



**CARRERA: TECNOLOGÍA SUPERIOR EN
ADMINISTRACIÓN**

TEMA:

“Proyecto de factibilidad para la implementación de una microempresa que ofrezca artículos como audífonos y amplificadores para personas con dificultades auditivas, en la ciudad de Guayaquil.”

**Proyecto de plan de negocio previo a la obtención del título de Tecnólogo
Superior en Administración**

AUTOR: Miguel Andrés Carreño Llaguno

TUTORA: Ing. Rosa Elena Blacio Jara. MSc.

D.M. Quito, 21 de agosto de 2023

DEDICATORIA

A medida que concluye este capítulo de mi vida académica no puedo dejar de reflexionar sobre el apoyo incondicional que me ha impulsado a lo largo de esta travesía. Este proyecto no es solo un símbolo de mi esfuerzo y dedicación, sino también un tributo a las personas y seres queridos que han estado a mi lado en cada paso del camino.

Andrea, mi amada esposa, tu paciencia, aliento y amor han sido mi fuente constante de inspiración, tus palabras de ánimo y tu confianza en mí me han dado la fuerza para enfrentar los desafíos académicos con determinación, has sido mi roca, mi motivación y mi razón para nunca rendirme.

Arya, mi fiel compañera de 4 patas, tu lealtad y alegría incondicionales han llenado mis días de sonrisas y gratitud, tu presencia siempre alegre ha sido un recordatorio constante de la importancia de las pequeñas cosas en la vida y de la importancia de disfrutar cada momento.

Mi familia, ha sido mi red de seguridad en cada momento. Vuestra guía y apoyo me han brindado la confianza para perseguir mis sueños y alcanzar metas que alguna vez parecieron inalcanzables.

Este proyecto es un tributo a cada uno de ustedes, un testimonio de su amor, apoyo y fe en mí. A medida que avanzo hacia el futuro, llevaré conmigo los valores y lecciones que he aprendido de cada uno de ustedes.

AGRADECIMIENTO

Expreso mi sincero agradecimiento por el respaldo brindado en mi camino hacia la graduación. A mi familia, amigos y a Gissela F, les agradezco por su apoyo inquebrantable.

Mi apreciación también se extiende a mi esposa Andrea, cuyo amor y paciencia han sido mi motivación constante. Agradezco a mi tutora, Msg. Rosa Blacio, y a mis profesores por su guía y dedicación.

Por último, pero no menos importante quiero darme las gracias por creer en mí, quiero darme las gracias por hacer todo este duro trabajo. Quiero darme las gracias por no tener días libres. Quiero darme las gracias por no rendirme nunca. Quiero darme las gracias por ser siempre un dador y tratar de dar más de lo que recibo. Quiero darme las gracias por ser yo en todo momento.

AUTORÍA

Yo, **Miguel Andrés Carreño Llaguno** autor del presente proyecto, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente,

Miguel Andrés Carreño Llaguno

D.M. Quito, 21 de agosto de 2023

Ing. Rosa Elena Blacio Jara. MSc.

Tutor de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

Ing. Rosa Elena Blacio Jara. MSc.

D.M. Quito, 21 agosto 2023

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes clausulas:

PRIMERA: La Master **Rosa Elena Blacio Jara** y por sus propios derechos en calidad de Tutora del trabajo fin de carrera; y el **Sr. Miguel Andrés Carreño Llaguno** por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. – El Sr. **Miguel Andrés Carreño Llaguno** realizó el trabajo fin de carrera titulado **“Proyecto de factibilidad para la implementación de una microempresa que ofrezca artículos como audífonos y amplificadores para personas con dificultades auditivas, en la ciudad de Guayaquil”** para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección de la **Master Rosa Elena Blacio Jara**

DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, Master **Rosa Elena Blacio Jara** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y el **Sr. Miguel Andrés Carreño Llaguno** como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la implementación de una microempresa que ofrezca artículos como audífonos y amplificadores para personas con dificultades auditivas, en la ciudad de Guayaquil”** y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

Ing. Rosa Elena Blacio Jara. MSc.

Sr. Miguel Andrés Carreño Llaguno

D.M. Quito, 21 agosto 2023

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN	v
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vii
RESUMEN.....	xv
ORGANIZACIÓN MICROEMPRESARIAL	1
Creación de la microempresa	1
Descripción de la microempresa	1
Importancia	1
Características	2
Actividad.....	3
Tamaño y distribución de la microempresa	4
Estudio arquitectónico.....	6
Estructura interna del establecimiento	7
Necesidades que satisfacer.....	8
Necesidades fisiológicas	8
Necesidades de Seguridad.....	9
Necesidades de cariño y pertenencia.	9
Necesidades de estima	9
Necesidades de autorrealización	10
Localización de la microempresa.....	10
Filosofía microempresarial	11
Misión	11
Visión	12
Objetivos	12

Meta	12
Estrategias	13
Políticas	14
Para la microempresa	14
Para los trabajadores	15
FODA.....	16
Fortalezas.	16
Oportunidades.	17
Debilidades.....	17
Amenazas.	18
Desarrollo organizacional	18
Tipo de Estructura.....	18
Área de ventas y marketing:.....	19
Área de atención al cliente:	19
Área de compras y logística:	19
Área de consultorio de especialista audiológico:	19
Área administrativa:	20
Mapa de procesos.....	20
Procesos Estratégicos:.....	20
Procesos Operacionales:	20
Procesos de Apoyo:.....	20
Formalización.....	21
Centralización – Descentralización.....	21
Centralización:	21
Descentralización:	21
Integración	22
Flujo de procesos del servicio de Audiología de ECUPÉDICOS.....	23
Organigrama microempresarial.....	24
Funciones del personal.....	24
Gerente General	24

Gerente marketing y ventas.....	25
Audiólogo.....	26
Asistente de atención al cliente.....	27
Administrador	28
Gerente de compra y logística.....	29
PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	30
Objetivo de mercadotecnia.....	30
Investigación de mercado.....	31
Modalidad.	31
Plan de Muestreo.....	32
Análisis e interpretación de la encuesta	34
Análisis general de la investigación.....	47
Entorno microempresarial.....	49
Microentorno.....	49
Competencia directa.....	50
Competencia indirecta.....	51
Sustitutos.....	51
Proveedores.....	51
Intermediarios.....	52
Clientes.....	53
Macroentorno	53
Factor Político - Legal.....	53
Factor Económico.....	54
Factor Socio-cultural.....	55
Producto y servicio.....	57
Producto Esencial.....	57
Producto Real.....	58
Características	59
Calidad	60
Estilo.....	61

Marca.	61
Producto Aumentado.....	62
Plan de introducción al mercado.	63
Distintivos y Uniformes	63
Área de Consultorio	63
Audiólogo.....	63
Materiales de identificación.	64
Imagotipo.	64
Tarjetas de presentación.....	65
Hoja membretada.	66
Canal de distribución y puntos de ventas.....	66
Promoción.	67
Contacto.	67
Correspondencia.....	67
Negociación.	67
Financiamiento.....	68
Riesgo y oportunidades del negocio	68
Fijación de Precios	69
Audífono BTE “OasisSpace”	71
Audífono BTE “MEDca”	72
Proceso de derecho microempresarial.....	73
Proceso de impacto ambiental.....	75
Objetivos Sociales.....	76
Objetivos Ambientales	77
PROCESO FINANCIERO	77
Introducción	77
Inversión Inicial	78
Activos Fijos	78
Capital de trabajo	78
Inversión total	80

Sueldos	81
Beneficios legales	81
Depreciación de activos fijos	82
Tabla de amortización capital financiado.	83
Estructura Capital.....	84
TMAR (Tasa Mínima de Rendimiento).....	85
Punto de equilibrio	85
Margen de contribución	86
Ventas proyectadas	88
Costo de venta.....	88
Flujo de caja.....	89
Cálculo del VAN y el TIR	90
VAN (Valor Actual Neto) o VPN (Valor Presente Neto).....	90
Interpretación VAN.....	91
Fórmula del VAN.....	91
TIR (Tasa Interna de Retorno)	91
Interpretación del TIR	92
Formula del TIR.....	92
Cálculo del TIR Y EL VAN	93
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	94
Conclusiones	94
Recomendaciones:	95
REFERENCIAS.....	96
ANEXOS	99
Proformas.....	99

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1	25
TABLA 2	26
TABLA 3	27
TABLA 4	28
TABLA 5	29
TABLA 6	30
TABLA 7	34
TABLA 8	36
TABLA 9	37
TABLA 10	38
TABLA 11	39
TABLA 12	40
TABLA 13	42
TABLA 14	43
TABLA 15	44
TABLA 16	46
TABLA 17	52
TABLA 18	68
TABLA 19	71
TABLA 20	72
TABLA 21	78
TABLA 22	80
TABLA 23	81
TABLA 24	81
TABLA 25	82
TABLA 26.	82
TABLA 27	83
TABLA 28	83

TABLA 29.....	84
TABLA 30.....	86
TABLA 31.....	86
TABLA 32.....	87
TABLA 33.....	88
TABLA 34.....	89
TABLA 35.....	90
TABLA 36.....	91
TABLA 37.....	92
TABLA 38.....	93

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1.....	7
FIGURA 2.....	8
FIGURA 3.....	11
FIGURA 4.....	23
FIGURA 5.....	24
FIGURA 6.....	35
FIGURA 7.....	36
FIGURA 8.....	37
FIGURA 9.....	39
FIGURA 10.....	41
IFIGURA 11	42
FIGURA 12.....	43
FIGURA 13	45
FIGURA 14.....	46
IFIGURA 15	49
FIGURA 16.....	50
FIGURA 17.....	53
FIGURA 18.....	63
FIGURA 19.....	64
FIGURA 20.....	65
FIGURA 21.....	66
FIGURA 22.....	87

“Proyecto de factibilidad para la implementación de una microempresa que ofrezca artículos como audífonos y amplificadores para personas con dificultades auditivas, en la ciudad de Guayaquil”

Miguel Andrés Carreño Llaguno
Ing. Rosa Elena Blacio Jara. MSc.
D.M. Quito 21 de agosto de 2023

RESUMEN

El proyecto de titulación se centra en evaluar la viabilidad de ECUPÉDICOS, una tienda especializada en audífonos para sordera en Guayaquil. El enfoque se centra en proporcionar soluciones de calidad y accesibles para mejorar la vida de las personas con discapacidad auditiva. Comenzando con la definición de las características esenciales del establecimiento, se prioriza la calidad de los productos y la oferta de precios justos. Una investigación de mercado exhaustiva se lleva a cabo mediante encuestas para comprender a fondo las necesidades y deseos de los posibles clientes, la identidad corporativa se desarrolla minuciosamente, incluyendo la creación del logotipo, el eslogan y el material publicitario, asegurando que refleje los valores y la misión, la estructura organizativa se establece de manera eficiente mediante el diseño de procesos clave, tanto gobernantes como sustantivos y de apoyo, culminando en la creación de un organigrama coherente para la microempresa. El análisis de impacto ambiental y social es una parte fundamental del proyecto, identificando

posibles impactos negativos y el impacto positivo que podría tener en la comunidad.

Finalmente, el análisis financiero confirma la viabilidad económica del proyecto, calculando la inversión inicial, el flujo de caja y los estados de resultados, en la cual se demuestra que es un proyecto sólido con un alto potencial de éxito.

ORGANIZACIÓN MICROEMPRESARIAL

Creación de la microempresa

La discapacidad auditiva es una condición que afecta a millones de personas en todo el mundo, impidiéndoles disfrutar plenamente de los sonidos y las interacciones sociales. La falta de acceso a dispositivos auditivos adecuados es una barrera significativa para quienes padezcan de sordera, especialmente en ciudades como Guayaquil, donde las opciones para adquirir estos aparatos son limitadas. Esta situación genera no solo una barrera física, sino también económica y emocional para aquellos que desean recuperar su capacidad de escuchar y participar activamente en la sociedad. La falta de opciones asequibles y confiables limita sus posibilidades de tratamiento y rehabilitación, lo que impacta negativamente en su calidad de vida y bienestar emocional. (PAHO, 2023)

En este contexto, surge ECUPÉDICOS, una microempresa innovadora que tendrá como objetivo principal mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad auditiva. La misma se comprometerá a ofrecer una amplia gama de audífonos y amplificadores de alta calidad, adaptados a las necesidades individuales de cada cliente.

Descripción de la microempresa

Importancia

ECUPÉDICOS mejorará la calidad de vida de las personas con discapacidad auditiva al brindar la oportunidad de recuperar su capacidad de escuchar y participar plenamente en la sociedad. Además, ofrecerá dispositivos

auditivos asequibles y confiables, reduciendo la brecha en el acceso a la tecnología auditiva. Asimismo, superar barreras geográficas al utilizar las redes sociales como canal de venta principal, llegando a personas en áreas remotas. También desempeñará un papel importante en la sensibilización y concienciación sobre la importancia de la salud auditiva.

Características

ECUPÉDICOS, una microempresa comprometida con el bienestar auditivo y la inclusión de las personas con discapacidad auditiva, tendrá como objetivo principal mejorar la calidad el día a día de aquellos que padecen de sordera en la ciudad de Guayaquil y demás ciudades del Ecuador. Se esforzará por crear un futuro mejor para aquellos que buscan recuperar su capacidad de escuchar y participar plenamente en la sociedad.

Mediante el uso de conocimientos actualizados y experiencia especializada, se enfocará en atender la salud auditiva en todas sus dimensiones: emocional, física, mental, conductual y social. El objetivo será proporcionar audífonos y amplificadores de alta calidad, adaptados a las necesidades individuales de cada cliente, con el fin de mejorar su bienestar auditivo y promover una mejor calidad de vida.

Además del compromiso con los individuos, se preocupará por la responsabilidad social y la educación de la comunidad. realizará campañas de concienciación sobre la importancia de una salud auditiva y responsable.

En cuanto al personal, se garantiza un ambiente laboral justo y seguro. Los empleados estarán bajo contrato individual de trabajo, con afiliación al seguro social

y gozarán de todos los derechos estipulados en el código de trabajo de Ecuador.

