



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
Escuela de Postgrado en Administración de Empresas
ESPAE

Maestría Regular en Administración de Empresas
MAE XX

Proyecto de Graduación
"BEEPER KIDS "

Integrantes:

ECON. PAOLA MEDINA OLIVARES
ING. GONZALO LEÓN ROMERO
ING. STALIN SÁNCHEZ ACEBO

Directora:
Ing. Ana Jaramillo

Guayaquil, Noviembre de 2005



DP-08013

ÍNDICE GENERAL

Resumen Ejecutivo	4
1.- ANALISIS DE LA EMPRESA Y SU ENTORNO	5
1.1.- Nombre y descripción del negocio	5
1.2.- Misión, visión, objetivos y valores	5
1.3.- Valores Corporativos.....	6
1.4.- Tendencia del entorno Internacional	6
1.5.- Tendencia del entorno Nacional	8
1.6.- Tendencia de la Industria.....	9
2.- ANALISIS DEL MERCADO	10
2.1.- Objetivos de la mercadotecnia.....	10
2.2.-Descripción del producto/servicio	10
2.3.- Productos competidores.....	10
2.4.- Fortalezas o debilidades de su producto frente a la competencia.....	11
2.5.- Ventaja diferencial de nuestro producto	11
2.6.- Análisis de la competencia	11
2.7.- Análisis de nuestro cliente.....	12
2.8.- Determinación del tamaño del mercado global	12
2.9.- Tamaño del mercado	13
2.10.- Plan de mercadeo y estrategias de ventas	13
2.11.- Estrategia de ventas	14
3.- ANALISIS TECNICO O DE PRODUCCION.....	15
3.1.- Especificaciones del producto o servicio.....	15
3.2.- Descripción del proceso de producción.....	16
3.3.- Diagrama del flujo de procesos	17
3.4.- Facilidades	18
3.5.- Equipos y maquinarias.....	18
3.6.- Diseño y distribución de la planta y oficinas.....	19
3.7.- Materia Prima	19
3.8. Mano de obra requerida	20
3.9. Plan de producción.....	20
3.10. Plan de compras	20
4.- ANALISIS ADMINISTRATIVO	21
4.1.- Objetivos del área administrativa	21
4.2 – El grupo empresarial	21
4.3.- Personal Ejecutivo	21
4.4.- Estructura organizacional	22
4.5.- Funciones, políticas de capacitación y desarrollo del personal	22
5.- ANALISIS LEGAL Y SOCIAL	24
5.1.- Aspectos legales de la compañía	24
5.2.- Aspectos de legislación urbana.....	24
5.3.- Análisis ambiental	24
5.4.- Análisis Social	25
6.- ANALISIS ECONOMICO.....	26
6.1.- Inversiones en Activos Fijos.....	26
6.2.- Inversión en capital de trabajo.....	26
6.3.- Presupuesto de Ingresos.....	26
6.4.- Presupuesto de Materias Primas, servicios e insumos.....	26

6.5.- Presupuesto de personal.....	26
6.6.- Análisis de Costos y Punto de Equilibrio	26
7.- ANALISIS FINANCIERO	27
7.1.- Flujo de Caja.....	27
7.2.- Estado de Resultados	27
8.- ANALISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES	28
8.1.- Riesgos de Mercado.....	28
8.2.- Riesgos Técnicos y de Ventas	28
8.3.- Riesgos Económicos y Riesgos Financieros	29
Anexos	30

CONTENIDO.

Resumen Ejecutivo

Safe 4 kids S.A. es una empresa encargada básicamente en ofrecer artículos que permitan un mayor control para los más pequeños de la casa.

Inicialmente ofrecemos al mercado nuestro sistema "Beeper kids" el cual es un dispositivo electrónico que mediante la emisión de un sonido, le alerta cuando su niño se está alejando.

Safe 4 kids tiene en el Ecuador un buen mercado por explotar, el cual hasta ahora solo ha sido cubierto por productos importados, lo cual genera un incremento entre el 25% y 50% del precio final.

Los socios fundadores de Safe 4 kids son el ingeniero electrónico Stalin Sánchez, el ingeniero agrónomo Gonzalo León y la economista Paola Medina, los cuales cuentan con amplia formación en cada una de sus áreas, complementadas también con su instrucción administrativa.

Para iniciar sus actividades Safe 4 kids S.A. necesita una inversión inicial de USD\$ 11.665,00 (Once mil seiscientos sesenta y cinco dólares 00/100 dólares) para lo cual el grupo representante está buscando un socio capitalista que aporte con el 60% del mismo.

La rentabilidad del proyecto es del 46.34% anual según análisis en un escenario moderado de los próximos tres años.

1.- ANALISIS DE LA EMPRESA Y SU ENTORNO

1.1.- Nombre y descripción del negocio

Nuestra empresa se llama “Safe 4 kids S.A.” y estará encargada de proveer al mercado artículos de seguridad infantil.

El artículo con el que iniciamos operaciones es “Beeper kids” un dispositivo de seguridad para niños el cual a partir de la emisión de un sonido alertará al adulto de que el menor se está alejando de él. Es un dispositivo de seguridad ideal para el control de los pequeños en sitios concurridos como centros comerciales y calles o espacios abiertos como parques de recreación.

1.2.- Misión, visión, objetivos y valores

VISIÓN

Ser una empresa encargada del diseño, producción y comercialización de artículos de seguridad infantil, desarrollados bajo altos estándares de calidad y tecnología.

MISIÓN

Ofrecer productos innovadores que permitan a los más pequeños de la casa descubrir su entorno de una manera segura y confiable.

OBJETIVOS

- 1) Seguridad infantil.- Proveer al mercado de productos que le ofrezcan una mayor seguridad al tratarse del cuidado de niños.
- 2) Orientación hacia el cliente.- Ser capaces de interpretar y satisfacer las necesidades del mercado.
- 3) Cobertura.- Llegar con nuestros productos a todo el territorio ecuatoriano.

- 4) Innovación y creatividad.- Ser innovadores y creativos de tal manera que podamos ofrecerles a todos nuestros clientes un producto de alta calidad.

1.3.- Valores Corporativos

Calidad.- Porque en Safe 4 kids trabajamos para la satisfacción total de nuestros clientes.

Creatividad.- El trabajar para niños nos obliga desarrollar productos innovadores.

Conocimiento.- Solo conociendo nuestro entorno podremos anticiparnos a las necesidades y preferencias de nuestros consumidores.

Pertenencia.- Comprometernos con nuestras tareas diarias, nos permitirá obtener mejores resultados frente a nuestros competidores.

Responsabilidad social.- Ofrecer productos que aporten al cuidado y desarrollo infantil en un ambiente seguro.

1.4.- Tendencia del entorno Internacional

El secuestro es una guerra declarada a la sociedad. La huella que deja un secuestro es imborrable; causa traumas y soporta síndromes; este delito cambia la vida de sus víctimas el temor y la desconfianza rigen sus pasos.

En Latinoamérica este delito se halla arraigado convirtiéndose en un negocio millonario, lo cual ha llamado la atención del mundo entero ya que, se calcula que la región es la que presenta el mayor índice de secuestros a nivel mundial. América Latina ha sido denominada como el centro mundial del secuestro, siendo los países más afectados Colombia, Argentina, Brasil y México.

El Ecuador, por su cercanía física y situación limítrofe con Colombia, en algún momento de su vida tenía que verse afectado también por este delito.

De acuerdo a un estudio realizado por el Control Risk Group, organización de asesoramiento de riesgos en Londres, el 75 por ciento de los secuestros perpetrados en el mundo son cometidos en América Latina; en donde más que ser un arma política, se han convertido en un negocio tan lucrativo que cada vez va en aumento, y sus características generan una situación de pánico entre los habitantes, así mismo provoca el éxodo masivo de inversionistas extranjeros a otras partes del mundo más seguras.

Se afirma que mientras las personas más adineradas invierten grandes sumas de dinero en su seguridad o viajan a otras ciudades para protegerse, los secuestradores dirigen sus acciones hacia la clase media, sin seleccionar con cuidado a sus víctimas y tratándolas de forma cruel e indiscriminada.

El secuestro está convertido en un mundo donde se entrecruzan todos los hilos de la corrupción y el delito. Un secuestro es más que las cifras de los organismos de seguridad, mucho más que el sistema de financiamiento de la guerrilla, el narcotráfico y la delincuencia común. Es el infierno de una familia que padece las amenazas, el secuestro, las negociaciones para la liberación y en ocasiones la muerte.

El mundo pertenece a los niños, nosotros solamente lo cuidamos hasta que ellos tengan edad suficiente para tomarlo en posesión y un modo de cumplir con nuestro objetivo de terminar los crímenes contra los niños es el de proveerles con los recursos de seguridad que están basados en la información y tecnología actual así como en el mejor conocimiento disponible en cuanto a los puntos de seguridad de los niños.

Aunque muchos adultos dicen que no van a discutir asuntos de seguridad con sus niños porque no quieren asustarlos, es preciso establecer maneras de llenar su entorno de la mayor seguridad posible. Así como los niños buscan conocimientos en el salón de clase y adquirir habilidades atléticas en el área de juego, como también desarrollar habilidades sociales con sus amigos y su familia; los niños quieren información que les dé el conocimiento y les permita crecer y convertirse en ciudadanos productivos y seguros.

Según el Departamento de Justicia de los Estados Unidos se conoce que:

- Secuestro forma parte de menos del 2 por ciento de todos los crímenes violentos contra jóvenes y niños, reportados a la policía.

