	5,94
LIMA K-FILE M-ACCESS 12M-21-45/80	5,92
LIMA K-FILE M-ACCESS 12M-25-15/40	5,89
LIMA K-FILE M-ACCESS 12M-25-45/80	6,45
LIMA K-FILE M-ACCESS 12M-31-15/40	3,59
LIMA K-FILE M-ACCESS 12M-31-45/80	3,58
LIMAS COLA DE RATON COLORINOX 14B-25/1- 6	0,00
LIMAS DE CATETERIZACION 25mm 008	0,00
LIMAS DE CATETERIZACION 25mm 015	3,56
LIMAS DE CATETERIZACION 25mm-010	6,20
LIMAS DE LA SERIE 90-140 12D-25	1,17
LIMAS F FILE COLORINOX 12B-31-15/40 12B-31-15/40	0,00
LIMAS FLEXOFILE	7,89
LIMAS FLEXOFILE 12C-21-15	6,11
LIMAS FLEXOFILE 12C-21-15/40	6,81
LIMAS FLEXOFILE 12C-21-20	6,61
LIMAS FLEXOFILE 12C-21-25	6,54
LIMAS FLEXOFILE 12C-21-30	6,81
LIMAS FLEXOFILE 12c-21-35	6,33
LIMAS FLEXOFILE 12C-21-40	7,00
LIMAS FLEXOFILE 12C-25-15	7,89
LIMAS FLEXOFILE 12C-25-15/40	7,00
LIMAS FLEXOFILE 12C-25-20	6,55
LIMAS FLEXOFILE 12C-25-25	6,73
LIMAS FLEXOFILE 12C-25-30	7,06
LIMAS FLEXOFILE 12C-25-35	6,91
LIMAS FLEXOFILE 12C-31-ASST	6,35
LIMAS GOLDEN FLEXOFILE INT. DORADAS 12I-25-12/37	7,76
LIMAS HEDSTROEM 16D- 21 -25	5,83
LIMAS HEDSTROEM 16D 21-020	7,00
LIMAS HEDSTROEM 16D-21-015	7,28
LIMAS HEDSTROEM 16D-25-015	6,65
LIMAS HEDSTROEM 16D-25-020	7,64
LIMAS HEDSTROEM 25MM 025	5,77
LIMAS HEDSTROEM COLORINOX 16D-25-45/80	8,86
LIMAS HEDSTROEM COLORINOX 16D-28-15/40	7,02
LIMAS HEDSTROM COLORINOX 16 D-21-45/80	8,11
LIMAS HEDSTROM COLORINOX 16D-21-15/40	6,92
LIMAS HEDSTROM COLORINOX 16D-25-15/40	6,99



LIMAS HEDSTROM FILE COLORINOX 16D-28-45/80	8,64
LIMAS HESDTROEM 16D-25-008	6,20
LIMAS HESTROEM COLORINOX SERIADAS 16D-25-010	5,63
LIMAS K FILE COLORINOX 1 12D-25-45/80	10,38
LIMAS K FILE COLORINOX 12B-25-15/40	6,17
LIMAS K FILE COLORINOX 12D-21-15/40	6,36
LIMAS K FILE COLORINOX 12D-21-45/80	8,94
LIMAS K FILE COLORINOX 12D-28-15/40	7,95
LIMAS K FILE COLORINOX 12D-28-45/80	8,64
LIMAS K FILE COLORINOX 12D-31-15/40	6,62
LIMAS K FILE COLORINOX 12D-31-45/80	6,76
LIMAS K-FILE COLORINOX 12D-21-015	6,03
LIMAS K-FILE COLORINOX 12D-21-020	6,49
LIMAS K-FILE COLORINOX 12D-21-025	6,17
LIMAS K-FILE COLORINOX 12D-21-030	6,12
LIMAS K-FILE COLORINOX 12D-21-035	6,88
LIMAS K-FILE COLORINOX 12D-21-040	5,63
LIMAS K-FILE COLORINOX 12D-25-015	8,48
LIMAS K-FILE COLORINOX 12D-25-020	7,06
LIMAS K-FILE COLORINOX 12D-25-025	7,16
LIMAS K-FILE COLORINOX 25-15	11,44
LIMAS K-FILE NITIFLEX	0,00
LIMAS K-FILE NITIFLEX 12N-21-15/40	13,69
LIMAS K-FILE NITIFLEX 12N-25-15/40	13,22
LIMAS K-FILE NITIFLEX 12N-25-25	13,05
LIMAS K-FILE NITIFLEX 12N-25-30	12,22
LIMAS K-FILE NITIFLEX 20	12,50
LIMAS PATHFILE 21-ASST	38,51
LIMAS PATHFILE 25-013	38,53