(Forkshake, 2023)

La microempresa también se preocupará por el medio ambiente y se comprometerá a realizar un adecuado manejo de los residuos generados. Los residuos se clasificarán de acuerdo a las normas sanitarias, separándolos en residuos no peligrosos (biodegradables, reciclables y ordinarios) y residuos peligrosos (elementos infecciosos, inflamables, corrosivos o tóxicos, y objetos cortopunzantes). Este enfoque garantizará un manejo responsable y consciente de los desechos generados, en línea con los principios de sostenibilidad ambiental. (Efficacitas, 2023)

Actividad

Como microempresa, se comprometerá por proporcionar un servicio completo y personalizado. Además de la venta de audífonos y amplificadores, se distingue por ofrecer servicios de asesoramiento profesional, evaluaciones auditivas y ajustes personalizados para garantizar la máxima satisfacción del cliente. El objetivo es mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad auditiva, permitiéndoles disfrutar plenamente de la experiencia sonora y participar activamente en la sociedad. Para garantizar la máxima comodidad y satisfacción del cliente, contará con un local físico equipado y un ambiente acogedor y cómodo. Además, habrá un enfoque en el uso de las redes sociales como un canal de venta principal, lo que permitirá llegar a un público más amplio. Esto es importante en un contexto en el que las opciones de adquisición de dispositivos auditivos son limitadas a nivel nacional.

La principal área de enfoque es la venta y distribución de audífonos y amplificadores, pero también el compromiso de educar y concienciar a la comunidad sobre la importancia de la salud auditiva. A través de campañas de sensibilización y alianzas estratégicas con profesionales de la salud auditiva, buscaremos promover la inclusión y el bienestar de las personas con discapacidad auditiva en Guayaquil.

Tamaño y distribución de la microempresa

ECUPÉDICOS es una micromicroempresa que estará conformada por 6 trabajadores y que contará con un local de tamaño adecuado y una distribución eficiente para brindar un servicio óptimo a nuestros clientes. A continuación, se detallan las áreas y distribución de nuestra microempresa:

- *Recepción y sala de espera:* El espacio de recepción y sala de espera ha sido diseñado pensando en la comodidad de nuestros clientes. Se contará con una capacidad suficiente para recibir y atender a varias personas y sus acompañantes. El área estará equipada con asientos cómodos y un ambiente agradable, que permitirá a nuestros clientes sentirse relajados mientras esperan su turno.
- *Área de exhibición de productos:* Tendrá un espacio dedicado a la exhibición de nuestros audífonos y amplificadores. Aquí, los clientes podrán ver y probar los diferentes modelos y marcas disponibles, con el apoyo del equipo de ventas capacitado que brindará asesoramiento personalizado.

- *Consultorio:* Contará con consultorios especializados donde nuestro experto en audición realizará evaluaciones auditivas, brindarán asesoramiento y recomendarán soluciones auditivas adecuadas a cada cliente. Los consultorios estarán equipados con los equipos y herramientas necesarios para realizar pruebas y exámenes auditivos de alta calidad.
- *Área de ajuste y personalización:* Dispondrá de un espacio dedicado a realizar los ajustes y personalizaciones necesarias en los audífonos de los clientes. Aquí, el profesional realizará pruebas de ajuste y programación de los dispositivos para garantizar una experiencia auditiva óptima y adaptada a las necesidades individuales de cada persona.
- *Sala de demostración:* Contará con una sala de demostración donde los clientes podrán probar los audífonos en un entorno controlado y experimentar los beneficios de mejorar su capacidad auditiva. Este espacio estará diseñado para ofrecer una experiencia realista y ayudarlos a tomar decisiones informadas sobre su compra.
- *Área administrativa y almacén:* Tendrá un área dedicada a las tareas administrativas y un almacén donde se almacenará y gestionará el inventario de audífonos y accesorios. Esto permitirá mantener un flujo de trabajo eficiente y garantizar la disponibilidad de productos para nuestros clientes.

En ECUPÉDICOS, garantizará un ambiente limpio y seguro. El local contará con pisos de material impermeable y de fácil limpieza, lo que facilita la higiene y la desinfección adecuada de las áreas.

Con esta distribución y tamaño de las instalaciones, se brindará un entorno cómodo, funcional y profesional para satisfacer las necesidades de los usuarios y ofrecerles una experiencia positiva en sus visitas (Valdez, 2020)

Estudio arquitectónico

En el diseño arquitectónico se han tomado en cuenta varios aspectos importantes para garantizar un funcionamiento eficiente y cómodo para nuestros clientes y empleados. A continuación, se describen los puntos clave del estudio arquitectónico:

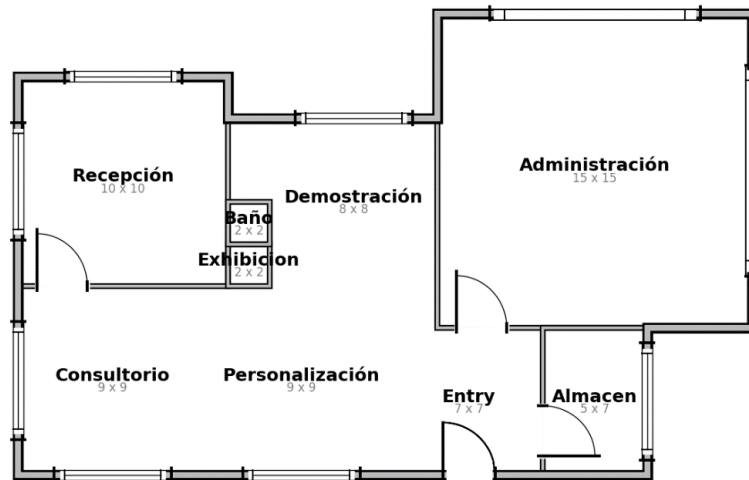
- *Capacidad instalada:* Se ha evaluado cuidadosamente la capacidad instalada para asegurar que todos los espacios y áreas cumplan con los requerimientos necesarios. Esto incluye considerar el número de consultorios, la sala de espera, el área de exhibición de productos y los espacios adicionales como bodega.
- *Número de trabajadores:* Se ha tenido en cuenta el número de empleados que formarán parte de ECUPÉDICOS (6 personas) para determinar la distribución de los espacios de trabajo. Esto garantiza un ambiente adecuado y funcional para que nuestros profesionales puedan desempeñar sus tareas de manera eficiente.

- *Espacios específicos:* Se han asignado espacios específicos para áreas como la bodega dentro del área administrativa donde se almacenarán los productos y suministros necesarios para el funcionamiento de la microempresa, se han diseñado teniendo en cuenta la accesibilidad y la organización eficiente. (Aguilar, 2021)

Estructura interna del establecimiento

Figura 1

Descripción y esquema de tienda ECUPÉDICOS



Nota. Miguel C (2023)

Necesidades que satisfacer

Figura 2

Pirámide de Maslow



Nota. Miguel C. (2023)

La teoría de Maslow, o jerarquía de necesidades, formulada por Abraham Maslow en 1943, establece una estructura de necesidades humanas, desde las básicas hasta la autorrealización. Representada como una pirámide, las necesidades fundamentales están en la base y las superiores en la cúspide (Navarro, 2019)

Necesidades fisiológicas

Se asegurará de proporcionar audífonos que satisfagan las necesidades básicas de las personas con pérdida auditiva, permitiéndoles oír el habla y otros sonidos de manera clara y precisa. ofrecerá una variedad de audífonos con diferentes estilos, tamaños y características para adaptarse a las distintas necesidades de los clientes,

brindando opciones personalizadas asegurando que estén disponibles para todos los clientes.

Necesidades de Seguridad

La microempresa se preocupará por la seguridad y comodidad de los clientes, garantizando que los audífonos proporcionados sean seguros de llevar y no representen riesgos para la salud auditiva, ofrecerá una garantía para los audífonos, brindando tranquilidad a los clientes en caso de reparaciones o sustituciones inesperadas y se brindará un servicio de atención al cliente eficiente y confiable.

Necesidades de cariño y pertenencia.

Se enfocará por crear un entorno acogedor y de apoyo para sus clientes, brindándoles un espacio en el que se sientan cómodos y respaldados, habrá una organización en las clases colectivas y se establecerán grupos de apoyo para que los clientes puedan conectarse y relacionarse con otras personas que también tienen discapacidad auditiva, fomentando un sentido de comunidad y pertenencia, proporcionará recursos e información que ayudan a los clientes a enfrentar los desafíos emocionales y sociales asociados con la pérdida de audición, brindándoles herramientas para sobrellevar y adaptarse a su condición.

Necesidades de estima

ECUPÉDICOS se caracterizará por ofrecer audífonos que ayuden a los clientes a sentirse seguros y capaces, aumentando su autoestima y confianza en sí mismos, brindará recursos educativos que permiten a los clientes aprender sobre la pérdida auditiva y cómo gestionarla de manera efectiva, empoderándolos con conocimientos y habilidades, también ofrecerá oportunidades para que los clientes

compartan sus historias y experiencias con los demás, promoviendo un sentido de valoración y reconocimiento.

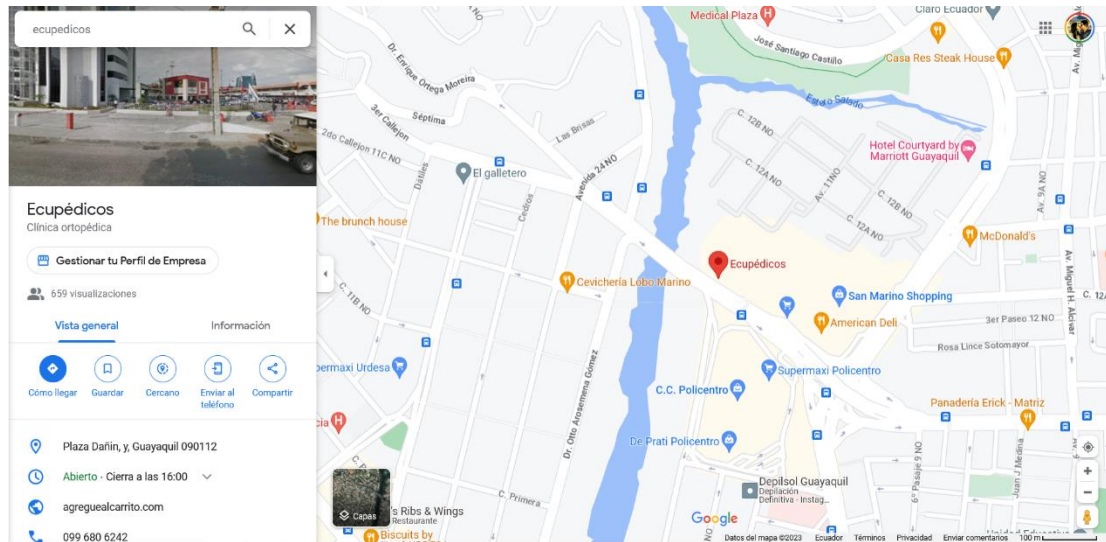
Necesidades de autorrealización

Habrà un compromiso en ayudar a sus clientes a desarrollar todo su potencial, proporcionándoles las herramientas y recursos necesarios para vivir una vida plena y satisfactoria, ofrecerà oportunidades de voluntariado y abogacía para que los clientes puedan contribuir positivamente a la comunidad de personas con pérdida auditiva, brindando un sentido de propósito y logro personal.

Localización de la microempresa

Esta microempresa que se dedicará a la venta de audífonos para la sordera, se encontrará ubicada estratégicamente en el reconocido Centro Comercial Plaza Quil, al norte de la ciudad de Guayaquil, en la avenida Plaza Dañin. Esta ubicación privilegiada permitirá brindar nuestros servicios de manera conveniente y accesible para los residentes de esta zona y sus alrededores.

El Centro Comercial Plaza Quil es un destino popular en la ciudad de Guayaquil, conocido por su diversidad de tiendas y servicios de alta calidad. Formar parte de este vibrante entorno comercial será un privilegio, donde podremos ofrecer soluciones auditivas efectivas y mejorar la calidad de vida de aquellos que sufren de pérdida auditiva.

Figura 3**Ubicación**

Nota: Miguel C. (2023)

Filosofía microempresarial

La filosofía microempresarial es un conjunto coherente de principios y valores que dirigen cada elección y acción en la organización. El propósito es establecer una base sólida en la cual se sustentarán los productos y las interacciones con nuestros clientes. (euroinnova, 2022)

Misión

Mejorar la calidad de vida de las personas con pérdida auditiva al proporcionarles audífonos de alta calidad y soluciones auditivas personalizadas, enfocándose en ser líderes en el mercado, brindando productos y servicios excepcionales que permitan a los clientes disfrutar de una audición clara y una mayor inclusión en su vida diaria.

Visión

Convertirse para el año 2025 en una tienda referente en la venta de audífonos para la ciudadanía con sordera en la ciudad de Guayaquil y a nivel nacional. Se esforzará por ser reconocida como un centro de excelencia en soluciones auditivas, ofreciendo una amplia gama de productos y servicios de vanguardia respaldada por la más alta calidad y tecnología.

Objetivos

Buscamos proporcionar audífonos de alta calidad y soluciones auditivas personalizadas que se ajusten a las necesidades específicas de cada cliente. Además, nos esforzamos por ofrecer una experiencia excepcional tanto en nuestro local físico como en nuestra presencia en línea, garantizando un servicio profesional, amigable y orientado al cliente. Aspiramos a expandir nuestra presencia en línea a través de estrategias de marketing digital efectivas, lo que nos permitirá llegar a un público más amplio y facilitar el acceso a nuestros productos y servicios en todo el país. También nos proponemos establecer alianzas estratégicas con proveedores y fabricantes de renombre para proporcionar una amplia gama de audífonos de calidad y tecnología de vanguardia.

Meta

Establecer una sólida presencia en el mercado nacional y convertirse en la principal opción para las personas con pérdida auditiva en la búsqueda de audífonos y soluciones auditivas, logrando una sustantiva participación de mercado en los

próximos años. Para alcanzar esta meta, se tendrá un enfoque en ofrecer productos de calidad, brindar un servicio excepcional al cliente, expandir nuestra presencia online, desarrollar alianzas estratégicas con proveedores y fabricantes reconocidos, implementar estrategias efectivas de marketing y promoción, y mantenernos a la vanguardia de las últimas tecnologías y avances en el campo de la audición. Además, comprometerse a obtener una excelente reputación en el mercado a través de testimonios positivos de clientes satisfechos, así como el reconocimiento de profesionales de la salud auditiva y otros actores relevantes en el sector.

Estrategias

Implementar una estrategia integral de marketing en línea que incluya la creación de un sitio web atractivo y fácil de navegar, optimización de motores de búsqueda (SEO), presencia activa en redes sociales, publicidad digital segmentada y campañas de email marketing. Esto nos permitirá aumentar nuestra visibilidad en línea y llegar a un público más amplio en todo el país. (Cardona, 2023).

A continuación, ECUPÉDICOS usará las siguientes estrategias:

- Colaborar con audiólogos, médicos especialistas y otros profesionales de la salud auditiva para obtener referencias y recomendaciones de pacientes que requieran audífonos. Estas alianzas nos ayudarán a generar confianza y credibilidad en el mercado, así como a captar clientes potenciales de manera más efectiva.