- Basados en la identidad del perpetrador, hay tres tipos distintos de secuestro: secuestro por un familiar de la víctima o “secuestro familiar” (49 por ciento), secuestro por un conocido de la víctima o “secuestro por conocido” (27 por ciento) y secuestro por un extraño a la víctima o “secuestro por extraño” (24 por ciento).
- Secuestro familiar: es cometido primeramente por los padres, involucra un gran porcentaje de perpetradores femeninos (43 por ciento) ocurridos más frecuentemente a niños de menos de 6 años y muy a menudo se origina en la casa.
- Secuestro por conocidos: tiene características que sugieren que no debería ser relacionado con secuestro por extraño dentro de la categoría única de no-familia secuestro como ha sido hecho en el pasado. Secuestro por conocido envuelve un alto porcentaje comparativo de perpetradores juveniles, tiene un largo porcentaje de víctimas femeninas y adolescentes, es muy a menudo asociado con otros crímenes (especialmente sexuales y asalto físico), ocurre en las casas y residencias, y tiene un alto porcentaje de víctimas lastimadas.
- Secuestro por extraño: victimiza más mujeres que varones adolescentes y niños de edad escolar, está asociado con asalto sexual en el caso de víctimas femeninas y robo en el caso de víctimas masculinas (si bien, no exclusivamente), y es el tipo de secuestro más probable que involucre el uso de arma de fuego.

1.5.- Tendencia del entorno Nacional

La seguridad ciudadana continúa siendo tema prioritario en el desenvolvimiento diario de nuestra sociedad, mucho más aún la seguridad infantil.

El miedo de los padres ante un peligro real y la adopción de medidas para evitar o amortiguar sus efectos son necesidades básicas para la adaptación y la supervivencia de los pequeños.

La sola percepción de una amenaza exterior, real o potencial provoca que los adultos, no necesariamente padres sino también tíos, abuelos, etc. busquen dentro del mercado algún producto o servicio que le ofrezca una mayor seguridad cuando se encuentran al cuidado de los menores.

Se calcula que en ciudades como Quito y Guayaquil, se producen entre cinco y diez secuestros semanales, según las estadísticas de la Unidad Antisecuestros y Extorsión de la Policía Nacional (UNASE), señalan que en 1999 solo en Guayas fueron denunciados 49 casos de secuestros.

En el 2000, el Departamento de Análisis e Información (DAI) de la Unase registró 10 secuestros y 19 rehenes, para 2001 la cifra de plagios subió a 22 y las víctimas fueron 23. Durante 2002, se produjeron 46 secuestros, con 47 personas que estuvieron en cautiverio.

Dados estos antecedentes ofrecemos al mercado un producto que brinde una mayor tranquilidad a los padres al salir con sus pequeños, pues aunque el dispositivo no asegura que el niño no corra ningún peligro, sí elimina en gran parte descuidos en los que puedan incurrir los mayores, descuidos que puedan terminar con lamentables experiencias.

1.6.- Tendencia de la Industria

Safe 4 kids se enfrenta a una industria considerada como embrionaria y en crecimiento. Este tipo de industrias son creadas básicamente por las innovaciones que algunas compañías pioneras como nosotros realizan.

El problema en este tipo industrias radica en la dificultad de mantener y explotar la innovación. Esto se debe a la posible atracción de nuevos competidores que ocasionan que los pioneros perdamos nuestra posición en el mercado.

Es por esta razón que nos corresponde descubrir la mejor manera de generar una ventaja competitiva permanente y de largo plazo que pueda ser fundamentada en el bajo costo y/o diferenciación.

2.- ANALISIS DEL MERCADO

2.1.- Objetivos de la mercadotecnia

El objetivo inicial del plan de mercadotecnia en Safe 4 kids es el reconocimiento y aceptación de nuestro producto Beeper kids por el público ecuatoriano y principalmente (y en una primera etapa) del guayaquileño.

Posicionarnos en el mercado como un producto innovador en cuanto a seguridad infantil es el primer objetivo que deseamos alcanzar dentro del corto plazo que consideramos será dentro de 1 ó 2 meses.

2.2.-Descripción del producto/servicio

Beeper kids está formado por un transmisor que se coloca en la muñeca del niño y un receptor de señal que continuamente controla la distancia en la que se encuentra el pequeño y cuando éste se separa de la persona a la que está a cargo, a una distancia de entre 2 a 10 metros, el transmisor emite una señal al receptor que se activa emitiendo un sonido acústico alertando del peligro.

El receptor de señal lleva incorporado un control de ajuste de campo, que le permite ajustar la distancia de referencia entre ambas unidades permitiendo así que sea el adulto quien decida, a qué distancia desea tener controlado al niño.

En el momento en que el niño se encuentre fuera del área de seguimiento, el receptor de señal de alarma se activará pitando de forma continuada y no cesará hasta que el menor se encuentre de nuevo dentro del área de referencia.

2.3.- Productos competidores

Localmente no existen productos similares al Beeper kids, sin embargo en otros países principalmente Estados Unidos y la Unión Europea es ampliamente solicitado bajo marcas reconocidas tecnológicamente como Rimax.

2.4.- Fortalezas o debilidades de su producto frente a la competencia

Al ser la primera compañía en desarrollar localmente este producto, una de nuestras ventajas será la patente tecnológica, la cual estará registrada bajo nuestro nombre y evitará que se utilice el mismo tipo de tecnología en la fabricación de productos similares.

2.5.- Ventaja diferencial de nuestro producto

Al ser pioneros en productos de seguridad infantil dentro del mercado ecuatoriano tenemos grandes ventajas diferenciales con cualquier otro producto similar que ingrese al mercado. Nuestras diferencias estarán basadas no solo en los diseños innovadores sino también en el precio, todo esto como resultado de economías de escala en nuestros niveles de producción.

2.6.- Análisis de la competencia

El dispositivo de seguridad que ofreceremos al mercado no tiene en este momento competidores fácilmente reconocidos, sin embargo estamos conscientes de la amenaza que constituye cualquier importador que pueda incluir en su stock de mercaderías un producto de similares características, que ya se encuentran en el mercado norteamericano y europeo.

Si consideramos las barreras de entrada existentes no existe una que sea realmente determinante, aunque no podríamos dejar de lado la inversión de capital.

Dependiendo del volumen de capital inicial la existencia de nuevas compañías sí podrían constituirse en una amenaza para nosotros, ya que nos podría restar flexibilidad y nos haría vulnerables frente a competidores más ágiles que operen globalmente.

Finalmente pensamos que no hay mayores inconvenientes con el acceso a canales de distribución, así como ninguna limitación política, ambiental o social que nos impidan el desarrollo y venta de nuestro producto

2.7.- Análisis de nuestro cliente

Podríamos definir nuestro segmento de mercado como *“padres de familia y parientes de clase social media, media alta y alta, que tengan bajo su cuidado niños menores de 5 años y que gusten de asistir a lugares concurridos, donde la seguridad del niño es un tema prioritario”*.

2.8.- Determinación del tamaño del mercado global

Localización geográfica

Para poder determinar el número de personas que nos ofrecerían información relevante para nuestro estudio, hemos recurrido a la estratificación del mercado basándonos en la segmentación de la población total tomando en cuenta diferentes factores tales como:

- a) Edad
- b) Nivel socioeconómico
- c) Ubicación geográfica

Es importante señalar que nuestros clientes directos son aquellos adultos (padres, madres, abuelos) que tengan la alegría y la responsabilidad de contar con la presencia de un niño en sus hogares y que estarían dispuestos a adquirir un producto que les facilite y asegure su cuidado.

Sin embargo para llegar al grupo indicado, dirigimos nuestro análisis a los niños menores de 5 años, población considerada como la más susceptible de sufrir engaños y secuestros por parte de terceras personas.

2.9.- Tamaño del mercado

Además de considerar las estratificaciones indicadas anteriormente, hemos considerado establecer también dos aspectos importantes. Primero, la cantidad de personas que asisten a los centros comerciales principalmente durante los fines de semana y feriados que son los días considerados de mayor riesgo de pérdida de los pequeños.

Segundo, la cantidad de personas de clase social media y media alta que asiste a estos lugares con sus pequeños.

Por lo tanto si consideramos que la población infantil base de nuestro estudio está conformada aproximadamente por 207.900 niños, a través de las encuestas realizadas podemos determinar que el 93% de padres de familia (de estos niños), estarían dispuestos a adquirir el producto. Por lo que nuestro tamaño final de mercado es de **194.000 personas**.

2.10.- Plan de mercadeo y estrategias de ventas

Para alcanzar los objetivos de mercadeo, Safe 4 kids utilizará la siguiente estrategia de ventas:

Producto.- Beeper kids, como se ha indicado anteriormente es un dispositivo de seguridad que mediante la emisión de un sonido acústico, le permite saber cuando su hijo se está alejando del perímetro de su cuidado.

Precio.- Por ser la primera compañía en el país que fabrique productos de esta característica tenemos la ventaja de poder fijar el precio el cual está establecido en \$ 32,00 que representa el costo de producción más un porcentaje del 20%

Nuestros clientes, que en su gran mayoría y en un inicio del negocio serán minoristas, tendrán la posibilidad de cancelar al contado o con tarjeta de crédito. Por el giro del negocio no hemos considerado ofrecer ningún tipo de descuento por pagos realizados en efectivo. Así mismo hemos considerado que del total de nuestras ventas un 40% serán realizadas con pagos en efectivo y el 60% restante a 30 días plazo, a través de tarjetas de crédito.

Promoción.- Para promocionar nuestro producto utilizaremos técnicas de marketing directo a nuestros potenciales consumidores, para lo cual recurriremos principalmente a volantes y afiches. El producto será exhibido en islas administradas directamente por Safe for kids, las cuales estarán ubicadas en los centros comerciales del norte de la ciudad. El consumidor podrá tener acceso a ellos a través de vitrinas y exhibidores encontrados en estos sitios.

Canales.- Beeper kids en su etapa inicial, será un producto que se presente al consumidor final directamente de sus fabricantes. No contaremos con distribuidores dentro de la ciudad. Así mismo ya que es un producto pequeño consideramos que no necesitamos destinar grandes recursos para el transporte y entrega final al cliente.

2.11.- Estrategia de ventas

Nuestras ventas iniciales estarán destinadas directamente a los padres de familia o adultos responsables del cuidado de un niño con edad comprendida entre 1 y 4 años. Según como sea la aceptación de nuestro producto consideraremos buscar distribuidores mayoristas dentro de la ciudad o en otras ciudades del país.

El principal factor que pensamos destacar para que nuestro producto sea aceptado y adquirido será precisamente la seguridad del menor, tenemos estipulado que la parte emocional del individuo será el determinante de nuestras ventas. Nuestra política de inventario de productos terminados será de mantener en stock el 50% de las ventas proyectadas del siguiente mes.