LIMAS PATHFILE 25-016	38,53
LIMAS PATHFILE 25-019	38,53
LIMAS PATHFILE 25-ASST	41,63
LIMAS WAVE ONE PRIMARIAS REF.025.08	43,63
LIMAS WAVE ONE SURTIDAS REF.021.06; 025.08; 040.08	43,48
LIMAS-K-FILE COLORINOX 12D-25-030	6,71
LIMAS-K-FILE COLORINOX 12D-25-035	6,87
LIGAS	
BANDAS ORTODONTICA ANATOMICA 1er 2do MOLAR INF /IZQ 35.5mm 40.12.355	0,30
BANDAS ORTODONTICA UNIVERSAL 1er 2do MLAR SUP DER/IZQ 36.5m 40.02.365	0,30
BANDAS ORTODONTICA UNIVERSAL 1er 2do MLAR SUP DER/IZQ 36.m 40.02.360	0,30
BANDAS ORTODONTICA UNIVERSAL 1er 2do MLAR SUP DER/IZQ 37m 40.02.370	0,30
BANDAS ORTODONTICA UNIVERSAL 1er 2do MLAR SUP DER/IZQ 40mm 40.02.400	0,30
BANDAS ORTODONTICA UNIVERSAL 1er 2do MOLAR SUP DER/IZQ 35.mm 40.02.350	0,30
GASAS	
GASA HIDROFILA 2000 g.	28,88
PINZAS	
ALICATE DE CORTE LATERAL	53,00
ALICATE DE YOUNG	183,44
ALICATE DE YOUNG REF. 948	33,97
ALICATE MAHTIEU	40,77



ALICATE NANCE	183,44
ALICATE PARA REMOVER BRACKETS	183,44
ALICATE UNIVERSAL	119,58
ALAMBRE	
ALAMBRE DE ACERO ESTANDAR CrNi 0.014 55.06.035	0,38
ALAMBRE DE ACERO REDONDO CrNi 0.35mm ou 0.14 55.01.014	0,25
ALAMBRE DE ORTODONCIA 1.00 55.01.591	0,28
ALAMBRE DE ORTODONCIA REDONDO 06	0,13
ALAMBRE DE ORTODONCIA REDONDO 07	0,14
ALAMBRE DE ORTODONCIA REDONDO 08	0,18
ALAMBRE DE ORTODONCIA REDONDO 09	0,23
ALAMBRE EN BARRA RECTANGULAR 018X025 018X025	0,42
ALAMBRE TWIST FLEX TRENADO 55.04.315 015X038	0,32
GUANTES	
GUANTES CAJA X100	7,50
GERINGAS	
GERINGA ODONTOLOGICA ADUL X 100	5,90
GERINGA ODONTOLOGICA NINOS X 100	5,60
ARCOS	
ARCO DE NITI PRECONTORNADO REV. SUP. 0,40 X 0,016 50.60.023	0,00
ARCOS D NIT PRE CONT SUP TERMOACT 00.14	0,00
ARCOS D NIT PRE CONTOR TERMOAC INF 0.014 50.70.25 50.70.025	19,38
ARCOS D NITI OPC PRE CONT TERMOACT 0.16 50.80.026 50.80.026	
TERMOMETRO	
TERMOMETRO DIGITAL RI-GITAL	0,89
TERMOMETRO INFRA ROJO RI - THERMO	0,40
TERMOMETRO INFRAROJO MULTIFUNCIONAL DIGITAL	0,40
TERMOMETRO INFRAROJO RI-THERMO N	0,40
ESPEJOS EXPLORADORES	
ESPEJOS BUCALES #5	0,54
ESPEJOS BUCALES 4	0,54
EXCAVADOR DOBLE EXTREMO O CUCHARILLA	0,88
EXPLORADOR DE UN EXTREMO	0,61
EXPLORADOR DOBLE EXTREMO	0,56
IMPLANTES	
Implante redondo	248,00
BAJA LENGUAS	
BAJA LENGUAS FUNDA X 500	33,60
ALGODÓN	
ALGODÓN EN TORUNDAS X 1000	8,18
ALGODÓN HIDROFILO	10,05
PORTA OBJETOS	
BANDEJA ACERO INOXIDABLE SNB-300	41,17
BANDEJA ACERO INOXIDABLE UNB-500	65,03
BANDEJA AUXILIAR	38,14
BANDEJA PARA MODELO LMMM200 EO1868	37,97
BANDEJA PERFORADA PARA MODELO 700	128,33
BANDEJA PERFORADA PARA SNB-100	28,48
TIRANERVIOS	
TIRANERVIOS SPIRO SHORT 4B-01-20/60	2,80