- Establecer acuerdos con entidades financieras y compañías de seguros para ofrecer opciones de financiamiento flexibles y seguros para la adquisición de audífonos.
- Asistir y participar activamente en eventos, ferias y conferencias relacionadas con la salud auditiva y la tecnología para la sordera. Estos eventos nos permitirán establecer contactos con profesionales del sector.
- Capacitar a nuestro personal para ofrecer un servicio al cliente excepcional, brindando información detallada sobre los diferentes tipos de audífonos, asesoramiento personalizado para cada cliente, seguimiento postventa y resolución rápida y efectiva de cualquier problema o consulta.
- Campañas de Concienciación y educación sobre la importancia de la salud auditiva, los diferentes tipos de pérdida auditiva y las soluciones disponibles.

Políticas

Para la microempresa

- *Calidad de productos y servicios:* Habrá un compromiso en ofrecer productos de alta calidad que cumplan con los estándares y normativas correspondientes. Asimismo, un esfuerzo por brindar un servicio excepcional a nuestros clientes, garantizando su satisfacción y bienestar auditivo.
- *Ética y transparencia:* Operará de acuerdo con los más altos estándares éticos, respetando los derechos de nuestros clientes y empleados. Promoverá la transparencia en todas nuestras acciones y habrá un compromiso en actuar con integridad en cada aspecto de nuestro negocio.

- *Cumplimiento normativo:* Cumplirá con todas las leyes y regulaciones aplicables en relación con la venta y distribución de audífonos para la sordera. Se mantendrá al día con los cambios normativos y a adaptar nuestras operaciones en consecuencia.
- *Confidencialidad y privacidad:* Respetará la confidencialidad de la información personal de los clientes y habrá el compromiso de proteger su privacidad. Implementará medidas de seguridad adecuadas para garantizar la protección de los datos sensibles.
- *Responsabilidad social y ambiental:* Se contribuirá activamente al bienestar de la sociedad y el medio ambiente, colaborará en campañas de concienciación sobre la importancia de la salud auditiva. Asimismo, se comprometerá a reducir nuestro impacto ambiental e implementar prácticas sostenibles en nuestras operaciones.

Para los trabajadores

- *Ética y profesionalismo:* Los empleados deberán actuar de manera ética y profesional en todas sus interacciones con clientes, proveedores y colegas. Deberán demostrar respeto, cortesía y empatía en todo momento.
- *Desarrollo y capacitación:* Se brindará oportunidades de desarrollo y capacitación para fomentar el crecimiento profesional y personal de nuestros empleados. Promoveremos un ambiente de aprendizaje continuo y apoyaremos el desarrollo de habilidades relevantes para sus funciones.

- *Trabajo en equipo:* Se fomentará el trabajo en equipo y la colaboración entre nuestros empleados. Valoraremos la diversidad de ideas y experiencias, promoviendo un ambiente inclusivo y respetuoso donde todos los miembros del equipo se sientan valorados.
- *Seguridad y salud ocupacional:* Se brindará bienestar y la seguridad a los empleados. Se cumplirá con las normas de seguridad y salud ocupacional, proporcionando un entorno de trabajo seguro y saludable, así como equipos y herramientas adecuadas.
- *Comunicación abierta:* Se fomentará una comunicación abierta y transparente en todos los niveles de la organización. Se dará oportunidad a los empleados a compartir ideas, opiniones y preocupaciones, promoviendo una cultura de retroalimentación constructiva.

FODA

El FODA es un análisis estratégico que permite evaluar y comprender la situación actual de una microempresa, organización o proyecto. Representa las iniciales de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, son los cuatro aspectos clave que se analizan en este proceso. (Raeburn, 2021)

Fortalezas.

- Amplia variedad de audífonos de calidad disponibles para satisfacer las necesidades de los clientes.
- Equipo de profesionales altamente capacitados en el campo de la audición y tecnología de asistencia.

- Excelente servicio al cliente y enfoque personalizado en las necesidades individuales de cada cliente.
- Presencia en línea a través de plataformas de comercio electrónico y redes sociales para llegar a un público más amplio.
- Conocimiento profundo del mercado local y nacional de audífonos para la sordera.

Oportunidades.

- Aumento de la conciencia sobre la importancia de la salud auditiva y la disponibilidad de soluciones de calidad.
- Crecimiento de la población de adultos mayores y personas con discapacidad auditiva en la región.
- Expansión de la cobertura de seguros médicos para incluir la atención auditiva.
- Colaboración con instituciones y organizaciones relacionadas con la salud auditiva para promover la importancia del uso de audífonos.
- Alianzas estratégicas con proveedores de renombre para garantizar productos de calidad y última tecnología.

Debilidades.

- Como una microempresa nueva en el mercado de venta de audífonos para la sordera, ECUPÉDICOS puede enfrentar el desafío de establecer una presencia y reconocimiento de marca sólidos.

- Limitada capacidad de inversión para expandir la microempresa y mejorar la infraestructura.
- Si se basa principalmente en la publicidad y promoción para generar ventas, existe el riesgo de que los resultados sean inconsistentes o insuficientes. La microempresa puede enfrentar dificultades para llegar a su público objetivo y generar conciencia sobre sus productos y servicios.

Amenazas.

- Cambios en las políticas de salud y seguros que puedan afectar el acceso y la cobertura de audífonos.
- Competencia de otras tiendas de audífonos y servicios de venta en línea.
- Avances tecnológicos rápidos que requieren una actualización constante de los productos ofrecidos.
- Fluctuaciones económicas y cambios en los patrones de gasto de los consumidores.

Desarrollo organizacional

Tipo de Estructura

La organización se basará en una estructura funcional, conocida como estructura de tipo división por funciones. Esta estructura se caracteriza por agrupar a los empleados en departamentos o áreas funcionales específicas, de acuerdo con las tareas y responsabilidades que desempeñan. (Rojas, 2020)

A continuación, se describe la estructura de ECUPÉDICOS:

Área de ventas y marketing:

- Responsable de la promoción y venta de los audífonos para la sordera.
- Encargado de desarrollar estrategias de marketing para llegar a los clientes potenciales.
- Realizará investigaciones de mercado y análisis de la competencia.

Área de atención al cliente:

- Brindará atención personalizada a los clientes, respondiendo consultas y ofreciendo asesoramiento.
- Gestionará reclamos y garantías de los productos.
- Se encargará de mantener una comunicación fluida con los clientes a través de diversos canales.

Área de compras y logística:

- Responsable de la adquisición de los audífonos y otros productos relacionados.
- Gestionará el inventario y la logística de distribución de los productos.
- Establecerá relaciones con proveedores y negocia acuerdos comerciales.

Área de consultorio de especialista audiológico:

- Apoyará en la investigación y selección de tecnologías relacionadas con los audífonos.
- Brindará soporte técnico a los clientes, incluyendo configuración y mantenimiento de los dispositivos.
- Realizará pruebas y controles de calidad de los audífonos.

- Estará a cargo de las audiometrías y exámenes varios de los usuarios.

Área administrativa:

- Gestionará los aspectos administrativos, contables y financieros de la microempresa.
- Elaborará presupuestos, realizará seguimiento de los costos y maneja los aspectos legales y fiscales.
- Realizará la gestión de recursos humanos y nómina de los empleados.

Mapa de procesos.

Procesos Estratégicos:

- Desarrollo de estrategias de marketing y ventas.
- Investigación de mercado y análisis de la competencia.
- Establecimiento de relaciones con proveedores.

Procesos Operacionales:

- Gestión de ventas y atención al cliente.
- Adquisición y gestión de inventario de audífonos.
- Configuración y mantenimiento de los dispositivos auditivos.
- Control de calidad de los audífonos.

Procesos de Apoyo:

- Gestión administrativa y financiera.
- Gestión de recursos humanos y nómina.
- Gestión de compras y logística.

Formalización

La microempresa ECUPÉDICOS, dedicada a la venta de audífonos para la sordera, estará formalizada y regida por una serie de procesos, políticas, normas y estrategias que estarán alineadas con su misión. La formalización de la microempresa se llevará a cabo de acuerdo con las leyes, ordenanzas y legislación laboral vigente.

Para garantizar el correcto funcionamiento, la microempresa se constituirá legalmente, cumpliendo con todos los requisitos y trámites necesarios establecidos por los entes de control legislativo y tributario. Esto incluirá la obtención de los permisos y licencias correspondientes. (B., 2020)

Centralización – Descentralización***Centralización:***

- La atención al cliente será una actividad centralizada en la microempresa, asegurando un servicio de calidad y personalizado.
- Las decisiones estratégicas y políticas relacionadas con la atención al cliente serán tomadas por la dirección o gerencia de la microempresa.
- El seguimiento de los casos de los clientes será realizado de manera centralizada, asegurando un adecuado control y coordinación de los servicios prestados.

Descentralización:

- Se delegarán funciones y responsabilidades en las diferentes áreas de la microempresa, permitiendo que cada miembro del equipo sea responsable de su área de trabajo.

- La organización plana de la microempresa fomentará la descentralización, ya que cada trabajador será responsable de sus tareas y de cuidar sus herramientas.
- Se promoverá la participación activa de todos los miembros de la microempresa en la toma de decisiones y la generación de ideas que contribuyan al crecimiento y éxito de la microempresa.
- Se valorará y apreciará la contribución individual de los trabajadores, fomentando un ambiente de trabajo en el que se sientan involucrados y valorados.

Integración

- Para lograr una integración exitosa, se establecerán mecanismos de comunicación y coordinación entre los diferentes departamentos y áreas de la microempresa. Se fomentará el trabajo en equipo y la colaboración, con el objetivo de maximizar la eficiencia y la efectividad de las operaciones.
- Se implementará un sistema de registro de actividades que permitirá llevar un control y seguimiento adecuado de las tareas realizadas por cada miembro de la microempresa. Esto facilitará la identificación de las interrelaciones entre las diferentes áreas y garantizará que se cumplan los objetivos establecidos.
- Participación equitativa e igualitaria de todos los miembros de la microempresa será un pilar fundamental en el proceso de integración. Se promoverá un ambiente de trabajo inclusivo, donde se valorarán las ideas y contribuciones de cada persona. La diversidad de experiencias y perspectivas

enriquecerá el proceso de toma de decisiones y fomentará la innovación. (Ver figura 4).

Flujo de procesos del servicio de Audiología de ECUPÉDICOS

Figura 4

Mapa Procesos ECUPÉDICOS



Nota: Miguel C. (2023)

Organigrama microempresarial

Figura 5

Organigrama microempresarial



Nota: Miguel C. (2023)

Funciones del personal

Gerente General

El gerente general es la máxima autoridad en una microempresa, llevando la responsabilidad principal y siendo su representante máximo. Su rol abarca la toma de decisiones estratégicas para cumplir los objetivos de la organización (Conceptode, 2021)

Tabla 1
Detalles generales del puesto de director general

MICROEMPRESA		ECUPÉDICOS	
Unidad administrativa		Dirección General	
Misión del Puesto		Responsable de liderar y motivar al equipo, impulsando la excelencia operativa y promoviendo la innovación en nuestros productos y servicios.	
Denominación del puesto		Director General	
Rol		Liderar, tomar decisiones estratégicas, establecer políticas y garantizar el funcionamiento general de la microempresa.	
Remuneración		\$800	
Méritos, aspectos a considerar			
Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Título universitario en Administración de Microempresas o campo relacionado.	Mínimo 5 años de experiencia en cargos directivos.	Cursos de liderazgo, gestión estratégica y dirección de equipos.	Liderazgo, toma de decisiones, visión estratégica, habilidades de comunicación, gestión del cambio, habilidades de negociación.

Nota: Miguel C (2023)

Gerente marketing y ventas

La función de los directivos de mercadotecnia radica en forjar y perfeccionar la percepción de una compañía y sus productos, en concordancia con su visión y principios, con el fin de potenciar las ventas. (UNIR, 2022)

Tabla 2*Detalles generales del puesto de Gerente de marketing*

MICROEMPRESA		ECUPÉDICOS	
Unidad administrativa		Área de Marketing y Ventas	
Misión del Puesto		Impulsar las ventas y desarrollar estrategias de marketing utilizando principalmente las redes sociales.	
Denominación del puesto		Gerente de Ventas y Marketing	
Rol		Gestionar ventas, diseñar estrategias comerciales , establecer alianzas y mantener relaciones con proveedores y clientes	
Remuneración		\$650	
Méritos, aspectos a considerar			
Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Titulo universitario en marketing, administración y campo relacionado	Minimo 5 años de experiencia en ventas y marketing	Cursos de marketing estratégico, técnicas de venta, gestión de equipos.	Orientación al cliente, habilidades de negociación, estrategias de marketing, liderazgo de equipos de ventas, análisis de mercado, habilidades de comunicación.

Nota: Miguel C (2023)

Audiólogo

Un audiólogo es un especialista en audición que no realiza cirugías ni prescribe medicamentos debido a la ausencia de un título médico. No obstante, guía a los pacientes en exámenes auditivos, opciones de audífonos y su uso. Los audiólogos poseen profundos conocimientos del sistema auditivo y son hábiles en acústica para ajustar audífonos con precisión. (Hearing Solutions, 2022)

Tabla 3

Detalles generales del puesto del Audiólogo

MICROEMPRESA		ECUPÉDICOS	
Unidad administrativa		Área de consultorio de Especialista	
Misión del Puesto		Brindar soporte técnico en el área adufiológica y asesorar a los clientes.	
Denominación del puesto		Audiólogo	
Rol		Asegurar correcto funcionamiento de equipos y sistemas de calibración	
Remuneración		\$650	
Méritos, aspectos a considerar			
Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Licenciatura en Audiología o campo relacionado	Minino 2 años de experiencia en evaluaciones auditivas y adaptación de audífonos.	Certificación en audición y adaptación de audífonos, actualización en tecnología auditiva.	Conocimiento en audiología clínica, habilidades de evaluación auditiva, adaptación y programación de audífonos, empatía con los clientes y capacidad de comunicación efectiva.

Nota: Miguel C. (2023)***Asistente de atención al cliente***

El asistente de atención al cliente en una microempresa se encarga de ofrecer una experiencia sobresaliente a los compradores en todos los puntos de contacto, buscando crear momentos memorables. (Zendesk, 2023)

Tabla 4*Detalles generales del puesto de Atención al Cliente*

MICROEMPRESA		ECUPÉDICOS	
Unidad administrativa		Atención al Cliente	
Misión del Puesto		Brindar atención personalizada y garantizar satisfacción	
Denominación del puesto		Asistente de atención al cliente	
Rol		Gestionar la comunicación y atención con los clientes, resolver consultas, mantener comunicación fluida y armoniosa.	
Remuneración		\$450	
Méritos, aspectos a considerar			
Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Bachiller o tecnólogo Comunicación y/o Administración de microempresas	Al menos 2 años de experiencia.	Entrenamiento en servicio al cliente y manejo de quejas.	Excelentes habilidades de comunicación verbal y escrita, empatía, paciencia, capacidad para resolver problemas, orientación al cliente.