3.- ANALISIS TECNICO O DE PRODUCCION

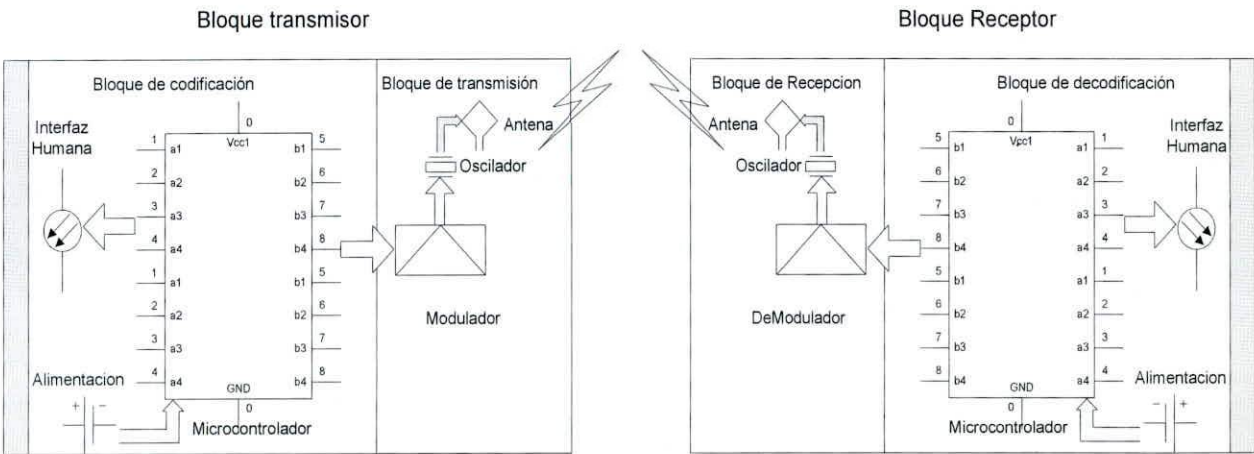
3.1.- Especificaciones del producto o servicio

Bases científicas y tecnológicas

El dispositivo a desarrollar se basa en una tarjeta transmisora que, mediante un microcontrolador, codifica una palabra de control y la transmite a través de radio frecuencia a una tarjeta receptora, esta, mediante otro microcontrolador, decodifica esta palabra y la procesa según requerimientos específicos.

Modo de funcionamiento

El sistema se compone de 2 bloques principales, un bloque transmisor y un bloque receptor. En la Figura 1 se muestran los bloques que componen el sistema.



El bloque transmisor se encarga, a través de sus bloques internos, de generar una palabra de control y de enviarla a través de una antena para que sea detectada por el bloque receptor.

Para generar la palabra de control se utiliza el microcontrolador de radiofrecuencia rfPIC12C509AG/509AF de Microchip, este microcontrolador tiene la característica de incorporar un transmisor UHF con modulación ASK, FSK, además cuenta con una memoria interna a base de EPROM con un bus de 8 bits lo cual facilita la programación

de los tiempos del dispositivo y principalmente se puede activar un código de protección para proteger la integridad del dispositivo:

El bloque de transmisión UHF ASK/FSK consiste de un oscilador de cristal, un PPL (phase locked Loop), un amplificador de poder con salidas diferenciales en colector abierto y un modo de control lógico. El bloque de alimentación de compone de una pila de bajo consumo.

Finalmente el bloque de Interfaz humana consiste de un botón de encendido y apagado del dispositivo de un diodo led indicador de estado, y en el caso del receptor de una bocina indicadora de estado.

3.2.- Descripción del proceso de producción

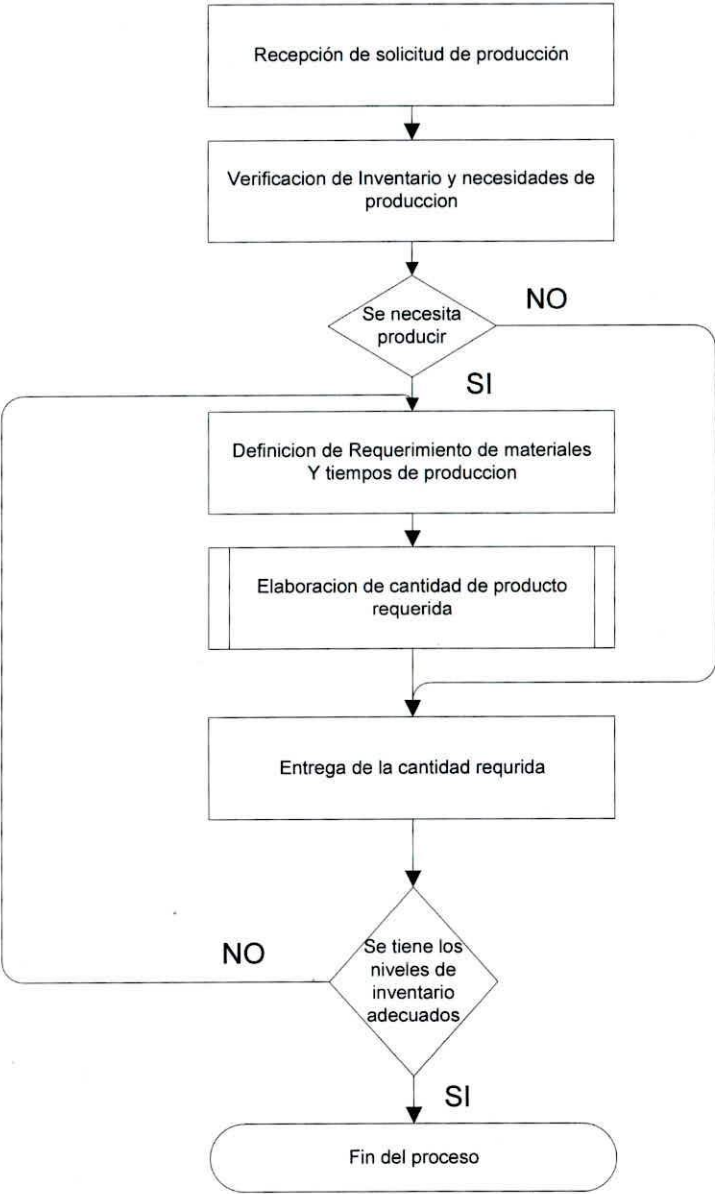
El proceso de producción de BEEPER KIDS está ligado a los requerimientos del producto en el área de comercialización. La figura 1 presenta la secuencia de actividades que deben desarrollarse para implementar el producto. El proceso de producción tiene las siguientes etapas.

1. Se genera una solicitud de producción en la cual se indica la cantidad del producto que debe ser fabricada.
2. Se verifica en inventario las cantidades de producto terminado con que se cuenta y se define la necesidad de producción.
3. Se desarrolla un informe de requerimiento de materiales y se planifican los tiempos de producción
4. Se procede a la implementación y al ensamble físico del producto
5. Se realizan controles de calidad del producto
6. Se procede a realizar informes de producción

- 7. Se entrega el producto
- 8. Se revisa que los niveles de inventario del producto sean los que están definidos en la política de la empresa.

3.3.- Diagrama del flujo de procesos

Secuencia de actividades del proceso de Producción



3.4.- Facilidades

Para las oficinas y planta de Safe 4 kids, contaremos con un local ubicado en el Centro Comercial El Terminal, junto al Terminal Terrestre al norte de la ciudad de Guayaquil. Esta ubicación es de muy fácil acceso pues al encontrarse cerca del Terminal asegura la presencia de varias líneas de transporte público. Contaremos además con todos los servicios básicos de tal manera que nuestras actividades se realicen de la manera más cómoda y segura posible.

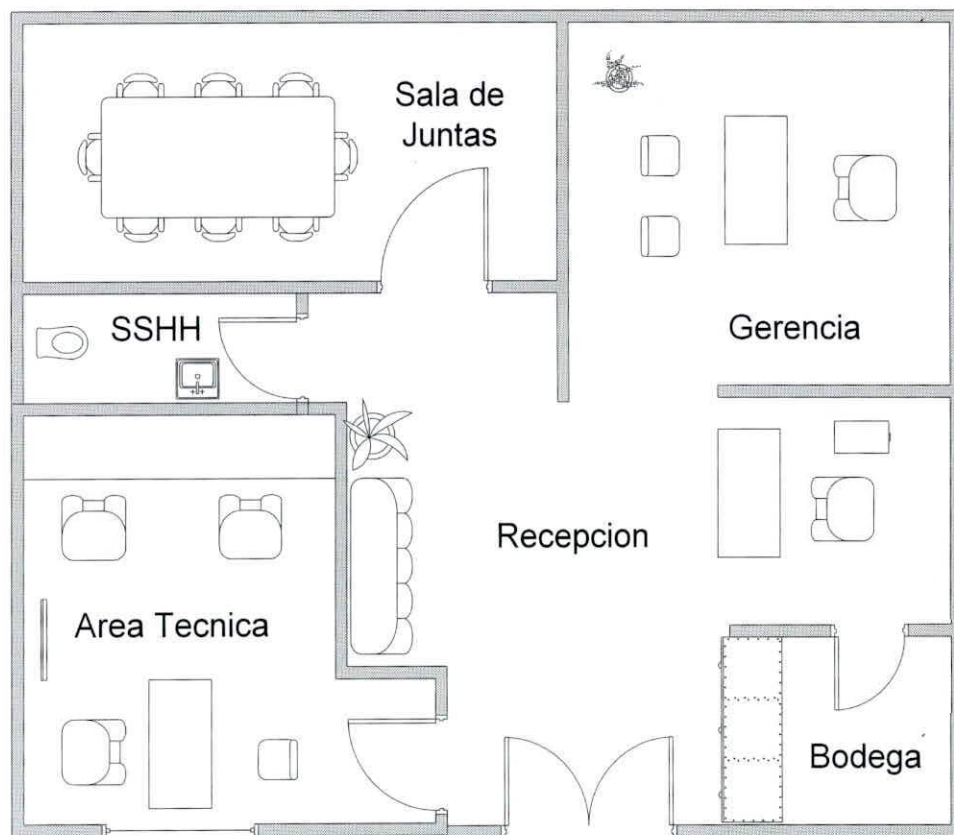
3.5.- Equipos y maquinarias

Para el comienzo de sus actividades Safe 4 kids S.A. Invertirá en la adquisición de los siguientes equipos:

- Dos computadores Pentium IV de 2.5 Ghz, 512Mb en memoria RAM, disco duro de 80Gb de capacidad, que se utilizará para el área técnica.
- Un computador Pentium IV de 2.5 Ghz, 256Mb en memoria RAM, disco duro de 40Gb de capacidad, que se utilizará para el área administrativa.
- Un Programador de microcontroladores PIC Start Plus Development System
- Un acondicionador de aire de 12000 BTU
- Una impresora.
- 2 kits de herramientas para trabajo técnico
- Equipos de oficina, 4 escritorios, 4 sillas de escritorio

3.6.- Diseño y distribución de la planta y oficinas

DISTRIBUCION DE PLANTA SAFE 4 KIDS



3.7.- Materia Prima

La materia prima necesaria para la producción de Beeper Kids consta de los siguientes elementos:

Integrado 1.- Utilizado en la fabricación del emisor del dispositivo

Integrado 2.- Utilizado en la fabricación del receptor del dispositivo

Placas.- Tarjetas electrónicas

Cubiertas.- Son los protectores del dispositivo (emisor y receptor)

Estuches.- Donde será ensamblado el producto

Argollas.- Para el llavero que llevará el receptor de la señal.