Nota: Miguel C. (2023)***Administrador***

Un administrador desempeña una amplia gama de funciones que incluyen supervisión, ejecución, análisis, comunicación, planificación, liderazgo, negociación, motivación y toma de decisiones, entre otras, ya sea en una división, departamento o unidad específica. (gestiópolis, 2023)

Tabla 5
Detalles generales del puesto de Administrador

MICROEMPRESA		ECUPÉDICOS	
Unidad administrativa		Área Administrativa	
Misión del Puesto		Administrar eficientemente los recursos y cumplir obligaciones legales	
Denominación del puesto		Administrador	
Rol		Supervisar área administrativa, elaborar presupuestos y gestionar recursos	
Remuneración		\$700	
Méritos, aspectos a considerar			
Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Título universitario en Administración de Microempresas o áreas relacionadas	Al menos 2 años de experiencia en gestión administrativa o puestos similares.	Conocimientos en gestión financiera, recursos humanos, contabilidad y ventas	Fuertes habilidades de liderazgo, capacidad de toma de decisiones, organización, análisis de datos, habilidades interpersonales y resolución de problemas.

Nota: Miguel C. (2023)

Gerente de compra y logística

Los gerentes de compra y logística son responsables de la planificación, dirección y coordinación de las labores de compradores y personal vinculado al proceso de adquisiciones, abarcando la compra de materiales, productos y servicios. (miproximopaso, 2023)

Tabla 6
Detalles generales del puesto de Compra y Logística

MICROEMPRESA		ECUPÉDICOS	
Unidad administrativa		Compra y Logística	
Misión del Puesto		Asegurar abastecimiento y gestionar inventario y distribución	
Denominación del puesto		Gerente de compra y logística	
Rol		Negociar acuerdos comerciales, supervisar adquisición y coordinar logística	
Remuneración		\$650	
Méritos, aspectos a considerar			
Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Grado universitario en Administración, Logística o áreas relacionadas	3 años de Experiencia previa en gestión de compras y logística preferida	Conocimientos en gestión de inventario, negociación con proveedores, logística de distribución y control de costos	Habilidades analíticas, capacidad de planificación y organización, capacidad para tomar decisiones rápidas, habilidades de comunicación y negociación, conocimiento de herramientas y software de gestión de inventario y logística

Nota: Miguel C. (2023)

PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

Objetivo de mercadotecnia

Realizar una investigación de mercado para determinar necesidades de los clientes en el mercado de audífonos para la sordera con un enfoque en la excelencia del servicio y la calidad de los productos.

Investigación de mercado

Se llevó a cabo una investigación de mercado exhaustiva para comprender el entorno y las necesidades de los clientes en el sector de los audífonos para la sordera. Se utilizaron diversos métodos como la documental, de campo y de experimental, para obtener información relevante y precisa.

En primer lugar, se realizó una investigación documental que se centró en estudiar la relación entre los audífonos para la sordera y los beneficios para la calidad de vida de las personas con problemas de audición. Se recopilaron datos de fuentes primarias y secundarias, analizando estudios científicos, informes y literatura especializada.

Además, se llevó a cabo una investigación de campo mediante la técnica de la encuesta para recopilar datos directamente de los clientes potenciales. Se buscó obtener información sobre sus necesidades, preferencias y experiencia previa con audífonos, así como su disposición a adquirir nuevos dispositivos.

Por último, se realizó una investigación experimental en la cual se realizaron pruebas y evaluaciones de diferentes modelos de audífonos para determinar su calidad, funcionalidad y adaptabilidad a las necesidades de los clientes.

Modalidad.

Se ha utilizado la modalidad de recolección de datos a través de encuestas digitales (Google Form) para obtener información relevante sobre las necesidades y preferencias de los clientes; en un tiempo específico, se realizó un muestreo probabilístico aleatorio simple.

Plan de Muestreo

Universo de estudio

Personas de distintas edades que presentan problemas de audición y requieren audífonos para la sordera; se utilizó como dato estadístico 135 personas con discapacidad auditiva de la zona 8 del Guayas que corresponde a los cantones de Guayaquil, Samborondón y Durán.

Objetivo de muestreo

Obtener información sobre las necesidades y preferencias de las personas con problemas de audición para adaptar los productos y servicios de ECUPÉDICOS y brindar soluciones efectivas.

Tamaño de la muestra

Se utilizó la fórmula para población finita para obtener resultados representativos de la población objetiva.

- *Población segmentada (N)*: Se determinará el número total de personas que requieren audífonos para la sordera en el área de influencia de ECUPÉDICOS.
- *Nivel de confianza (Z)*: Se utilizará un nivel de confianza del 95%, correspondiente a 1.96 en la fórmula.
- *Proporción de defectos esperados (P)*: Se asume una proporción de personas con problemas de audición del 50% (0.5) en ausencia de información precisa.
- *Probabilidad negativa (Q)*: Se asume una probabilidad negativa del 50% (0.5) en ausencia de información precisa.

- *Error de estimación (e)*: Se establece un error de estimación del 5% (0.05).
- *Tamaño de la muestra (n)*: Se calculará utilizando la fórmula mencionada, teniendo en cuenta los parámetros anteriores.
- *Selección de los encuestados*: Se seleccionarán los participantes de forma aleatoria dentro de la población objetivo que requiere audífonos para la sordera, asegurando una representación equitativa de las distintas edades y perfiles audiológicos.
- *Instrumento de recolección de datos*: Se utilizará un cuestionario estructurado con preguntas relacionadas a las necesidades y preferencias de los usuarios de audífonos para la sordera, con el objetivo de recopilar información precisa y valiosa.
- *Ejecución del muestreo*: Se llevará a cabo la aplicación de los cuestionarios a los participantes seleccionados, a través de medios digitales, según la preferencia y disponibilidad de los encuestados.
- *Análisis de datos*: Una vez recopilados los datos, se realizó un análisis estadístico para obtener resultados y conclusiones relevantes que orienten las decisiones de ECUPÉDICOS en cuanto a la oferta de productos y servicios, así como en la mejora continua de la experiencia del cliente.

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

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{135 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (135 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{129,654}{1,2954}$$

$$n = 100$$

Análisis e interpretación de la encuesta

Pregunta 1. Edad

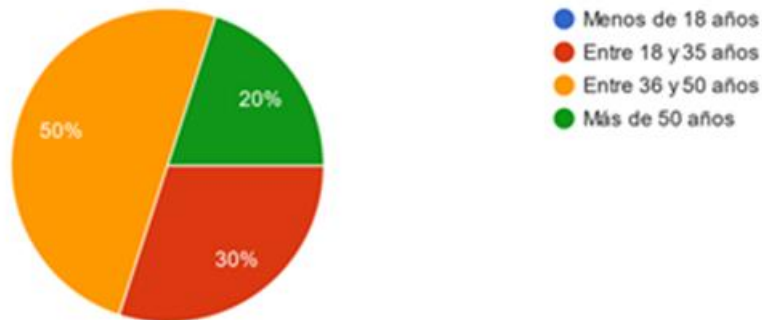
Tabla 7
Edad

¿Cuál es su rango de edad?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Menos de 18 años	0	0
Entre 18 y 35 años	31	30
Entre 36 y 50 años	49	50
Mas de 50 años	20	20
TOTAL	100	100%

Nota. Datos de la encuesta

Figura 6*Rango Edad*

¿Cuál es su rango de edad?
100 respuestas



Miguel C. (2023).

Análisis: El 30% de los encuestados se encuentra en el rango de edad entre 18 y 35 años. Esto indica que hay una presencia significativa de personas jóvenes que podrían estar interesadas en los audífonos para la sordera, el 50% de los encuestados está en el rango de edad entre 36 y 50 años. Esta franja de edad también representa una parte importante de nuestra audiencia potencial, el 20% de los encuestados tiene más de 50 años. Este grupo demográfico puede ser un segmento relevante, ya que la pérdida auditiva es más común en personas mayores. Estos resultados nos indican que hay una demanda potencial en distintos grupos de edad, lo que nos brinda la oportunidad de adaptar nuestras estrategias de marketing y servicios para satisfacer las necesidades específicas de cada segmento. Además, es importante considerar las preferencias y características de cada grupo al diseñar nuestra comunicación y ofrecer soluciones personalizadas.

Pregunta 2. Problemas de audición

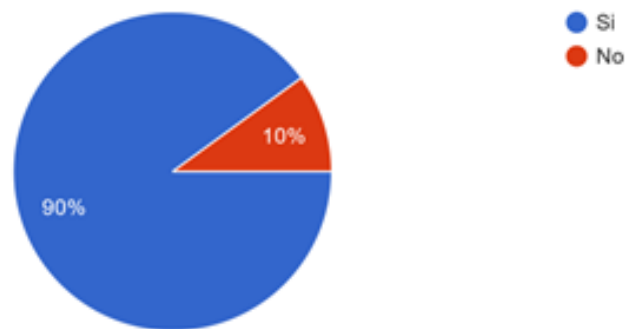
Tabla 8
Problemas audición

¿Conoce a alguien con problemas de audición?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	91	90
No	9	10
TOTAL	100	100%

Nota: Datos de la encuesta

Figura 7
Problemas de audición

¿Conoce a alguien con problemas de audición?
100 respuestas



Miguel C. (2023)

Análisis: El 90% de los encuestados afirma conocer a alguien con problemas de audición. Esto indica que la mayoría de las personas tienen algún nivel de familiaridad con esta condición y pueden tener un interés o una conexión personal con el tema de los audífonos para la sordera. el 10% de los encuestados declara no conocer a nadie con problemas de audición. Aunque es un porcentaje pequeño, aún puede representar una oportunidad para educar y concienciar sobre la importancia de la salud auditiva y los dispositivos disponibles para mejorarla. Estos resultados nos

indican que existe un nivel significativo de familiaridad con los problemas de audición en la población encuestada. Esto refuerza la relevancia de la oferta de audífonos para la sordera en el mercado y sugiere que existe una base potencial de clientes que podrían estar interesados en los productos y servicios. Además, estos resultados respaldan la necesidad de generar conciencia y educación sobre la importancia de abordar los problemas de audición y las soluciones disponibles.

Pregunta 3. *Tienda de audífonos para la sordera.*

Tabla 9

Tienda de audífonos para la sordera

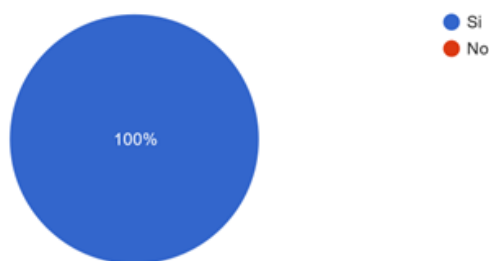
¿Considera importante contar con una tienda especializada en audífonos para la sordera en Guayaquil?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	100	100
No	0	0
TOTAL	100	100%

Figura 8

Tienda de audífonos para la sordera

¿Considera importante contar con una tienda especializada en audífonos para la sordera en Guayaquil?

100 respuestas



Miguel C. (2023).

Análisis: El 100% de los encuestados considera importante contar con una tienda especializada en audífonos para la sordera en Guayaquil. Este resultado indica

una alta demanda y una clara percepción de la necesidad de una tienda que se enfoque en brindar productos y servicios relacionados con la sordera y los audífonos. Este resultado es muy alentador para ECUPÉDICOS, ya que sugiere que existe un mercado potencialmente receptivo y consciente de la importancia de contar con una tienda especializada en la ciudad. Esta alta demanda puede ser atribuida a la conciencia creciente sobre la importancia de abordar los problemas de audición y a la necesidad de acceder a soluciones especializadas y de calidad.

Pregunta 4. *Consulta de uso*

Tabla 10

Consulta de uso

¿Ha utilizado audífonos para la sordera anteriormente?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	69	70
No	31	30
TOTAL	100	100%

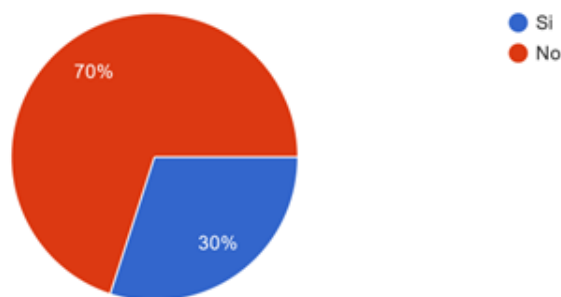
Nota. Datos de la encuesta

Figura 9.

Consulta de uso

¿Ha utilizado audífonos para la sordera anteriormente?

100 respuestas



Miguel C. (2023).

Análisis: El 70% de los encuestados indica que no ha utilizado audífonos para la sordera anteriormente. Esto sugiere que la mayoría de los encuestados no ha tenido

experiencia previa con este tipo de dispositivos, el 30% de los encuestados señala que sí ha utilizado audífonos para la sordera anteriormente. Esto indica que una parte significativa de los encuestados tiene conocimiento y experiencia en el uso de audífonos para mejorar su audición. Este análisis revela una oportunidad para ECUPÉDICOS en el mercado de audífonos para la sordera. Aunque la mayoría de los encuestados no ha utilizado estos dispositivos anteriormente, el hecho de que un 30% sí lo haya hecho indica la existencia de un segmento de clientes potenciales que ya están familiarizados con los audífonos y pueden estar buscando opciones actualizadas o mejoradas.

Pregunta 5.