Sujetadores y pulseras.- Para el emisor de señal

3.8. Mano de obra requerida

En el análisis administrativo se encuentra detallada la mano de obra requerida por Safe 4 kids

3.9. Plan de producción

Nuestro nivel de producción en el primer año será de 1.940 unidades que serán producidas en cantidades iguales durante todo el período, es decir, 162 unidades mensuales. El nivel de inventario de Safe for kids está establecido por política interna que sea el 50% del nivel de ventas pronosticado para el período siguiente.

Este plan de producción será llevado a cabo por 2 operarios que son parte de la plataforma de personal de Safe for kids.

(Ver Anexo Tabla Plan de producción)

3.10. Plan de compras

Ver Anexo Tabla Presupuesto de compras

4.- ANALISIS ADMINISTRATIVO

4.1.- Objetivos del área administrativa

Entre los objetivos de Safe 4 kids, está principalmente el ser pioneros en el mercado ecuatoriano en cuanto a productos de seguridad infantil. Inicialmente ofrecemos el Beeper Kids, sin embargo no es el único producto que se piensa establecer bajo la marca Safe 4 kids.

Tal como se había indicado dentro de nuestro mercado los productos de seguridad infantil que se logran encontrar son aquellos importados, que lo que generan es el incremento del precio final en manos de los consumidores.

4.2 – El grupo empresarial

Safe 4 kids contará inicialmente con 6 personas distribuidas de la siguiente manera:

CARGO	NÚMERO DE PERSONAS	ÁREA
Gerente General	1	Administrativa
Asistente de gerencia	1	Administrativa
Jefe tecnológico	1	Producción
Vendedora de isla	1	Ventas
Ensamblador	1	Producción
Contador	1	Tercerizado

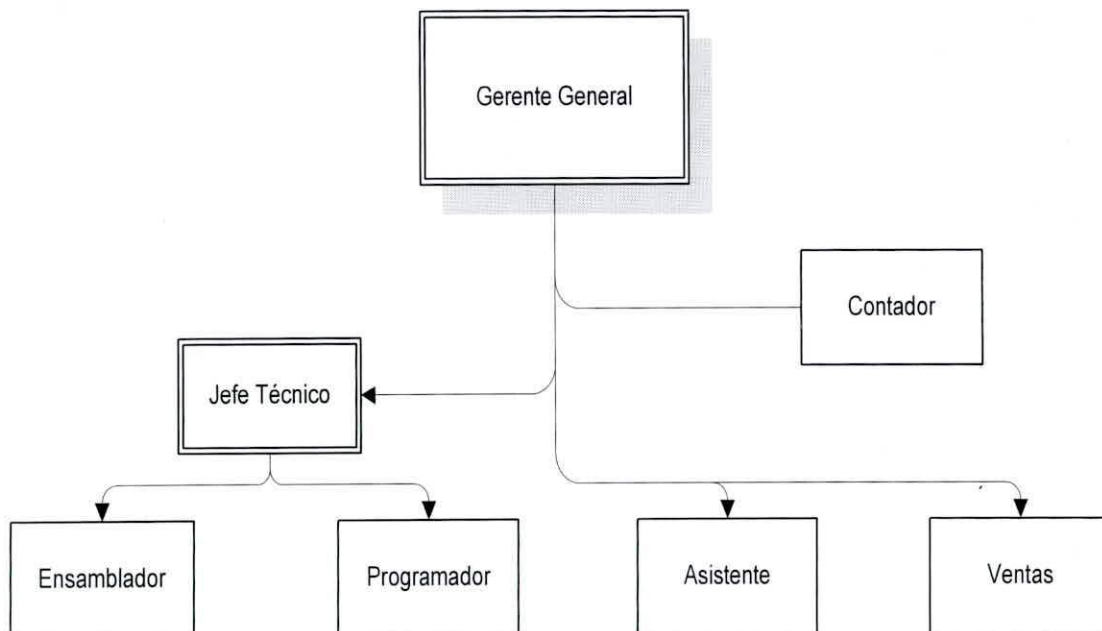
El contador prestará sus servicios de una manera tercerizada y está estipulado que realice su trabajo cada trimestre.

4.3.- Personal Ejecutivo

Safe 4 kids, es una sociedad anónima que contará con tres socios fundadores: Ing. Stalin Sánchez, Ing. Gonzalo León y Econ. Paola Medina, los cuales aportarán con 40% de la inversión inicial de la compañía.

Dos de ellos trabajarán directamente en los procesos administrativos y tecnológicos de Safe 4 kids.

4.4.- Estructura organizacional



4.5.- Funciones, políticas de capacitación y desarrollo del personal

El Gerente General estará a cargo principalmente de la parte administrativa de Safe 4 kids. Su gestión estará dirigida hacia la generación de la mejor estrategia de posicionamiento de nuestro producto en el mercado. Así mismo deberá lograr el mejor ambiente interno de tal forma que obtenga el mayor compromiso de cada uno de los integrantes del grupo de trabajo.

La Asistente de gerencia, deberá ser una persona debidamente capacitada de tal manera que pueda llevar la elaboración de estadísticas y reportes periódicos, así como la atención de llamadas telefónicas.

El Jefe tecnológico tendrá bajo su responsabilidad al programador y ensamblador del producto. Estará a cargo de controlar la calidad del producto en cada una de las etapas del proceso productivo.

La Vendedora de isla, será quien tenga contacto directo con nuestros clientes. Será parte de la plataforma comercial de Safe for kids. Deberá ser además una persona con excelentes relaciones humanas, lo cual le permitirá atraer a los potenciales compradores y cerrar la venta.

El contador, encargado de llevar los libros contables de la compañía. Su servicio será tercerizado y será llevado cada tres meses.

5.- ANALISIS LEGAL Y SOCIAL

5.1.- Aspectos legales de la compañía

Según las características de las compañías en el Ecuador hemos decidido que Safe 4 kids será una Sociedad Anónima, que contará inicialmente con tres socios fundadores y capitalistas: Ing. Stalin Sánchez, Ing. Gonzalo León y Econ. Paola Medina. Sin embargo dentro de los estatutos estipularemos que se podrán hacer emisión de acciones de tal manera que otras personas puedan ingresar a la sociedad.

5.2.- Aspectos de legislación urbana

El nombre de nuestra compañía deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Guayaquil, para lo cual debemos presentar tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, además de la solicitud, suscrita por un abogado.

Previo a la obtención de la resolución aprobatoria por parte de la Superintendencia de Compañías, no necesitamos ningún permiso especial otorgado por los diferentes Ministerios, según como indicamos en el anexo legal.

Como expresa el Art. 13 de la Ley de Cámaras de Comercio, toda compañía que se dedique a cualquier género de comercio deberá obtener la afiliación a la misma, por lo cual se constituye en un prerequisite de operación para Safe 4 kids.

5.3.- Análisis ambiental

Cada vez es mayor el número de industrias que atentan contra el agua, la tierra, la capa de ozono, etc. El uso indiscriminado de componentes usados en la refrigeración, el aire acondicionado, productos de limpieza, aerosoles, etc. provoca que el medio ambiente sea modificado y alterado con las actividades humanas diarias.

Sin embargo el proceso productivo de Beeper kids está constituido de tal manera que ninguna de sus etapas de producción afecte de ninguna manera nuestro medio ambiente.

Cualquier desperdicio del proceso productivo y administrativo será debidamente almacenado y entregado a la compañía de recolección de basura local como es el Consorcio Vachagnon, el cual está calificado con las normas ISO 9001: 2000 y el cual incluye en sus labores un proceso denominado Tecnología de Microorganismos Eficaces lo que nos genera la confianza de que con el tratamiento de nuestros desperdicios se reduce y elimina la generación de potenciales focos de contaminación ambiental.

5.4.- Análisis Social

Tomando en cuenta que la familia es el núcleo de la sociedad, Safe 4 kids S.A. nace con la idea básica de responsabilidad social. Nuestro objetivo primordial no es solo dotar al mercado con un producto más sino con un producto que brinde seguridad y tranquilidad familiar.

Somos conscientes del rol protagónico dentro de la sociedad, debido a nuestra participación como fuente generadora de empleo, así como también la elaboración y promoción de productos que satisfacen una necesidad latente en cuanto a seguridad infantil. Safe 4 kids contribuirá también al desarrollo económico del país con el cumplimiento de sus obligaciones fiscales y tributarias.

El diseño de nuestro proyecto y la consecución del mismo no originan ningún problema cultural ni socio ambiental en nuestro entorno.

6.- ANALISIS ECONOMICO

(Los detalles de cada una de las inversiones y presupuestos que se indican a continuación están incluidos en la parte de Anexos de este trabajo)

6.1.- Inversiones en Activos Fijos

Para la operación de Safe 4 kids, necesitaremos una inversión inicial en activos fijos de USD\$ 2.935,00 (Dos mil novecientos treinta y cinco 00/100 dólares).

6.2.- Inversión en capital de trabajo

Para precisar el monto necesario para capital de trabajo hemos determinado que éste estará dado por los costos totales de materia prima a utilizarse en los cuatro primeros meses de producción (determinado así en nuestro plan de compras) más todos los gastos operacionales y administrativos del primer mes. Nuestro capital de trabajo por lo tanto será de USD\$ 11.665,00 (Once mil seiscientos sesenta y cinco dólares 00/100 dólares).

6.3.- Presupuesto de Ingresos

Los ingresos generados por la ventas del Beeper kids durante el primer año, están presupuestados en un USD\$ \$69.530

6.4.- Presupuesto de Materias Primas, servicios e insumos

El monto necesario para la adquisición de materiales durante el primer año de operaciones es de USD\$ 26.844,48

6.5.- Presupuesto de personal

Para cubrir los gastos que generan los sueldos y salarios del personal de Safe 4 kids, necesitamos un monto de USD\$ \$1.070 mensuales

6.6.- Análisis de Costos y Punto de Equilibrio

Los costos totales generados en los procesos operativos y administrativos de Safe 4 kids son de USD\$ 53.753 durante el primer año de labores. Se obtendrá el punto de equilibrio con la producción de 1.202 unidades en el primer año, 1.119 en el segundo y 1.223 en el tercer año de proyección.

7.- ANALISIS FINANCIERO

7.1.- Flujo de Caja

Dados nuestros presupuestos y luego de finalizar el primer año de actividades Safe for kids generará un capital neto de \$ 1.560, lo que nos permitirá ir recuperando desde el primer año la inversión inicial.

La tasa interna de retorno de todo el proyecto es del 44,28%

(Ver anexo Flujo de caja para todos los períodos de proyección)

7.2.- Estado de Resultados

La utilidad neta para el primer año de operaciones será de \$ 12.000, luego de hacer las deducciones de impuestos y demás gastos operacionales al monto de las ventas que en ese mismo período fue de \$ 69.500.

Para el segundo año nuestra utilidad final será de \$ 25.600, mientras que para el tercer año este monto será de \$ 39.300

(Ver anexo Estado de Resultados para todos los períodos de proyección)

8.- ANALISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES

8.1.- Riesgos de Mercado

Dentro de los riesgos considerados como de mercado están:

El tamaño de mercado.- Lo consideramos como un riesgo bajo pues hemos identificado que nuestro mercado meta es de 194.000 niños, sin embargo, es un segmento que no desaparecerá pues a pesar de las buenas o malas condiciones económicas, la población en el Ecuador continúa creciendo a una tasa aproximada del 1.8 % anual según datos obtenidos por el UNICEF en el período de estudio 1990-2003.

La competencia y cuota de mercado.- En el corto plazo lo consideramos como un riesgo bajo pues no tenemos competidores claramente identificados ni con posiciones bien definidas. No existe por lo tanto un líder claro. Ya en el mediano plazo este riesgo podría aumentar al existir la posibilidad de la entrada de nuevos y mayores competidores.

Diferenciación del producto.- Lo consideramos como un riesgo medio pues aunque estaremos protegidos por patentes de procedimiento y tecnología, el Beeper Kids se vuelve un producto relativamente vulnerable por modificaciones o adaptaciones que le pueden realizar nuestros potenciales competidores.

Condiciones del mercado.- Lo tomamos como un riesgo medio pues los precios se mantendrán relativamente estables, mientras que el plazo de crédito a nuestros clientes no superará los 30 días.

8.2.- Riesgos Técnicos y de Ventas

Márgenes de ventas.- Riesgo bajo pues consideramos un margen alto y con tendencia a mantenerse.

Suministros de producción.- Riesgo medio pues para ciertos componentes existen escasos proveedores en el país, lo que podría generar considerables aumentos en los

costos si no pudiéramos contar con su aporte. Para otras partes, sin embargo, sí contamos con varios proveedores nacionales, con los que tenemos abierta la posibilidad de subcontratarlos.

8.3.- Riesgos Económicos y Riesgos Financieros

Como sabemos el *riesgo financiero* aumenta con el nivel de endeudamiento de la compañía, por esta razón consideramos muy importante contar con la aportación de capital de un cuarto socio. Es importante el ingreso de un nuevo elemento societario en Safe 4 kids pues de esta manera evitaremos los altos costos financieros en los que se incurriría en caso de obtener financiamiento en el sector bancario.

El *Tratado de libre comercio (TLC)*, es para Safe 4 kids un riesgo alto pues nos expone a un mercado global con mayores competidores que cuentan con mejores niveles tecnológicos. Esto a pesar de ser un riesgo para nosotros es también una oportunidad y un reto por mantenernos alerta a los últimos cambios y mejoras que podamos implementar en nuestro producto. El mercado global y sus demandantes buscan mayor sofisticación, es decir, mayor calidad acompañada del mejor servicio, pero todo esto al más bajo costo y es a ese mercado al que apuntamos servir.

Finalmente, a la *Política ecuatoriana*, la consideramos como un riesgo medio, pues las decisiones que tome el presente y el futuro gobierno pueden afectarnos considerablemente. Al ser una compañía embrionaria necesitamos un ambiente político estable que genere también estabilidad en nuestras finanzas.

El riesgo político en nuestro país es un factor que podría ocasionar dificultades en el sentido de que una política económica mal tomada afecta directamente el nivel de consumo de los ciudadanos los cuales destinan sus ingresos a la adquisición de productos que satisfagan sus necesidades básicas descuidando muchas veces hasta su propia seguridad y la de sus hijos, si es que llegaran a ver al Beeper kids como un producto básicamente comercial y no como lo que realmente es: un guardián de la seguridad infantil.

Anexo A

ANÁLISIS LEGAL

ANÁLISIS LEGAL

Las operaciones de negocios en el Ecuador están reguladas por las leyes que rigen el comercio y las empresas, así como por el Código Civil. Las principales formas de entidades legales que pueden hacer negocios en el Ecuador son:

- * Corporaciones
- * Compañías de responsabilidad limitada
- * Sucursales de corporaciones extranjeras
- * Compañía en nombre colectivo
- * Compañía en comandita simple
- * Compañías de economía mixta
- * Compañía holding o tenedora de acciones

Recordemos que las sociedades anónimas en el Ecuador, son compañías cuyo capital está dividido en acciones que pueden ser negociadas públicamente.

Una vez notariada y firmada la constitución de la sociedad así como sus estatutos y escrituras, éstas deberán ser presentadas a la Superintendencia de Compañías para su aprobación e inscripción en el registro mercantil.

Al momento de constitución de la sociedad, el capital debe estar íntegramente suscrito y pagado en por lo menos el 25%. El saldo deberá pagarse en un lazo máximo de dos años. El capital mínimo requerido actualmente es de \$ 800,00.

El nombre.- En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Guayaquil, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala y Portoviejo

(Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. 99.1.1.3.0013 de 10 de noviembre de 1999, publicada en el R.O. 324 de 23 de noviembre de 1999).

De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

Solicitud de aprobación.- La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, con que se pida la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías). Si se estimare conveniente, puede presentarse un proyecto de minuta junto con la petición antes referida, firmadas por abogado, para efectos de revisión previa. Si así se procediere se estará a lo dispuesto en la Resolución No. 99.1.1.3.0009 de 30 de septiembre de 1999, publicada en el R.O. 297 de 13 de octubre del mismo año.

El objeto social.- Informes previos:

Del Consejo Nacional de Tránsito o de la Unidad de Planificación y Gestión de Tránsito.- Si la compañía va a dedicarse al transporte terrestre de personas o bienes, de conformidad con lo dispuesto en el Art. 145 de la Ley de Tránsito y Transportes Terrestres, es indispensable que se obtenga el informe favorable previo del Consejo Nacional de Tránsito. El documento que lo contenga se incorporará como habilitante de la respectiva escritura pública de constitución de la compañía.

Del Ministerio de Turismo.- Si la compañía ha incluido en el nombre con que vaya a girar las palabras “turístico”, “turismo”, o cualquiera otra derivada de ellas, sola o asociada con las palabras “parador”, “nacional”, “provincial”, “regional”, “servicio”, “transporte” y otras típicamente inherentes al sector turístico, se deberá obtener la autorización correspondiente del Ministerio de Turismo para el registro y uso de tales

términos, en razón de ser reservados para las dependencias oficiales de turismo. Así lo dispone el Art. 51 de la Ley Especial de Desarrollo Turístico, publicada en el R.O. 118 de 28 de enero de 1997.

Del Ministerio de Defensa y del Comando Conjunto.- En caso de que la compañía vaya a dedicarse al desarrollo de actividades de seguridad privada, vigilancia o guardianía, se requiere obtener los informes previos favorables del Ministerio de Defensa Nacional y del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas, según consta en el Art. 3 del Reglamento para la Constitución y Funcionamiento de Organizaciones de Seguridad Privada, expedido mediante Decreto Ejecutivo No. 1104 de 9 de febrero de 1998, publicado en el R.O. 257 de 13 de los mismos mes y año.

Afiliaciones (previas a la obtención de la resolución aprobatoria por parte de la Superintendencia de Compañías):

A la Cámara de Industriales o de la Pequeña Industria.- Si la compañía va a dedicarse a cualquier actividad industrial es necesario que se obtenga la afiliación a la Cámara de Industriales respectiva o a la Cámara de la Pequeña Industria que corresponda, en observancia de lo dispuesto en el Art. 7 del Decreto No. 1531, publicado en el R.O. 18 de 15 de septiembre de 1968 o en el Art. 5 de la Ley de Fomento de la Pequeña Industria y Artesanía, publicada en el R.O. 878 de 29 de agosto de 1975 y reformada mediante Ley promulgada en el R.O. 200 de 30 de mayo de 1989.

A la Cámara de la Construcción.- En el evento de que la compañía vaya a operar en el sector de la construcción, se debe obtener la afiliación a la Cámara de la Construcción correspondiente, de acuerdo con lo prescrito en el Art. 4 del Decreto Supremo No. 3136 de 14 de enero de 1979, publicado en el R.O. 762 de 30 de los mismos mes y año.