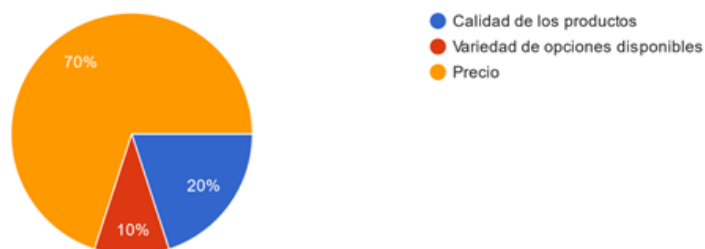
Tabla 11
Factores relevantes

¿Qué factores son más relevantes al elegir una tienda de audífonos para la sordera?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Calidad de los productos	22	20
Variedad de opciones disponibles	9	10
Precio	69	70
TOTAL	100	100%

Nota: Datos de la encuesta

Figura 9
Factores relevantes

¿Qué factores son más relevantes al elegir una tienda de audífonos para la sordera?
100 respuestas



Análisis: El 20% de los encuestados considera que la calidad de los productos es el factor más relevante al elegir una tienda de audífonos. Esto indica que un segmento de los encuestados valora la calidad y busca productos confiables y duraderos en su elección, el 10% de los encuestados considera que la variedad de opciones disponibles es un factor importante. Esto sugiere que algunos encuestados buscan una amplia gama de opciones para poder seleccionar el audífono que mejor se adapte a sus necesidades específicas, el 70% de los encuestados considera que el precio es el factor más relevante al elegir una tienda de audífonos. Este resultado indica que la mayoría de los encuestados tiene en cuenta el aspecto económico al tomar decisiones de compra, priorizando opciones asequibles y competitivas en términos de precio. Este análisis revela que el factor precio es el más destacado entre los encuestados al elegir una tienda de audífonos para la sordera. Esto sugiere que deberá prestar especial atención a su estrategia de precios para ser competitiva en el mercado. Además, aunque la calidad y la variedad de opciones también son consideradas por algunos encuestados, es fundamental establecer una oferta de productos que ofrezca una buena relación calidad-precio.

Pregunta 6.

Tabla 12
Medio preferido

¿Cuál es su medio preferido para recibir información sobre salud auditiva y productos relacionados?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Redes sociales	87	90
Páginas web	13	10
Publicidad impresa	0	0
TOTAL	100	100%

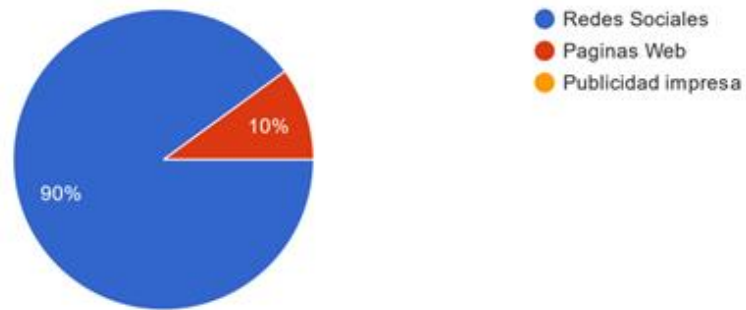
Nota: Datos de la encuesta

Figura 10

Medios preferidos

¿Cuál es su medio preferido para recibir información sobre salud auditiva y productos relacionados?

100 respuestas



Miguel C. (2023).

Análisis: La pregunta sobre el medio preferido para recibir información sobre salud auditiva y productos relacionados revela que la mayoría de los encuestados (90%) prefiere utilizar las redes sociales como medio de información. Esto indica que las estrategias de marketing digital y presencia en las redes sociales serán fundamentales para llegar a este público objetivo y promocionar los productos. Por otro lado, el 10% de los encuestados prefiere utilizar páginas web, lo que sugiere la importancia de tener un sitio web informativo y fácil de navegar para aquellos que buscan información más detallada. La ausencia de preferencia por la publicidad impresa (0%) indica que invertir en este medio puede no ser tan efectivo para llegar a este público objetivo.

Pregunta 7.

Tabla 13

Tienda online

¿Estaría dispuesto/a a realizar compras de audífonos para la sordera en una tienda en línea?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	89	90
No	11	10
TOTAL	100	100%

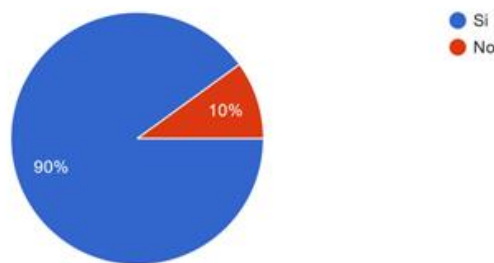
Nota: Datos de la encuesta

Figura 11

Tienda online

¿Estaría dispuesto/a a realizar compras de audífonos para la sordera en una tienda en línea?

100 respuestas



Miguel C. (2023).

Análisis: La pregunta sobre la disposición a realizar compras de audífonos para la sordera en una tienda en línea muestra que la mayoría de los encuestados (90%) están dispuestos a realizar compras en línea. Esto indica que existe una aceptación y confianza en el comercio electrónico para este tipo de productos., por lo que es importante contar con una plataforma de venta en línea robusta y segura, que brinde una experiencia de compra satisfactoria para los clientes. Por otro lado, el 10% de los encuestados manifestó no estar dispuesto a realizar compras en línea, lo que sugiere que aún existe un segmento de clientes

que prefiere realizar compras de manera presencial en una tienda física. Por lo tanto, ECUPÉDICOS podría considerar mantener una presencia física para captar a este grupo de clientes y ofrecerles una experiencia personalizada y de confianza.

Pregunta 8. Inversión

Tabla 14

Costos

¿Cuánto estaría dispuesto/a a invertir en un audífono para la sordera de alta calidad?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Menos de \$500	20	20
Entre \$500 y \$1000	80	80
Más de \$1000	0	0
TOTAL	100	100%

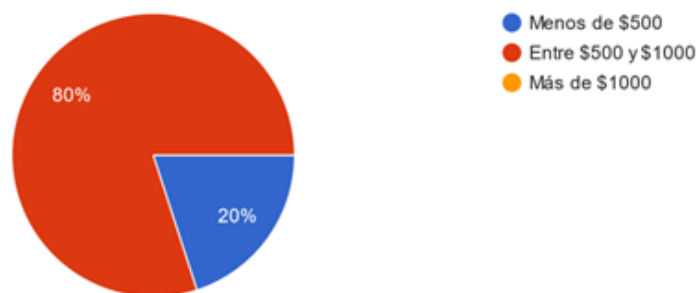
Nota: Datos de la encuesta

Figura 12

Inversión audífono

¿Cuánto estaría dispuesto/a a invertir en un audífono para la sordera de alta calidad?

100 respuestas



Miguel C. (2023).

Análisis: La pregunta sobre el monto de inversión que los encuestados estarían dispuestos a hacer en un audífono para la sordera de alta calidad muestra que la mayoría de los encuestados (80%) estaría dispuesta a invertir entre \$500 y \$1000. Esto indica que existe un segmento de mercado dispuesto a

realizar una inversión significativa en un audífono de alta calidad para mejorar su audición. Esto implica la importancia de ofrecer opciones de audífonos de alta calidad dentro de este rango de precio, asegurando que cumplan con los estándares de calidad y brinden beneficios significativos a los clientes. Además, el 20% de los encuestados indicó que estaría dispuesto a invertir menos de \$500, lo que sugiere que también existe un segmento de mercado más sensible al precio. Se podría considerar ofrecer opciones de audífonos más accesibles en términos de precio, sin comprometer la calidad y las funciones necesarias para una buena experiencia auditiva.

Pregunta 9.

Tabla 15
Servicios Postventa

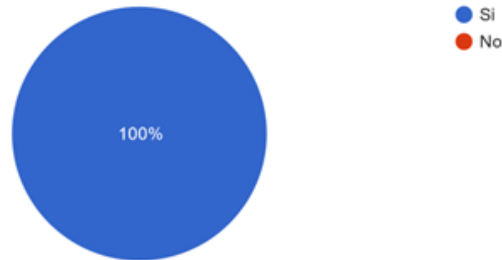
¿Consideraría importante recibir servicios de seguimiento y ajuste después de la compra de un audífono?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	100	100
No	0	0
TOTAL	100	100%

Nota: Datos de la encuesta

Figura 13*Servicios Postventa*

¿Consideraría importante recibir servicios de seguimiento y ajuste después de la compra de un audífono?

100 respuestas



Miguel C. (2023).

Análisis: El 100% de los encuestados considera esto como un aspecto importante. Esto indica que los clientes valoran la atención y el soporte continuo después de adquirir un audífono. Esto resalta la importancia de brindar servicios de seguimiento y ajuste personalizados para garantizar la satisfacción y el éxito a largo plazo de los clientes. Estos servicios pueden incluir ajustes de sonido, reemplazo de baterías, limpieza y mantenimiento, así como también brindar orientación y asesoramiento para optimizar la experiencia auditiva del cliente. Al ofrecer servicios de seguimiento y ajuste de calidad, ECUPÉDICOS puede generar confianza y fidelidad en sus clientes, lo que contribuirá a su reputación y crecimiento en el mercado.

Pregunta 10

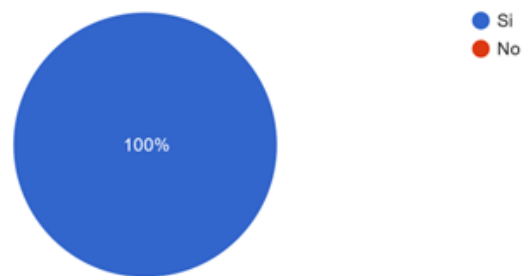
Tabla 16
Recomendación

¿Recomendaría una tienda especializada en audífonos para la sordera a familiares o amigos?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	100	100
No	0	0
TOTAL	100	100%

Nota: Datos de la encuesta

Figura 14
Recomendación

¿Recomendaría una tienda especializada en audífonos para la sordera a familiares o amigos?
100 respuestas



Miguel C. (2023).

Análisis: La pregunta sobre la disposición de recomendar una tienda especializada en audífonos para la sordera a familiares o amigos arroja un resultado del 100% de respuestas afirmativas. Esto indica que todos los encuestados están dispuestos a recomendar la tienda a personas cercanas a ellos. Este resultado es muy favorable, ya que indica un alto nivel de satisfacción y confianza por parte de los clientes. Los clientes satisfechos suelen ser los mejores promotores de una

microempresa, ya que están dispuestos a compartir su experiencia positiva con otros. Esto puede generar un efecto de boca en boca y aumentar la visibilidad y reputación de ECUPÉDICOS en el mercado. Es importante seguir ofreciendo productos y servicios de calidad, así como un excelente servicio al cliente, para mantener este alto nivel de recomendación y aprovechar el potencial de crecimiento orgánico a través de referencias positivas.

Análisis general de la investigación.

En términos demográficos, se identificó que el grupo de edad comprendido entre los 36 y 50 años es el principal segmento de mercado, principalmente por los familiares que sufren de estas deficiencias auditivas, seguido de cerca por las personas mayores de 50 años. Esto indica que la microempresa debe enfocar sus estrategias de marketing y publicidad para captar la atención y satisfacer las necesidades de estos dos grupos demográficos.

La encuesta reveló que existe un alto nivel de conocimiento y conciencia sobre los problemas de audición, ya que la gran mayoría de los encuestados afirma conocer a alguien con este tipo de dificultades. Esto demuestra una demanda potencial en el mercado y subraya la importancia de contar con una tienda especializada en audífonos para la sordera. La importancia de una tienda especializada en este ámbito fue respaldada por todos los encuestados, lo que confirma la necesidad de un establecimiento como ECUPÉDICOS en Guayaquil. Si bien un porcentaje considerable de los encuestados no ha utilizado audífonos para la sordera anteriormente, esto representa una oportunidad para educar y concienciar a los consumidores sobre los beneficios de estos dispositivos. La microempresa puede

desempeñar un papel fundamental en la difusión de información precisa y relevante, a fin de destacar los avances tecnológicos y la calidad de los productos disponibles. El precio fue identificado como el factor más relevante al elegir una tienda de audífonos, seguido de la calidad de los productos. Esta información es fundamental para el desarrollo de estrategias de precios competitivos y la selección de productos de alta calidad que se ajusten a las expectativas y necesidades de los clientes.

En cuanto a los medios de comunicación preferidos, las redes sociales se destacaron como el principal canal de recepción de información sobre salud auditiva y productos relacionados. Esto confirma la importancia de una sólida presencia en plataformas digitales y la implementación de estrategias de marketing digital efectivas para llegar al público objetivo de manera eficiente. La disposición de los encuestados a realizar compras en una tienda en línea refuerza la necesidad de contar con una plataforma de comercio electrónico confiable y segura. Se puede aprovechar esta tendencia creciente y brindar a los clientes la comodidad de realizar compras desde la comodidad de sus hogares.

En términos de inversión, se observa que la mayoría de los encuestados están dispuestos a invertir entre \$500 y \$1000 en un audífono de alta calidad. Esta información proporciona una guía para establecer una estrategia de precios competitiva y ofrece un rango de precios realista para los productos. El servicio postventa se identificó como un aspecto clave para los encuestados, ya que todos consideraron importante recibir servicios de seguimiento y ajuste después de la compra de un audífono. Esto subraya la necesidad de brindar un excelente servicio al

cliente, incluyendo seguimiento y soporte técnico, para garantizar la satisfacción y fidelidad de los clientes.

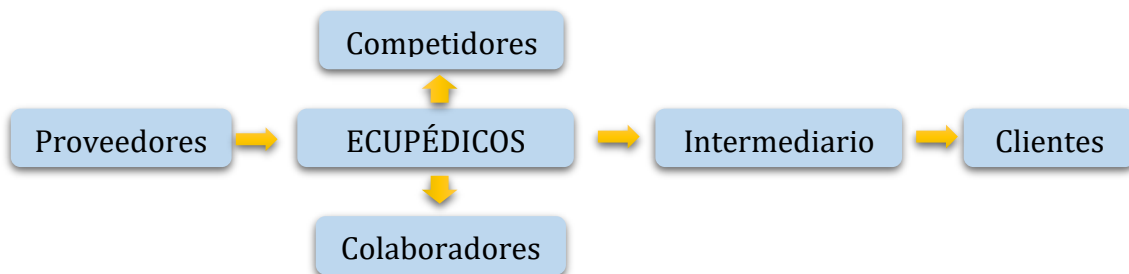
Entorno microempresarial

Microentorno.

Se refiere al conjunto de actores y variables cercanas a la microempresa que tienen un impacto directo en su funcionamiento y resultados. Estos actores incluyen a los proveedores, clientes, competidores, intermediarios, accionistas y colaboradores internos. También se consideran variables como la cultura organizacional, las políticas internas, la estructura organizativa y los recursos disponibles.

Figura 15

Esquema microentorno



Miguel C. (2023).

Figura 16
Ubicación



Nota. Google Maps 2020

Competencia directa

En términos de ubicación, AUDIOPRO se encuentra estratégicamente posicionado en una zona cercana a ECUPÉDICOS, lo que puede representar un desafío adicional en términos de captar la atención y preferencia de los clientes potenciales.

Para mantenerse competitivo en el mercado, AUDIOPRO implementa estrategias de publicidad y promociones en medios locales y digitales, buscando generar conciencia de marca y atraer a una base de clientes más amplia.