A la Cámara de la Minería.- Si la compañía va a dedicarse a la explotación minera, en cualquiera de sus fases, es indispensable obtener la afiliación a la Cámara de la Minería que corresponda, según lo prescrito en el Art. 17 de la Ley de Minería, publicada en el Suplemento del R.O. 695 de 21 de mayo de 1991.

A la Cámara de Agricultura.- Si la compañía va a tener como actividad principal de su objeto la agricultura o la ganadería, se debe afiliarla a la Cámara de Agricultura respectiva, en cumplimiento de lo dispuesto en el Art. 3 de la Ley Reformativa a la Ley de Centros Agrícolas, Cámaras de Agricultura Provinciales y Zonales, publicada en el R. O. 326 de 29 de noviembre de 1993.

A la Cámara de Acuicultura.- En caso de que la compañía vaya a desarrollar actividades acuícolas, es indispensable obtener su afiliación a la Cámara de Acuicultura, en conformidad con lo prescrito en el Art. 3 de la Ley de la Cámara Nacional de Acuicultura, publicada en el R.O. 251 de 11 de agosto de 1993.

Afiliaciones (previas a la obtención de la inscripción de la escritura constitutiva y de su resolución aprobatoria en el Registro Mercantil):

A la Cámara Provincial de Turismo.- Si la compañía va a emprender en actividades turísticas es preciso alcanzar su afiliación a la Cámara Provincial de Turismo que, en razón del domicilio principal de la compañía, sea la competente para tal afiliación. Así disponen los artículos 4 y 25 de la Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y de su Federación Nacional, publicada en el R.O. 689 de 5 de mayo de 1995.

A la Cámara de Comercio.- En caso de que la compañía vaya a dedicarse a cualquier género de comercio es indispensable obtener la afiliación a la respectiva Cámara de comercio, según prescribe el Art. 13 de la Ley de Cámaras de Comercio.

Nota: Cuando el objeto de una compañía comprenda dos o más actividades y para su desarrollo a la compañía le corresponda afiliarse a más de una Cámara de la Producción, compete a la Superintendencia de Compañías establecer la cámara a la que deba afiliarse, según se dispone en la Resolución No. 99.1.1.3.0012 de 29 de octubre de 1999, publicada en el R.O. 316 de 11 de noviembre de 1999.

El origen de la inversión:

Si en la constitución de la compañía invierten personas naturales o jurídicas extranjeras es indispensable que declaren el tipo de inversión que realizan, esto es, extranjera

directa, subregional o nacional, en los términos de la Decisión 291 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena, publicada en el Suplemento del R.O. 682 de 13 de mayo de 1991. Si se tratare de esta última deberán declararlo ante el Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca, para que esa secretaría de Estado en respuesta les confiera el oficio en que conste tal declaración, oficio que será entregado en la Superintendencia de Compañías (Art. 19 de la Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones, publicada en el R. O. 219 de 19 de diciembre de 1997, en concordancia con el Art. 13 de su Reglamento de aplicación, publicado en el R.O. 346 de 24 de junio de 1998).

La inversión extranjera directa en laboratorios de larvas y centros de investigación acuícola será autorizada por el Consejo Nacional de Desarrollo Pesquero, previo informe del Instituto Nacional de Pesca (Art. 36 de la Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones).

Aumentos de capital y otros actos societarios posteriores

Requisitos

Al otorgamiento de la escritura pública de cualesquiera de los actos señalados en el Art. 33 de la Ley de Compañías: establecimiento de sucursal, aumento o disminución de capital, prórroga de plazo de duración, transformación, fusión, escisión, cambio de nombre o de domicilio, convalidación, reactivación de la compañía en proceso de liquidación y disolución anticipada, así como todos los convenios y resoluciones que alteren las cláusulas que se registren y publiquen, que reduzcan la duración de la compañía o excluyan a alguno de sus miembros, deben comparecer el o los representantes legales que, en cada caso, señale el estatuto respectivo.

Se presentará en la Superintendencia de Compañías el proyecto de minuta previo o, si se prefiriere, directamente, tres copias certificadas de la escritura que contenga el acta de junta general en que aparezcan las bases de la operación, esto es, del aumento de capital u otro u otros actos societarios previstos en el Art. 33 de la Ley de Compañías y la consiguiente reforma del estatuto, ya sea de acuerdo con el Art. 140 de la Ley de Compañías, si la sociedad es de responsabilidad limitada, o ya de acuerdo con lo

dispuesto en el artículo 183 de la misma Ley, si la compañía es anónima, o en fin, de conformidad con este último artículo y el artículo 312 de la Ley de Compañías, si se trata de una de economía mixta.

Si se optare por la presentación de proyecto de minuta previo, se estará a lo señalado en la segunda parte del requisito descrito en el numeral 1.1.2 sobre constitución de compañías de responsabilidad limitada.

En todo trámite de aumento de capital o de cualquier otro acto societario posterior previsto en el Art. 33 de la Ley de Compañías y que tenga incidencia en el capital o en el patrimonio sociales, se tomará en cuenta lo dispuesto en la Resolución No. 00.Q.IJ.008 de 20 de abril del 2000, publicada en el R.O. 69 de 3 de mayo del mismo año, que contiene las normas de aplicación de las reformas a la Ley de Compañías, introducidas en la Ley para la Transformación Económica del Ecuador

Dentro del trámite de aumento de capital o de cualquier otro acto señalado en el Art. 33 de la Ley de Compañías, la sociedad respectiva debe demostrar que se halla al día en el cumplimiento de sus obligaciones para con la Superintendencia de Compañías (Art. 20 y 449 de la Ley de Compañías, en concordancia con el Art. 22 (reformado) de la Ley de Modernización del Estado, Privatizaciones y Prestación de Servicios Públicos por parte de la Iniciativa Privada).

Si la compañía que estuviere en el caso de aumentar su capital o implementar un acto cualquiera de los señalados en el Art. 33 de la Ley de Compañías, se hallare sujeta al control total de esta Superintendencia, la exactitud de los rubros del incremento de capital será verificada mediante una inspección, de acuerdo con lo dispuesto en la Resolución No. 93.1.1.3.011 de 27 de agosto de 1993, publicada en el R.O. 269 de 6 de septiembre del mismo año.

Si la compañía que aumenta el capital estuviere sometida al control parcial de la Entidad, corresponde a su representante legal declarar, bajo juramento, que la suscripción e integración del capital materia del aumento son correctas. Así lo exige el Art. 11 de la Resolución citada en el párrafo anterior.

El aumento de capital suscrito dentro del cupo autorizado será resuelto por la Junta General de Accionistas, y en cuanto a su trámite se estará a lo dispuesto en el Capítulo III del Reglamento de Aumento del Capital Suscrito dentro del Autorizado en las Compañías Anónimas y de Economía Mixta contenido en la Resolución No. 99.1.1.3.06 de 2 de agosto de 1999, publicada en la R.O. 252 de 11 de los mismos mes y año, reformada mediante Resolución No.00.Q.IJ.006 de 17 de abril del 2000, publicada en el R. O. 65 de 26 de abril del 2000.

REGISTRO DE LA PATENTE

Adicionalmente y dentro de los trámites legales debemos considerar también la adquisición de la patente del dispositivo la misma que en nuestro país se realiza a través del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) y para lo cual debemos cumplir los siguientes pasos:

- Llenar el formulario que entrega el IEPI, de manera gratuita, a máquina o en letra imprenta legible.
- Adjuntar una descripción detallada de lo que se vaya a patentar. Dicha descripción debe elaborarse de tal forma que lo pueda entender una persona de conocimientos medios.
- Adjuntar el comprobante original de pago de la tasa de registro \$108 dólares.
- En el caso de ser persona jurídica, deberá adjuntarse una copia del nombramiento del representante legal.
- El IEPI realizará un examen de cumplimiento de los requisitos formales, con la finalidad de saber si la cosa objeto de la patente cumple con las características de calidad exigidas.
- Deberá publicarse un extracto de la solicitud de registro, en la gaceta del IEPI.
- Una vez hecha la publicación deberás esperar que transcurran 30 días hábiles, con extensión a solicitud de prórroga por 30 días más, para que terceros puedan oponerse -3 meses.
- Cumplida esta formalidad se realizará el examen de fondo, para verificar si procede o no el registro -1 mes.

- Realizado el examen de fondo -examen de calidad y requisitos de ser objeto lícito- el Director del IEPI expedirá la resolución, aprobando o negando el registro de la patente.
- En caso de que la patente fuere aprobada, deberás presentar una carta solicitando se emita el título, previo al pago de una tasa por la suma de \$ 54 dólares.

Anexo B

TABLAS FINANCIERAS

CUADRO # 1
PLAN DE PRODUCCION

	1 ^{er} cuatrimestre				2 ^{do} cuatrimestre				3 ^{er} cuatrimestre				AÑOS		
	1M	2M	3M	4M	1M	2M	3M	4M	1M	2M	3M	4M	1	2	3
VOLUMEN DE VENTAS	162	162	162	162	162	162	162	162	162	162	162	162	\$1.940	\$2.983	\$4.076
INVENTARIO DE PRODUCTO TERMINADO	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81	\$970	\$1.491	\$2.038
INVENTARIO DE PRODUCTO EN PROCESO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	\$0	\$1.491	\$2.038
UNIDADES PRODUCIDAS	243	162	162	162	162	162	162	162	162	162	162	162	\$2.021	\$0	\$1.491
NUMERO DE OPERARIOS	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	\$24	\$1.491	\$3.530
NUMERO DE DIRECTIVOS ASOCIADOS A PRODUCCION	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	\$12	\$1.491	\$2.038

Política de
Inventario
50% de producto terminado , de la proyección de
ventas

CUADRO # 2
PRESUPUESTO DE INVERSION EN ACTIVOS FIJOS

	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
INVERSIONES DEPRECIABLES			
EQUIPOS			
COMPUTADOR	3	\$ 600,00	\$ 1.800,00
IMPRESORA LASER	1	\$ 200,00	\$ 200,00
ACONDICIONADOR DE AIRE	1	\$ 400,00	\$ 400,00
<i>TOTAL EQUIPOS</i>			\$ 2.400,00
MUEBLES Y ENSERES			
ESCRITORIO	4	\$ 40,00	\$ 160,00
SILLA	7	\$ 25,00	\$ 175,00
TELÈFONO	2	\$ 25,00	\$ 50,00
TELEFAX	1	\$ 50,00	\$ 50,00
VARIOS DE OFICINA	1	\$ 100,00	\$ 100,00
<i>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</i>			\$ 535,00
TOTAL INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS			\$ 2.935,00