En este contexto de competencia directa, la microempresa se debe destacar mediante la diferenciación de sus servicios y productos. Esto podría incluir enfoques innovadores en la personalización de los audífonos, ofrecer un ambiente acogedor y centrado en el cliente, así como brindar servicios de seguimiento y ajuste posterior a la compra para garantizar la satisfacción y fidelidad del cliente.

Competencia indirecta

Es importante destacar que la presencia de IMPORTADORA MASSUH tiene dentro de su amplio stock de aparatos electrónicos, amplificadores económicos para la sordera, por lo que debe ser vigilada y monitoreada de cerca, ya que su oferta de amplificadores para la sordera de baja calidad podría afectar la percepción general de los consumidores sobre este tipo de productos.

En este escenario de competencia indirecta, ECUPÉDICOS debe diferenciarse ofreciendo propuestas de valor únicas. Esto podría incluir un enfoque centrado en el servicio al cliente, precios competitivos, la oferta de tecnologías innovadoras y una atención personalizada; además, se puede aprovechar el conocimiento local y enfoque más específico en la atención a personas con sordera para brindar un servicio diferenciado y especializado.

Sustitutos.

Después de realizar un análisis exhaustivo del mercado, no se encontró ningún sustituto directo para ECUPÉDICOS en el contexto de la venta de audífonos para la sordera.

Proveedores.

Los proveedores de ECUPÉDICOS incluyen fabricantes y distribuidores especializados en audífonos y dispositivos para la sordera. Estos proveedores son seleccionados cuidadosamente, teniendo en cuenta la calidad de los productos que ofrecen, su experiencia en el mercado y su capacidad para proporcionar soluciones tecnológicas avanzadas.

Tabla 17
Proveedores

Proveedor	Fiabilidad/Beneficios	Producto
GeForest Store	1. Amplia experiencia en el mercado de amplificadores	Amplificadores económicos de alta calidad para la sordera
	2. Ofrece garantía de satisfacción al cliente	
	3. Precios competitivos y accesibles	
	4. Variedad de modelos y opciones disponibles	
Hearing Aid Care Store	1. Especialización en audífonos para la sordera	Audífonos especializados de alta calidad y tecnología avanzada
	2. Profesionales altamente capacitados en el campo auditivo	
	3. Amplio catálogo de audífonos para diferentes necesidades	
	4. Asesoramiento personalizado y pruebas de ajuste	
Mooen Hearing Aid Store	1. Audífonos recargables para mayor comodidad	Audífonos recargables de alta calidad para la sordera
	2. Tecnología avanzada y funciones personalizables	
	3. Diseño moderno y discreto	
	4. Duración de la batería prolongada	
	5. Incluye estuche de carga y accesorios	

Nota. Miguel C (2023)

Intermediarios.

ECUPÉDICOS por ser una tienda de venta directa de audífonos para la sordera, no necesitará intermediarios.

Clientes.

Esta tienda se dirige a un amplio espectro de clientes que presentan problemas de audición o requieren de soluciones auditivas.

Macroentorno

El macroentorno se refiere a todas las fuerzas y variables externas que pueden afectar a la microempresa de manera indirecta y que están fuera de su control inmediato. (Economipedia, 2022)

Figura 17
Esquema macroentorno



Miguel C. (2023)

Factor Político - Legal.

- *Legislación y regulaciones:* ECUPEDICOS debe cumplir con las leyes y regulaciones específicas relacionadas con la venta de audífonos para la sordera por parte de la cámara de comercio del Guayas y regulaciones e impuestos emitidos por la SENAE aduanas del Ecuador al ser productos importados.

- *Políticas de salud y bienestar:* Las políticas gubernamentales relacionadas con la salud y el bienestar de las personas pueden influir en el acceso a los servicios y dispositivos auditivos. debe estar al tanto de las políticas de atención médica y programas de apoyo estipuladas por el Ministerio de Salud Pública relacionados con la sordera, puesto que pueden afectar la demanda y el acceso a los audífonos.
- *Relaciones gubernamentales:* Es importante que establezca relaciones sólidas con los representantes gubernamentales relevantes, como ministerios de salud, agencias regulatorias y organismos relacionados con la discapacidad auditiva. Esto puede facilitar la comunicación, el intercambio de información y la colaboración en iniciativas de concientización y acceso a dispositivos auditivos.
- *Cambios políticos y estabilidad:* Los cambios en el panorama político, como elecciones o cambios de gobierno, pueden tener implicaciones. Los cambios en las políticas o prioridades del gobierno podrían afectar la disponibilidad de recursos, los programas de apoyo y la estabilidad económica, lo que a su vez podría influir en la demanda y el entorno microempresarial en general.

Factor Económico.

Ecuador actualmente pasa por un momento económico débil a pesar de que sea un país dolarizado puesto que la tasa de crecimiento económico del país puede influir en la demanda de productos y servicios, incluidos los audífonos para la sordera. Un mayor crecimiento económico generalmente se asocia con un mayor

poder adquisitivo de la población y una mayor disposición a invertir en productos de salud y bienestar, además el nivel de ingresos de la población y la distribución de la riqueza en Ecuador pueden determinar la capacidad de las personas para acceder y adquirir audífonos para la sordera.

ECUPÉDICOS deberá tener en cuenta la disponibilidad de productos y servicios a diferentes segmentos de ingresos y adaptar su estrategia de precios en consecuencia. Las políticas fiscales y tributarias del gobierno ecuatoriano pueden tener implicaciones en términos de costos operativos, impuestos y precios de productos. Es importante monitorear y cumplir con las obligaciones fiscales y mantenerse informado sobre los cambios en las políticas que puedan afectar la rentabilidad y la competitividad.

Factor Socio-cultural.

Se refiere a los aspectos relacionados con las creencias, valores, comportamientos y características sociales de la sociedad ecuatoriana, la conciencia sobre la importancia de la salud auditiva y la necesidad de audífonos para la sordera puede variar en la sociedad ecuatoriana. ECUPEDICOS deberá considerar la educación y sensibilización sobre los problemas auditivos y la importancia de buscar soluciones adecuadas. Las actitudes y percepciones hacia los audífonos pueden influir en la demanda y aceptación de los productos.

Es importante abordar los posibles estigmas asociados con el uso de audífonos y resaltar los beneficios para mejorar la calidad de vida de las personas con problemas de audición, Ecuador es un país con diversidad cultural y regional por lo que deberá considerar las diferencias culturales y las necesidades específicas de cada

región al diseñar estrategias de marketing y adaptar sus productos y servicios además podemos mencionar los estilos de vida modernos y el envejecimiento de la población pueden aumentar la demanda de audífonos en Ecuador.

La influencia de la tecnología en la sociedad ecuatoriana puede afectar la demanda de audífonos, por lo que será primordial estar al tanto de las últimas tendencias tecnológicas en audífonos y ofrecer productos actualizados que se adapten a las necesidades y preferencias de los consumidores.

Factor Tecnológico.

Se refiere a los avances tecnológicos y su influencia en el mercado de audífonos y productos relacionados. Algunos aspectos clave de este factor podrían incluir los avances en audífonos ya que la evolución de la tecnología ha permitido el desarrollo de audífonos más sofisticados y eficientes. ECUPEDICOS deberá mantenerse al día con los avances tecnológicos en la industria de los audífonos y ofrecer productos de última generación que brinden una mejor experiencia auditiva a sus clientes, también mencionar los avances en conectividad y tecnología inalámbrica que han permitido la integración de los audífonos con otros dispositivos, como teléfonos móviles, televisores y sistemas de audio. Aprovechar estas innovaciones para ofrecer soluciones auditivas más versátiles y prácticas.

La Teleaudiología, que permite realizar evaluaciones y ajustes de audífonos a distancia mediante tecnología digital, ha ganado relevancia en el contexto actual. Se podrá explorar la posibilidad de ofrecer estos servicios para brindar atención a clientes que no pueden desplazarse hasta la tienda física y por último a presencia en línea es crucial en el entorno tecnológico actual. Se debe contar con una página web y

perfiles en redes sociales para promocionar sus productos, brindar información y establecer comunicación con los clientes; además, puede aprovechar el comercio electrónico para vender sus productos en línea y alcanzar a un público más amplio. (claso, 2020)

Producto y servicio.

ECUPÉDICOS ofrecerá una amplia gama de audífonos de alta calidad y tecnología avanzada para mejorar la audición y la calidad de vida de las personas con problemas auditivos. Estos productos están diseñados para proporcionar soluciones personalizadas para diferentes tipos y niveles de pérdida auditiva. Además de los audífonos, también ofrecerá accesorios y dispositivos complementarios para el cuidado y mantenimiento de los audífonos.

En cuanto al servicio, se comprometerá a brindar una experiencia excepcional a sus clientes. Contará con un equipo de profesionales capacitados en audición y tecnología de audífonos, quienes guiarán a los clientes en todo el proceso, desde la evaluación de la audición hasta la selección y adaptación de los audífonos más adecuados para cada persona. Además, ofrecerá servicios de seguimiento y ajuste personalizados para garantizar la satisfacción y el rendimiento óptimo de los audífonos a lo largo del tiempo.

Producto Esencial.

Se enfocará en ofrecer audífonos especializados que mejoran la capacidad auditiva de los clientes y les permiten disfrutar de una mejor calidad de vida. El producto no se limitará únicamente al audífono en sí, sino que también incluirá

servicios complementarios, como evaluaciones de audición, adaptación y ajuste de los audífonos según las necesidades individuales de cada cliente.

ECUPÉDICOS se esforzará por brindar una experiencia integral que permita a los clientes disfrutar de una mejor audición y participar plenamente en su entorno auditivo.

Producto Real.

El catálogo tendrá una amplia gama de audífonos para la sordera, diseñados para satisfacer las necesidades auditivas de cada individuo. Entre los modelos que estarán disponibles en el catálogo se encontrarán:

- *Audífono RITE (Receptor en el Canal):* Este tipo de audífono es discreto y cómodo de usar. Proporciona una amplificación precisa y se adapta a diferentes grados de pérdida auditiva.
- *Audífono BTE (Detrás de la Oreja):* Ideal para personas con pérdida auditiva severa o profunda. Ofrece una mayor potencia y rendimiento, además de contar con opciones de conectividad y ajustes personalizados.
- *Audífono ITC (En el Canal):* Diseñado para adaptarse cómodamente dentro del canal auditivo, proporcionando una solución discreta y natural para la pérdida auditiva leve a moderada.
- *Audífono CIC (Completamente en el Canal):* Este modelo se encuentra completamente en el canal auditivo, haciéndolo prácticamente invisible. Es adecuado para personas con pérdida auditiva leve a moderada.
- *Audífono IIC (Invisible en el Canal):* Es el audífono más pequeño y discreto del mercado. Se coloca profundamente dentro del canal auditivo, siendo prácticamente invisible para los demás.

Cada modelo de audífono contará con tecnología avanzada para mejorar la calidad de sonido, adaptarse a diferentes entornos y necesidades auditivas, y ofrecer comodidad durante su uso. El equipo de especialistas en audición estará disponible para brindar asesoramiento personalizado y ayudar a los clientes a elegir el audífono más adecuado según sus requerimientos individuales.

Características

Uno de los puntos fuertes será brindar una atención de calidad y personalizada a los clientes. Algunas de las características de nuestra atención incluyen:

- *Profesionalismo:* El personal estará capacitado para brindar un servicio profesional y conocimientos especializados en el campo de la audición. Estará comprometido a ofrecer asesoramiento y soluciones adaptadas a las necesidades auditivas individuales de los clientes.
- *Atención personalizada:* Se entenderá que cada persona tendrá necesidades auditivas únicas. Por lo tanto, dedicaremos tiempo y atención a cada cliente, realizando evaluaciones exhaustivas de su audición y ofreciendo recomendaciones personalizadas para los audífonos más adecuados.
- *Asesoramiento integral:* El especialista en audición estarán disponibles para responder preguntas, brindar información detallada sobre los diferentes productos y guiar a los clientes a lo largo de todo el proceso, desde la selección hasta la adaptación y ajuste de los audífonos.
- *Seguimiento y soporte:* Habrá preocupación por la satisfacción continua de los clientes. Por ello, se ofrecerá servicios de seguimiento y ajuste

personalizados para garantizar que los audífonos funcionen de manera óptima a lo largo del tiempo. Estaremos disponibles para cualquier consulta o inquietud posterior a la compra.

Calidad

En ECUPÉDICOS, habrá el compromiso por ofrecer productos de alta calidad y confiabilidad a los clientes. Para garantizar esto, se implementará rigurosas prácticas de control de calidad basadas en los siguientes aspectos:

- *Selección cuidadosa de proveedores:* Se trabajará con proveedores confiables y de renombre que cumplan con los estándares más altos en la fabricación y suministro de audífonos para la sordera. Nos aseguraremos de que los productos que adquirimos sean de calidad y cumplan con las normas internacionales.
- *Cumplimiento de los estándares de fabricación:* Habrá un seguimiento de los Manuales de BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) adaptados específicamente para la industria de los audífonos. Esto implica el cumplimiento de indicadores de calidad, como el control durante el almacenamiento y transporte de los audífonos, el mantenimiento de ambiente adecuadas en los procesos de fabricación, el uso de sistemas de almacenamiento FIFO (primero en entrar, primero en salir), y la implementación de tiempos de producción adecuados para cada tipo de audífono.

- *Control de puntos críticos:* Se realizará un análisis exhaustivo de los puntos críticos de control para identificar y controlar cualquier riesgo potencial de contaminación o defecto en los audífonos. Esto permitirá garantizar que nuestros productos cumplan con los más altos estándares de calidad y seguridad.

Estilo.

La microempresa ofrecerá productos que cumplan con las expectativas y necesidades de los clientes, el compromiso con la excelencia en la fabricación y control de calidad permite brindar audífonos confiables y efectivos para mejorar la audición y la calidad de vida de las personas con problemas auditivos; ECUPÉDICOS se caracterizará por su estilo profesional y enfocado en la salud auditiva. La tienda tendrá un ambiente acogedor y moderno, donde los clientes pueden encontrar una amplia variedad de audífonos y productos relacionados con la audición.

En términos de presentación, Se centrará en resaltar la calidad y tecnología avanzada de nuestros audífonos. Los productos se exhibirán de manera atractiva y se proporcionará información clara sobre sus características y beneficios, el enfoque principal será brindar un servicio altamente profesional y personalizado. Contará con un equipo de expertos en audición y tecnología de audífonos que se dedican a comprender las necesidades de cada cliente y ofrecer soluciones adaptadas a sus requerimientos específicos para garantizar la satisfacción a largo plazo.

Marca.

La marca ECUPÉDICOS ha sido cuidadosamente seleccionada para representar nuestra tienda de venta de audífonos para la sordera. El nombre se compone de dos elementos clave que reflejan la misión y propósito.