CUADRO # 3
TABLA DE DEPRECIACIONES

EQUIPOS	PERÍODOS	PORCENTAJE DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL (-) DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ACUMULADA
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	3	20%	\$2.400,00	\$480,00	\$1.920,00	\$480,00
		20%		\$480,00	\$1.440,00	\$960,00
		20%		\$480,00	\$960,00	\$1.440,00
MUEBLES Y ENSERES	3	10%	\$535,00	\$53,50	\$481,50	\$53,50
		10%		\$53,50	\$428,00	\$107,00
		10%		\$53,50	\$374,50	\$160,50

CUADRO # 4
PROYECCIÓN DE VENTAS (DÓLARES)

	MESES												AÑOS		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3
VOLUMEN ESTIMADO DE VENTAS (UNIDADES)	162	162	162	162	162	162	162	162	162	162	162	162	1940	2983	4076
PRECIO DE VENTA	\$32	\$32	\$32	\$32	\$32	\$32	\$32	\$32	\$32	\$32	\$32	\$32	\$32	\$32	\$32
VENTAS BRUTAS	\$5.173	\$5.173	\$5.173	\$5.173	\$5.173	\$5.173	\$5.173	\$5.173	\$5.173	\$5.173	\$5.173	\$5.173	\$62.080	\$95.456	\$130.432
12% IVA	\$621	\$621	\$621	\$621	\$621	\$621	\$621	\$621	\$621	\$621	\$621	\$621	\$7.450	\$11.455	\$15.652
VENTAS TOTALES	\$5.794	\$5.794	\$5.794	\$5.794	\$5.794	\$5.794	\$5.794	\$5.794	\$5.794	\$5.794	\$5.794	\$5.794	\$69.530	\$106.911	\$146.084
POLÍTICA DE CARTERA (DÍAS)	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
% VENTAS AL CONTADO	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%
VALOR DE VENTAS AL CONTADO	\$3.476	\$3.476	\$3.476	\$3.476	\$3.476	\$3.476	\$3.476	\$3.476	\$3.476	\$3.476	\$3.476	\$3.476	\$41.718	\$64.146	\$87.650
% VENTAS A PLAZO	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%
VALOR VENTAS A PLAZO	\$2.318	\$2.318	\$2.318	\$2.318	\$2.318	\$2.318	\$2.318	\$2.318	\$2.318	\$2.318	\$2.318	\$2.318	\$27.812	\$42.764	\$58.434

CUADRO # 5

PRESUPUESTO DE INGRESOS

	MESES												AÑOS		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3
CANTIDAD	162	162	162	162	162	162	162	162	162	162	162	162	1,940	2,983	4,076
PRECIO UNITARIO	\$32	\$32	\$32	\$32	\$32	\$32	\$32	\$32	\$32	\$32	\$32	\$32	\$32	\$32	\$32
VENTAS BRUTAS	\$5,173	\$5,173	\$5,173	\$5,173	\$5,173	\$5,173	\$5,173	\$5,173	\$5,173	\$5,173	\$5,173	\$5,173	\$62,080	\$95,456	\$130,432
12% IVA	\$621	\$621	\$621	\$621	\$621	\$621	\$621	\$621	\$621	\$621	\$621	\$621	\$7,450	\$11,455	\$15,652
VENTAS TOTALES	\$5,794	\$5,794	\$5,794	\$5,794	\$5,794	\$5,794	\$5,794	\$5,794	\$5,794	\$5,794	\$5,794	\$5,794	\$69,530	\$106,911	\$146,084
VENTAS AL CONTADO (40%)	\$3,476	\$3,476	\$3,476	\$3,476	\$3,476	\$3,476	\$3,476	\$3,476	\$3,476	\$3,476	\$3,476	\$3,476	\$41,718	\$64,146	\$87,650
VENTAS A CRÉDITO 30 DÍAS (60%)	\$2,318	\$2,318	\$2,318	\$2,318	\$2,318	\$2,318	\$2,318	\$2,318	\$2,318	\$2,318	\$2,318	\$2,318	\$27,812	\$42,764	\$58,434
RECUPERACIÓN CARTERA	0	\$2,318	\$2,318	\$2,318	\$2,318	\$2,318	\$2,318	\$2,318	\$2,318	\$2,318	\$2,318	\$2,318	\$25,494	\$27,812	\$42,764
INGRESOS EFECTIVOS	\$3,476	\$5,794	\$5,794	\$5,794	\$5,794	\$5,794	\$5,794	\$5,794	\$5,794	\$5,794	\$5,794	\$5,794	\$67,212	\$91,958	\$130,415
CUENTAS POR COBRAR	\$2,318	\$2,318	\$2,318	\$2,318	\$2,318	\$2,318	\$2,318	\$2,318	\$2,318	\$2,318	\$2,318	\$2,318	\$27,812	\$42,764	\$58,434
TOTAL	\$23,371	\$28,008	\$28,009	\$28,010	\$28,011	\$28,012	\$28,013	\$28,014	\$28,015	\$28,016	\$28,017	\$28,018	\$331,080	\$486,284	\$673,975

CUADRO # 6
PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA

CARGO	CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
GERENTE	SALARIO BASICO	\$400	\$440	\$484
	SALARIO ANUAL	\$4.800	\$5.280	\$5.808
ASISTENTE	SALARIO BASICO	\$150	\$165	\$182
	SALARIO ANUAL	\$1.800	\$1.980	\$2.178
JEFE TECNOLOGICO	SALARIO BASICO	\$250	\$275	\$303
	SALARIO ANUAL	\$3.000	\$3.300	\$3.630
PROGRAMADOR	SALARIO BASICO	\$0	\$0	\$0
	SALARIO ANUAL	\$0	\$0	\$0
VENDEDORA	SALARIO BASICO	\$120	\$132	\$145
	SALARIO ANUAL	\$1.440	\$1.584	\$1.742
ENSAMBLADOR	SALARIO BASICO	\$150	\$165	\$182
	SALARIO ANUAL	\$1.800	\$1.980	\$2.178
	TOTAL SALARIOS MENSUALES	\$1.070	\$1.177	\$1.295
	TOTAL SALARIOS ANUALES	\$12.840	\$14.124	\$15.536

CUADRO # 7
PROYECCION DE CONSUMO DE COMPONENTES (UNIDADES)

	MESES															AÑOS		
	CUATRIMESTRE 1	1	2	3	4	CUATRIMESTRE 2	5	6	7	8	CUATRIMESTRE 3	9	10	11	12	1	2	3
INTEGRADO 1	647	162	162	162	162	647	162	162	162	162	647	162	162	162	162	1.940	2.983	4.076
INTEGRADO 2	647	162	162	162	162	647	162	162	162	162	647	162	162	162	162	1.940	2.983	4.076
PLACAS	1.293	323	323	323	323	1.293	323	323	323	323	1.293	323	323	323	323	3.880	5.966	8.153
CUBIERTAS	1.293	323	323	323	323	1.293	323	323	323	323	1.293	323	323	323	323	3.880	5.966	8.153
ESTUCHES	647	162	162	162	162	647	162	162	162	162	647	162	162	162	162	1.940	2.983	4.076
ARGOLLAS	647	162	162	162	162	647	162	162	162	162	647	162	162	162	162	1.940	2.983	4.076
SUJETADORES	647	162	162	162	162	647	162	162	162	162	647	162	162	162	162	1.940	2.983	4.076
PULSERAS	647	162	162	162	162	647	162	162	162	162	647	162	162	162	162	1.940	2.983	4.076

Unidades a producir mensual 162
Unidades a producir año 1 1.940
Unidades a producir año 2 2.983
Unidades a producir año 3 4.076

CUADRO # 8

PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS (DOLARES)

	MESES			AÑOS		
	CUATRIMESTRE 1	CUATRIMESTRE 2	CUATRIMESTRE 3	1	2	3
INTEGRADO 1						
Cantidad a comprar	647	647	647	1.940	2.983	4.076
Costo unitario	\$2,79	\$2,79	\$2,79	\$2,79	\$2,79	\$2,79
Costo total	\$1.804,20	\$1.804,20	\$1.804,20	\$5.412,60	\$8.321,87	\$11.373,23
INTEGRADO 2						
Cantidad a comprar	647	647	647	1.940	2.983	4.076
Costo unitario	\$2,25	\$2,25	\$2,25	\$2,25	\$2,25	\$2,25
Costo total	\$1.455,00	\$1.455,00	\$1.455,00	\$4.365,00	\$6.711,19	\$9.171,96
PLACAS						
Cantidad a comprar	1.293	1.293	1.293	3.880	5.966	8.153
Costo unitario	\$1,50	\$1,50	\$1,50	\$1,50	\$1,50	\$1,50
Costo total	\$1.940,00	\$1.940,00	\$1.940,00	\$5.820,00	\$8.948,25	\$12.229,28
CUBIERTAS						
Cantidad a comprar	1.293	1.293	1.293	3.880	5.966	8.153
Costo unitario	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00	\$2,00
Costo total	\$2.586,67	\$2.586,67	\$2.586,67	\$7.760,00	\$11.931,00	\$16.305,70
ESTUCHES						
Cantidad a comprar	647	647	647	1.940	2.983	4.076
Costo unitario	\$1,50	\$1,50	\$1,50	\$1,50	\$1,50	\$1,50