El término "ECU" hace referencia a Ecuador, nuestro país de origen. Se quiere destacar el compromiso de ser una microempresa local que brinda productos y servicios de calidad en el ámbito de la salud auditiva. Este elemento conecta con nuestra identidad y permite establecer una relación cercana con los clientes en la comunidad.

La parte "PÉDICOS" es una combinación de los términos "pérdida auditiva" y "dispositivos". Esta elección es intencional para transmitir la dedicación a ayudar a las personas con problemas de audición a encontrar los dispositivos adecuados para mejorar su calidad de vida. El enfoque será ofrecer una amplia gama de audífonos y tecnologías innovadoras que se adaptan a las necesidades individuales de nuestros clientes, en conjunto, el nombre simboliza el compromiso de proporcionar soluciones auditivas efectivas y personalizadas a través de dispositivos de vanguardia. El objetivo es ser un referente confiable en el campo de la salud auditiva, brindando productos y servicios de calidad que permitan a los clientes disfrutar plenamente de la vida y comunicarse de manera efectiva.

Producto Aumentado.

Se destacará por ofrecer una experiencia única y completa a los clientes. Más allá de la venta de audífonos de alta calidad, tendrá el enfoque de proporcionar un

valor agregado significativo para mejorar la satisfacción y el bienestar de los clientes.

Plan de introducción al mercado.

Distintivos y Uniformes

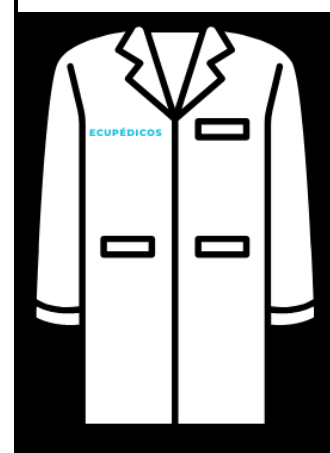
Área de Consultorio

El audiólogo de ECUPÉDICOS lucirá un uniforme profesional y distinguido, diseñado exclusivamente para el personal de nuestra tienda de audífonos. Este uniforme reflejará la excelencia y la dedicación del equipo, asegurando una experiencia confiable y especializada en salud auditiva.

Audiólogo.

- * Uniforme de color blanco, que transmite limpieza y profesionalismo.
- * Diseño largo y elegante, que brinda una apariencia distinguida al audiólogo.
- * Inclusión del logo de ECUPÉDICOS en color celeste en el lado derecho del uniforme, que refuerza la identidad de la marca.
- * Presencia de bolsillos funcionales en el uniforme, que permiten al audiólogo llevar consigo herramientas y accesorios necesarios para su trabajo.
- * Uso de botones en el uniforme, que brindan un

Figura 18
Diseño mandil



Miguel C. (2023).

aspecto pulcro y profesional, al tiempo que permiten un fácil ajuste y cierre del uniforme.

Materiales de identificación.

Imagotipo.

Figura 19
Imagotipo



Miguel C. (2023).

Elementos a destacar:

- Se eligió la palabra ECUPÉDICOS por ser en una fuente clara y legible.
- Un oído estilizado que representa la conexión con la audición y los audífonos.
- El eslogan "Escucha la vida" debajo del logotipo en una fuente complementaria.
- Los colores utilizados:
 1. Color celeste para representar la tranquilidad y la audición.
 2. Color negro para agregar elegancia y contraste.
 3. Un diseño limpio y moderno, donde el logotipo y el oído se fusionen armoniosamente.

Tarjetas de presentación.

Figura 20
Tarjeta de presentación



Miguel C. (2023).

En el anverso se encuentran los datos de la microempresa, tales como Celular/WhatsApp, página web, email microempresarial y la dirección del local.

Hoja membretada.

La hoja membretada de ECUPÉDICOS, refleja la identidad corporativa y transmite profesionalismo en su diseño.

Figura 21
Hoja membretada



Miguel C. (2023).

Canal de distribución y puntos de ventas

Se basará en una combinación de medios digitales y un establecimiento físico ubicado en la Avenida Plaza Dañín y Boloña, Centro Comercial Plaza Quil, en la ciudad de Guayaquil.

Promoción.

- Las redes sociales, como Facebook e Instagram, serán el principal canal de promoción, donde se compartirá contenido relevante, testimonios de clientes satisfechos y promociones especiales.
- Una vez que la tienda esté consolidada en el mercado local, se considerarán medios de promoción tradicionales, como prensa escrita, radio y vallas publicitarias.

Contacto.

- Se utilizarán tarjetas de presentación con la información de contacto de la tienda, incluyendo el número de teléfono, dirección de correo electrónico y enlaces a las redes sociales.
- Los clientes podrán comunicarse a través de correo electrónico, WhatsApp y mensajes directos en las redes sociales para consultas y solicitudes de información adicional.
- Además, se fomentará el contacto directo en el establecimiento físico, donde los clientes podrán recibir una atención personalizada y probar los audífonos antes de realizar una compra.

Correspondencia.

- Se realizará principalmente a través del correo electrónico, utilizando una dirección de correo corporativa de ECUPÉDICOS.

Negociación.

- Podrán llevarse a cabo directamente en el establecimiento con cita previa, brindando un espacio cómodo y confidencial para discutir las necesidades auditivas de los clientes.

- También se ofrecerá la opción de negociaciones a través de videoconferencias utilizando plataformas como Whatsapp, Zoom o Google Meet, permitiendo una comunicación efectiva a distancia.
- La vía telefónica estará disponible para consultas rápidas y para programar citas o realizar seguimiento a las negociaciones.

Con este enfoque de canal de distribución y puntos de venta, ECUPÉDICOS busca aprovechar el poder de las redes sociales y la interacción directa con los clientes en el establecimiento físico para brindar una experiencia personalizada y satisfactoria en la adquisición de audífonos para la sordera.

Financiamiento.

Tabla 18
Financiamiento publicidad

Tarjetas de presentación	100 unidades	\$10.00
Publicidad Facebook e Instagram	3 veces por mes	\$30.00
TOTAL		\$40.00
TOTAL, ANUAL		\$480.00

Miguel C. (2023).

Riesgo y oportunidades del negocio

Riesgos:

- Caída inicial del mercado debido alguna crisis similar al COVID-19 y las restricciones impuestas en el sector de la salud.

- Competencia establecida en el mercado de audífonos para la sordera con marcas reconocidas y bien posicionadas.
- Desafíos en la adquisición de clientes debido a la falta de conocimiento general sobre la importancia de los audífonos para la sordera.
- Posibles desafíos en la gestión y adaptación a los cambios tecnológicos y digitales en el mercado.

Oportunidades:

- Posicionarse en un mercado en crecimiento debido a la necesidad de soluciones auditivas y el enfoque en la salud auditiva.
- Aprovechar la oportunidad de llegar a un público más amplio a través del uso de tecnologías y plataformas digitales, como redes sociales y venta en línea.
- Ofrecer una gama de productos de alta calidad y tecnología avanzada para satisfacer las necesidades de los clientes.
- Establecer alianzas estratégicas con profesionales de la salud auditiva y clínicas especializadas para aumentar la credibilidad y el alcance de la microempresa.
- Brindar servicios de asesoramiento y seguimiento personalizado para garantizar la satisfacción y fidelidad de los clientes.

Es importante que ECUPÉDICOS esté preparado para enfrentar los riesgos identificados y aprovechar las oportunidades del mercado, implementando estrategias efectivas de marketing y adaptándose a las nuevas tendencias tecnológicas para garantizar el éxito y el crecimiento de la microempresa.

Fijación de Precios

Se realizará considerando diversos factores que intervienen en el proceso de importación, producción y comercialización de los audífonos. A continuación, se detallan los elementos a tener en cuenta:

- *Costo de importación:* Se considerarán los gastos relacionados con la importación de los audífonos, como aranceles, impuestos, costos de envío y trámites aduaneros. Estos costos se sumarán al valor base de los audífonos.
- *Audiometría:* Se ofrecerá el servicio de audiometría para evaluar la capacidad auditiva de los clientes. El costo de este servicio no se incluirá en el precio final del audífono.
- *Factores de producción:* Se tomarán en cuenta los costos de mano de obra especializada como moldes intracanales, los gastos de fabricación relacionados con los servicios básicos necesarios para la producción, como electricidad y agua, y los gastos administrativos asociados al proceso de producción.
- *Imprevistos:* Se incluirá un porcentaje adicional para cubrir posibles imprevistos o contingencias que puedan surgir durante la importación y producción de los audífonos.
- *Utilidad:* Se establecerá un margen que permita cubrir los costos operativos y generar un beneficio para la microempresa.
- *IVA:* Se aplicará el Impuesto al Valor Agregado (IVA) correspondiente según la normativa fiscal vigente.

En la lista de catálogo se puede apreciar cuál es el porcentaje de estos valores, luego de una sumatoria de estos se define el precio final de los audífonos. A continuación, se presentan los costos de 2 modelos para la sordera de ECUPÉDICOS:

- Audífono BTE “OasisSpace” recargable para la sordera.
- Audífono BTE “MEDca” recargable para la sordera.

Audífono BTE “OasisSpace”

**Tabla 19 Audífono
BTE “OASISPACE”**

 Tecnológico Internacional		FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO		
		IMPLANTACIÓN DE COSTOS		
MODELO DEL AUDÍFONO	Audífono BTE Recargable “OasisSpace”		Código: ARD001	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	12/07/2023		Audiólogo: J. Peterman	
PRODUCTO	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
AUDÍFONO BTE “OasisSpace”	Unidades	\$83.47	1	\$83.47
FOTOGRAFÍA			Total Bruto	\$83.47
			10% imprevistos	\$8.34
			Costo de envío	\$8.94
			Total Neto	\$100.75
			Gastos Administrativos 5%	\$5.03
			Factor Costo 5%	\$5.03
			Utilidad 70%	\$70.52
			Subtotal	\$181.33
			12% IVA	\$21.75

	Total	\$203.08
---	--------------	-----------------

Nota: Miguel C. (2023)

Audífono BTE “MEDca”

**Tabla 20 Audífono
BTE “MEDca”**

 Tecnológico Internacional		FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO		
		IMPLANTACIÓN DE COSTOS		
MODELO DEL AUDÍFONO	Audífono BTE Recargable “MEDca”		Código: ARMca001	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	12/07/2023		Audiólogo: J. Peterman	
PRODUCTO	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
AUDÍFONO BTE “MEDca”	Unidades	\$26.78	1	\$26.78
FOTOGRAFÍA			Total Bruto	\$26.78
			10% imprevistos	\$2.67
			Costo de envío	\$8.94
			Total Neto	\$38.39
			Gastos Administrativos 5%	\$1.91

	Factor Costo 5%	\$1.91
	Utilidad 70%	\$45.68
	Subtotal	\$84.07
	12% IVA	\$10.08
	Total	\$94.15

Nota: Miguel C. (2023)

Proceso de derecho microempresarial

ECUPÉDICOS será una microempresa de venta de audífonos para la sordera, constituida como una compañía de responsabilidad limitada de acuerdo con la forma jurídica establecida.

En Ecuador, una compañía de responsabilidad limitada requiere al menos un socio, sin límite máximo. No hay un capital mínimo establecido, pero se debe definir uno adecuado para las operaciones comerciales. (SUPERCIA, 2023). Para su legalidad, se deberán llevar a cabo los siguientes trámites y procedimientos administrativos:

- **Superintendencia de Compañías.**

1. Escritura con la respectiva resolución de la Superintendencia de Compañías inscrita en el Registro Mercantil.

2. Un ejemplar del periódico (o copia certificada) en el cual se publicó el extracto de la escritura.
 3. Original o copias certificadas de los nombramientos de representante legal y administradores inscritos en el Registro Mercantil.
 4. Copia legible de la cédula de ciudadanía o pasaporte del representante legal y administrador de la compañía.
 5. Formulario del R.U.C (01-A) original lleno y firmado por el representante legal.
 6. Copia simple de planillas de agua, luz o teléfono, del domicilio de la compañía.
- Poner fuente (supercias, 2023)

- **Servicio de Rentas Internas / SRI:**

1. Cédula de identidad del representante legal (Presentación).
 2. Certificado de votación del representante legal (Presentación).
 3. Escritura pública de constitución.
 4. Hoja de datos generales y accionistas.
 5. Nombramiento del representante legal.
 6. Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público.
 7. Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente.
- (SRI, 2023)

- **Permiso de los Bomberos:**

1. Copia de la cédula y papeleta de votación.
2. Copia del RUC actualizada.
3. Copia del pago del predio del año vigente.

4. Adquirir en pagaduría a una especie valorada. (Guayaquil, 2023)

- **Patente Municipal:**

1. Copia del RUC.
2. Copia de cédula y certificado de votación del representante (actualizada).
3. Copia de una planilla de servicios básicos. (Municipio, 2023)

- **IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social):**

1. Registro Patronal. (IESS, 2023)

- **Ministerio de Trabajo (MT):**

1. Registrar los contratos de trabajo, finiquitos, pago de décima tercera y décimo cuarta remuneración.
2. Obtener un usuario del SUT (Sistema Único de Trabajo) y registrarse como empleador en la página web sut.trabajo.gob.ec. (Trabajo, 2023)

- **Ministerio de Salud (MSP):**

1. Registro Sanitario de Productos:
2. Licencia Sanitaria:
3. Registro de Establecimiento de Salud (MSP, 2023)

- **Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA):**

1. Certificado de Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución (Sanitario, 2023)

Proceso de impacto ambiental

ECUPÉDICOS, como parte de su compromiso, busca generar un impacto positivo en el entorno ambiental y social. Trabajaremos en consonancia con los

Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, abordando desafíos globales como pobreza, desigualdad, energía asequible y no contaminante, por último producción y consumo responsable (ONU, s.f).



(ONU, s.f).

Objetivos Sociales

Fin de la pobreza

Se busca reducir la pobreza al ofrecer soluciones auditivas asequibles y de alta calidad. Esto significa que personas en situaciones económicas vulnerables tendrán acceso a productos que les permitan mejorar su calidad de vida y participar plenamente en la sociedad.

Reducción de las desigualdades

Trabjará activamente para reducir la brecha de acceso a soluciones auditivas entre diferentes grupos demográficos, asegurando que todos tengan igualdad de oportunidades para mejorar su calidad de vida a través de la audición.

Salud y bienestar

Se dedicará a promover la salud auditiva y el bienestar en general. Al ofrecer audífonos de alta calidad, la microempresa contribuye a la mejora de la calidad de vida de las personas con discapacidad auditiva, lo que tiene un impacto positivo en su salud física y emocional.