Costo total	\$970,00	\$970,00	\$970,00	\$970,00	\$2.910,00	\$4.474,13	\$6.114,64
SUJETADORES							
Cantidad a comprar	647	647	647	647	1.940	2.983	4.076
Costo unitario	\$0,03	\$0,03	\$0,03	\$0,03	\$0,03	\$0,03	\$0,03
Costo total	\$19,40	\$19,40	\$19,40	\$19,40	\$58,20	\$89,48	\$122,29
ARGOLLAS							
Cantidad a comprar	647	647	647	647	1.940	2.983	4.076
Costo unitario	\$0,07	\$0,07	\$0,07	\$0,07	\$0,07	\$0,07	\$0,07
Costo total	\$43,56	\$43,56	\$43,56	\$43,56	\$130,68	\$200,92	\$274,59
PULSERAS							
Cantidad a comprar	647	647	647	647	1.940	2.983	4.076
Costo unitario	\$0,20	\$0,20	\$0,20	\$0,20	\$0,20	\$0,20	\$0,20
Costo total	\$129,33	\$129,33	\$129,33	\$129,33	\$388,00	\$596,55	\$815,29
COSTOS TOTALES							
MATERIAS PRIMAS	\$8.948,16	\$8.948,16	\$8.948,16	\$8.948,16	\$26.844,48	\$41.273,39	\$56.406,96
Política de pago (días)	30	30	30	30	30	30	30
% Compras al contado	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%
Valor de Compras al contado	\$4.474	\$4.474	\$4.474	\$4.474	\$13.422	\$20.637	\$28.203
% Compras a plazos	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%
Valor compras a plazo	\$4.474	\$4.474	\$4.474	\$4.474	\$13.422	\$20.637	\$28.203

ACLARACION: TODOS
LOS COSTOS
UNITARIOS INCLUYEN
EL 12% IVA

CUADRO # 9
PRESUPUESTO DE COMPRAS

	0	MESES												AÑOS		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3
COSTO TOTAL DE MATERIAS PRIMAS	\$8.948				\$8.948				\$8.948					\$26.844	\$41.273	\$56.407
COMPRAS AL CONTADO (50%)	\$4.474				\$4.474				\$4.474					\$13.422	\$20.637	\$28.203
COMPRAS A CREDITO 30 DIAS (50%)	\$4.474				\$4.474				\$4.474					\$13.422	\$20.637	\$28.203
PAGOS VENCIDOS		\$4.474	\$0	\$0	\$0	\$4.474	\$0	\$0	\$0	\$4.474	\$0	\$0	\$0	\$0	\$13.422	\$20.637
EGRESOS EFECTIVOS		\$4.474			\$4.474	\$4.474			\$4.474	\$4.474				\$13.422	\$34.059	\$48.840
CUENTAS POR PAGAR	\$4.474								\$4.474	\$4.474				\$13.422	\$20.637	\$28.203

CUADRO # 10
PRESUPUESTO DE GASTOS DE OPERACIÓN

CONCEPTO		MESES												AÑOS			
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3
AGUA, LUZ, TELÉFONO			\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$1.200	\$1.320	\$1.452
INTERNET			\$17	\$17	\$17	\$17	\$17	\$17	\$17	\$17	\$17	\$17	\$17	\$17	\$200	\$220	\$242
ARRIENDO			\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$2.400	\$2.640	\$2.904
GASTOS DE CONSTITUCION		800	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$800	\$0	\$0
DEPRECIACION DE EQUIPOS			\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$480	\$480	\$480	\$480
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN		\$800	\$317	\$317	\$317	\$317	\$317	\$317	\$317	\$317	\$317	\$317	\$317	\$797	\$5.080	\$4.660	\$5.078

CUADRO # 11
PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS

CONCEPTO	MESES												AÑOS		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3
PUBLICIDAD	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$1.200	\$1.320	\$1.452
ALQUILER DE ISLA	\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$4.800	\$5.280	\$5.808
SUELDOS	\$1.070	\$1.070	\$1.070	\$1.070	\$1.070	\$1.070	\$1.070	\$1.070	\$1.070	\$1.070	\$1.070	\$1.070	\$12.840	\$14.124	\$15.536
TRANSPORTE	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
PAPELERIA	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$360	\$396	\$436
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$54	\$54	\$54	\$54
TOTAL GASTOS ADM. Y VENTAS	\$1.600	\$1.600	\$1.600	\$1.600	\$1.600	\$1.600	\$1.600	\$1.600	\$1.600	\$1.600	\$1.600	\$1.654	\$19.254	\$21.174	\$23.286

CUADRO # 12
ANALISIS DE COSTOS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
COSTOS FIJOS			
ACTIVOS FIJOS	\$2.935		
MANO DE OBRA	\$12.840	\$14.124	\$15.536
AGUA, LUZ, TELÉFONO	\$1.200	\$1.320	\$1.452
INTERNET	\$200	\$220	\$242
ARRIENDO	\$2.400	\$2.640	\$2.904
GASTOS DE CONSTITUCION	\$800	\$0	\$0
DEPRECIACION DE EQUIPOS	\$480	\$480	\$480
ALQUILER DE ISLA	\$4.800	\$5.280	\$5.808
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	\$54	\$54	\$54
PAPELERIA	\$360	\$396	\$436
TOTAL COSTOS FIJOS	\$25.709	\$24.118	\$26.476
COSTOS VARIABLES			
MATERIAS PRIMAS	\$26.844	\$41.273	\$56.407
PUBLICIDAD	\$1.200	\$1.320	\$1.452
TRANSPORTE	\$0	\$0	\$0
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$28.044	\$42.593	\$57.859
COSTOS TOTALES	\$53.753	\$66.711	\$84.335
UNIDADES VENDIDAS	1.940	2.983	4.076
COSTO PROMEDIO POR UNIDAD	\$27,71	\$22,36	\$20,69
COSTO VARIABLE PROMEDIO (UNIDAD)	\$14	\$14	\$14
PRECIO PROMEDIO UNITARIO	\$36	\$36	\$36
MARGEN UNITARIO PROMEDIO	\$8	\$13	\$15
PUNTO DE EQUILIBRIO(UNIDADES)	1.202	1.119	1.223

CUADRO # 13

REQUERIMIENTOS DE CAPITAL

CONCEPTO	0	1	2	3	4
AGUA, LUZ, TELÉFONO	0	\$100	\$100	\$100	\$100
INTERNET	0	\$17	\$17	\$17	\$17
ARRIENDO	0	\$200	\$200	\$200	\$200
GASTOS DE CONSTITUCION	800	\$0	\$0	\$0	\$0
DEPRECIACION DE EQUIPOS	0	\$0	\$0	\$0	\$0
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	\$800	\$317	\$317	\$317	\$317

PUBLICIDAD		100	100	100	4
ALQUILER DE ISLA		400	400	400	100
SUELDOS		1070	1070	1070	400
PAPELERIA		30	30	30	0
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES		0	0	0	0
TOTAL GASTOS ADM. Y VENTAS		1600	1600	1600	1574

COSTOS TOTALES MATERIAS PRIMAS		\$ 8948,16	0	0	0
--------------------------------	--	------------	---	---	---

TOTAL COSTOS MATERIA PRIMA 1^{ER} CUATRIMESTRE \$ 8948,16

TOTAL GASTOS FIJOS 1^{ER} MES DE OPERACION \$ 2.717

CAPITAL INICIAL DE TRABAJO \$ 11.665,00

CUADRO # 14
FLUJO DE EFECTIVO

	MESES												AÑOS			
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3
EFFECTIVO INICIAL		\$1.018	\$541	\$4.419	\$8.296	\$3.226	\$7.103	\$10.981	\$14.858	\$9.787	\$13.665	\$17.542	\$21.420		\$25.297	\$25.299
INGRESOS DE EFECTIVO																
VENTAS AL CONTADO	\$0	\$3.476	\$3.476	\$3.476	\$3.476	\$3.476	\$3.476	\$3.476	\$3.476	\$3.476	\$3.476	\$3.476	\$3.476	\$41.718	\$64.146	\$87.655
RECUPERACION DE CARTERA		\$0	\$2.318	\$2.318	\$2.318	\$2.318	\$2.318	\$2.318	\$2.318	\$2.318	\$2.318	\$2.318	\$2.318	\$25.494	\$27.812	\$42.768
TOTAL DISPONIBLE	\$0	\$3.476	\$5.794	\$5.794	\$5.794	\$5.794	\$5.794	\$5.794	\$5.794	\$5.794	\$5.794	\$5.794	\$5.794	\$67.212	\$91.958	\$130.419
EGRESOS DE EFECTIVO																
INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	\$2.935													\$2.935		
MANO DE OBRA		\$1.070	\$1.070	\$1.070	\$1.070	\$1.070	\$1.070	\$1.070	\$1.070	\$1.070	\$1.070	\$1.070	\$1.070	\$12.840	\$14.124	\$15.532
AGUA, LUZ, TELÉFONO		\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$1.200	\$1.320	\$1.440
INTERNET		\$17	\$17	\$17	\$17	\$17	\$17	\$17	\$17	\$17	\$17	\$17	\$17	\$200	\$220	\$240
ARRIENDO		\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200	\$2.400	\$2.640	\$2.900
GASTOS DE CONSTITUCION	\$800	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$800	\$0	\$0
ALQUILER DE ISLA		\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$400	\$4.800	\$5.280	\$5.800
PAPELERIA		\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$360	\$396	\$440
MATERIAS PRIMAS	\$8.948				\$8.948				\$8.948					\$26.844	\$41.273	\$56.411
PUBLICIDAD		\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$1.200	\$1.320	\$1.440
TRANSPORTE		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
IMPUESTO A LA RENTA																
TOTAL EGRESOS	\$12.683	\$1.917	\$1.917	\$1.917	\$10.865	\$1.917	\$1.917	\$1.917	\$10.865	\$1.917	\$1.917	\$1.917	\$1.917	\$53.579	\$66.573	\$84.212
EFFECTIVO DISPONIBLE	-\$12.683	\$1.560	\$3.877	\$3.877	-\$5.071	\$3.877	\$3.877	\$3.877	-\$5.071	\$3.877	\$3.877	\$3.877	\$3.877	\$13.632	\$25.385	\$46.111
APORTE DE SOCIOS	\$11.665	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$11.665	\$0	\$0
EFFECTIVO FINAL	-\$1.018	\$541	\$4.419	\$8.296	\$3.226	\$7.103	\$10.981	\$14.858	\$9.787	\$13.665	\$17.542	\$21.420	\$25.297	\$25.297	\$25.385	\$46.111

TIR 44,28%