Objetivos Ambientales

Energía asequible y no contaminante

Se puede explorar formas de reducir su consumo de energía y optar por fuentes de energía más limpias y sostenibles en sus operaciones.

Producción y consumo responsables

Puede adoptar prácticas de producción y consumo responsables al priorizar la calidad y la durabilidad de sus productos, fomentando un uso responsable de los recursos y minimizando el desperdicio

PROCESO FINANCIERO

Introducción

En el siguiente análisis financiero se detallarán los aspectos económicos de ECUPÉDICOS, enfocándose en los activos necesarios para el inicio de operaciones de la tienda de venta de audífonos para la sordera. Se evaluará la inversión inicial requerida y se analizará la viabilidad económica del emprendimiento mediante herramientas financieras.

Inversión Inicial

La inversión inicial se refiere al capital necesario para establecer y operar el negocio. Incluye los recursos y servicios esenciales para iniciar las actividades comerciales, tales como los activos fijos y el capital de trabajo.

Activos Fijos

Los activos fijos son inversiones de capital a largo plazo necesarios para el funcionamiento óptimo de la microempresa. Para ECUPÉDICOS, los activos fijos incluirán:

- Equipos especializados para audiometrías y pruebas de audición.
- Mobiliario y exhibidores para mostrar los audífonos y accesorios.
- Equipos de cómputo y software para la administración y registro de clientes.
- Sistema de seguridad para proteger los activos y garantizar la confidencialidad de la información.

Tabla 21
Activos fijos

INVERSIONES		
ACTIVOS FIJOS		
Equipos Ind./ seguridad	2200,2	2200,2
Equipos de Computación	1800	1800
Muebles – ensures	3320.10	3320.10
TOTAL		7320.30

Miguel C. (2023).

Capital de trabajo

El capital de trabajo es un indicador financiero crucial para determinar la liquidez con la que cuenta una microempresa para operar de manera eficiente y sin interrupciones. (conocimiento, 2023) En el caso de ECUPÉDICOS, el capital de

trabajo inicial, derivado de una inversión inicial de \$193,432.84, abarca una serie de componentes que aseguran el correcto funcionamiento de la microempresa en sus primeros momentos y a lo largo del tiempo.

Los componentes considerados en el capital de trabajo incluyen:

- Sueldos y Remuneraciones: Se destinará una parte del capital para cubrir los salarios de los empleados, garantizando así su compensación por los servicios prestados.
- Servicios Básicos: Se incluirán los pagos correspondientes a los servicios esenciales como electricidad, agua, telefonía e internet necesarios para mantener la operatividad diaria.
- Materiales de Oficina: Se contempla la adquisición de los suministros necesarios para la gestión administrativa, como papelería, cartuchos de tinta y otros elementos de oficina.
- Materiales de Limpieza: Se considerarán los gastos relacionados con productos de limpieza y mantenimiento de las instalaciones, asegurando un ambiente limpio y seguro.
- Publicidad: Se asignará una parte del capital para estrategias de publicidad y promoción, permitiendo dar a conocer los servicios de la tienda y alcanzar un público más amplio.
- Adquisiciones: Se destinará una porción del capital para la adquisición de los audífonos y accesorios que serán vendidos, asegurando un inventario adecuado para satisfacer la demanda de los clientes.

- **Gastos Financieros:** Se considerarán los posibles gastos asociados a préstamos, intereses y otros costos financieros que puedan surgir en la operación.

En conjunto, el capital de trabajo de ECUPÉDICOS está diseñado para garantizar una gestión fluida y eficaz de las actividades diarias, al mismo tiempo que brinda el respaldo financiero necesario para enfrentar imprevistos y situaciones inesperadas.

Tabla 22
Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	3 meses	12 meses
Sueldos	11700	140400
Servicios Básicos	390	1560
Material de oficina	303,6	1214,4
Material limpieza	282,93	1131,72
Gastos documentos, permisos	99,8	399,2
Alquiler local	1080	4320
Publicidad	180	720
Adquisición productos	10046,88	40187,52
SUBTOTAL	31278.51	193.432,84
ACTIVOS FIJOS		7320.30
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	32,278.51	200,753.14

Miguel C. (2023).

Inversión total

La inversión total se refiere a la suma de los activos fijos y el capital de trabajo destinados para el primer año de operación. Esta inversión integral está calculada en \$200,753.14 dólares, abarcando todos los aspectos necesarios para establecer y desarrollar las operaciones del negocio de manera sólida y efectiva.

Tabla 23*Inversión total*

TOTAL DE INVERSIÓN	
ACTIVO FIJO	\$7320,3
CAPITAL DE TRABAJO /12M	\$193.432,84
TOTAL DE INVERSIÓN	\$200.753,14

Miguel C. (2023).

Sueldos

La remuneración salarial en ECUPÉDICOS, constituye la compensación que reciben los miembros del equipo por su labor. En la siguiente tabla se detallan los sueldos correspondientes a cada colaborador que forma parte de la microempresa, junto con las contribuciones necesarias al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), asegurando así un trato justo y beneficioso para nuestro personal.

Tabla 24*Sueldos y aportes IESS*

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS MICROEMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Director general	800	9600	907,2	1166,4	9859,2
Gerente de Ventas y marketing	650	7800	737,1	947,7	8010,6
Audiólogo	650	7800	737,1	947,7	8010,6
Asistente atención al cliente	450	5400	510,3	656,1	5545,8
Administrador	700	8400	793,8	1020,6	8626,8
Gerente de compra y logística	650	7800	737,1	947,7	8010,6
TOTAL	3900	46800	4422,6	5686,2	48063,6

Miguel C. (2023).

Beneficios legales

Estos consideran el décimo tercer sueldo y el décimo cuarto sueldo que todo trabajador tiene por derecho de acuerdo con la ley y el código de trabajo.

Tabla 25
Décimo tercer y cuarto sueldo

PERSONAL	SUELDOS	DÉCIMO 4°	DÉCIMO 3°	TOTAL DÉCIMOS
Director general	800	450	800	1250
Gerente de Ventas y marketing	650	450	650	1100
Audiólogo	650	450	650	1100
Asistente atención al cliente	450	450	450	900
Administrador	700	450	700	1150
Gerente de compra y logística	650	450	650	1100
TOTAL	3900	2700	3900	6600

Miguel C. (2023).

Tomando los montos totales de los sueldos con sus aportaciones al IESS e incluyendo todos los beneficios legales generan un monto anual de \$54663.60.

Tabla 26. *Beneficios legales*

TOTAL SUELDOS	TOT. DÉCIMOS	TOT ANUAL
48063,6	6600	54663,6

Miguel C. (2023).

Depreciación de activos fijos

La depreciación es un concepto fundamental que refleja la disminución del valor de un activo fijo con el tiempo, debido al uso y a diversos factores tanto internos como externos. En el caso de ECUPÉDICOS, se aplicará la depreciación a los activos fijos de manera acorde a la Ley de Régimen Tributario Ecuatoriana. Los equipos industriales tendrán una depreciación del 10%, los equipos de computación sufrirán una depreciación del 33,33%, y los muebles y enseres experimentarán una depreciación del 10%. Estos porcentajes se basan en la consideración de la vida útil de los activos y en su desgaste progresivo a lo largo

del tiempo, lo que nos permite mantener un cálculo financiero preciso y transparente en nuestro análisis.

Tabla 27

Depreciación activos fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS (en línea recta)			
		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Ind.	2200,2	10%	220,02
Equipos de Computación	1800	33,33%	599,94
Muebles y Enseres	3320,1	10%	332,01
			1151,97

Miguel C. (2023).

Tabla de amortización capital financiado.

A través de la siguiente tabla de amortización francesa, se presenta en detalle el proceso de pagos para el monto financiado de \$111,000 el cual tendrá un valor mensual de \$2670.09 destinado a respaldar las actividades de ECUPÉDICOS, Con una tasa de interés del 14% anual y un período de financiamiento de 5 años que tendrá como valor final a cancelar de \$160205.95, esta tabla refleja la distribución de pagos a lo largo del tiempo. Cada año, se abonarán \$32041.19, lo que permitirá cumplir con los pagos de intereses y la reducción gradual del capital prestado. Este enfoque de amortización francesa garantiza un proceso de pago estructurado y sostenible, permitiendo manejar sus compromisos financieros de manera eficiente y planificada.

Tabla 28

Tabla de amortización

MONTO	110000
TASA	14%
PLAZO	5 Años

PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	110000
1	32041,19	15.400,00	16.641,19	93.358,81
2	32041,19	13.070,23	18.970,96	74.387,85
3	32041,19	10.414,30	21.626,89	52.760,96
4	32041,19	7.386,53	24.654,66	28.106,31
5	32041,19	3.934,88	28.106,31	0,00

Miguel C. (2023).

Estructura Capital

La estructura de la inversión total se presenta de la siguiente manera: El monto total de inversión asciende a \$200,753.14. De este total, el capital propio representa \$90,753.14 dólares, lo que equivale al 45% de la inversión. Por otro lado, el capital financiado es de \$111,000, que corresponde al 55% restante de la inversión. El costo del capital propio se sitúa en un 22%, el cual se calcula a partir de la tasa pasiva más el riesgo país, resultando en una tasa de descuento del 7.7%. Además, la tasa activa del banco es del 14%, lo que genera una tasa de descuento del 9.9%. Como resultado, el Total del Costo de Capital (TMAR) es del 17.6%. Esta estructura de capital refleja la distribución de recursos financieros y los componentes que conforman la inversión.

Tabla 29

Estructura capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	90753,14	45%	22%	9,9%	
Capital Financiero	110000	55%	14%	7,7%	
TOTAL INVERSIÓN	200753,1	100%		17,6%	TMAR

Miguel C. (2023).

TMAR (Tasa Mínima de Rendimiento)

La Tasa Mínima de Rendimiento (TMAR) está compuesta por dos componentes fundamentales. Por un lado, se considera la tasa pasiva del capital propio, sumada al riesgo país, lo que resulta en un porcentaje del 7.7%. Además, se toma en cuenta la tasa asociada al capital financiado, que es del 9%. Estas dos tasas combinadas generan la TMAR para el proyecto de ECUPÉDICOS, que se establece en un 17.6%. La TMAR juega un papel crucial en la evaluación de la viabilidad y la rentabilidad del emprendimiento, al proporcionar una referencia sólida para comparar el rendimiento esperado del proyecto con el costo de los recursos utilizados en su desarrollo.

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es un análisis fundamental que determina el momento en que los ingresos de una microempresa igualan sus gastos, marcando un balance entre costos e ingresos (Salesforce, 2021). En el contexto de la microempresa, este análisis permitirá identificar cuántos productos deben ser vendidos para alcanzar el equilibrio financiero, considerando tanto los gastos fijos como los variables como el arriendo y sueldos. Esto es esencial para evaluar la viabilidad económica del negocio y determinar cuándo comienza a generar ganancias.

La siguiente tabla reflejará el monto necesario fijo sobre el capital de trabajo que se utilizará para cada mes donde estén los gastos de sueldos y arriendos.

Tabla 30*Estructura capital*

Costos Fijos (mensuales)	
arriendo	\$360
sueldos	\$3900
TOTAL	\$4260

Miguel C. (2023).

Margen de contribución

Se puede evidenciar que el margen de contribución se calculó los valores de los costos por ítem de los audífonos para la sordera dando un monto total de \$110.25. El Valor de venta entre ambos es de \$297.23 dando un margen de contribución de \$186.98.

Tabla 31*Margen de contribución*

costos de producto		
precio	297.23	
costo	110.25	
ganancia	186.98	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

Miguel C. (2023).

En el análisis financiero se ha determinado que el punto de equilibrio se calcula al sumar los costos fijos de operación con el margen de contribución. Esto implica que, para alcanzar dicho equilibrio, es necesario vender un total de 23 audífonos al mes, con un promedio de aproximadamente 0.8 audífonos vendidos diariamente. Esta cifra es óptima, ya que representa el nivel de ventas necesario para

cubrir los gastos y costos, y a partir del cual la microempresa comenzará a generar beneficios.

Tabla 32

Margen de contribución

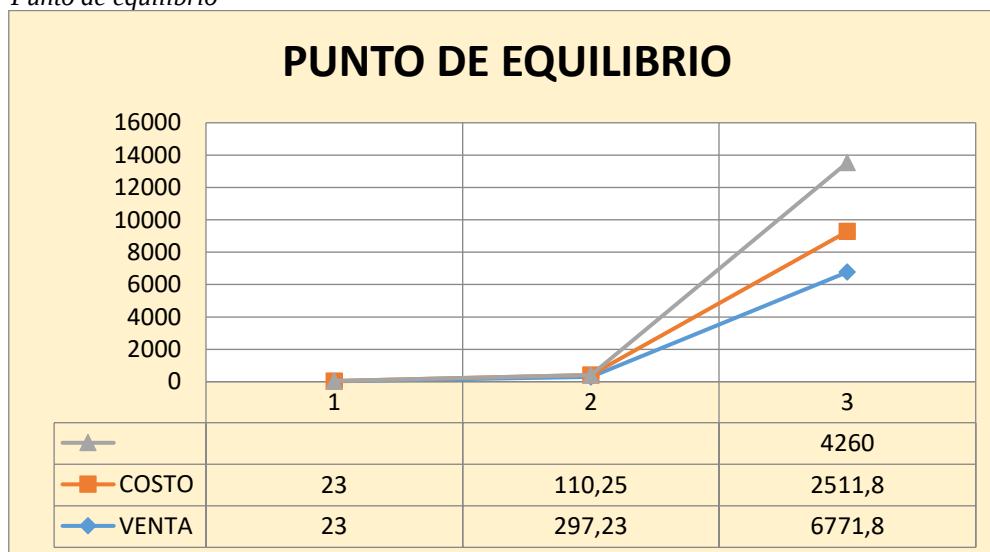
PE = COSTO FIJO / MARGEN DE CONTRIBUCION				
PE=	23			
	23	Audífonos	0,8	diario

VENTA	23	297,23	6771,8
COSTO	23	110,25	2511,8
			4260
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Miguel C. (2023).

Figura 22

Punto de equilibrio



Miguel C. (2023).

Ventas proyectadas

Para que la microempresa comience a generar beneficios, se ha proyectado las ventas necesarias que la microempresa deberá alcanzar. En este sentido, al vender 131 audífonos al mes, se prevén los ingresos futuros por ventas que la microempresa podría obtener en un período específico. Estas proyecciones son fundamentales para evaluar la viabilidad financiera y determinar cuándo se alcanzará el umbral de rentabilidad en el negocio.

Tabla 33
Margen de contribución

ventas proyectadas			
131	38937.13	467245.56	ventas
131	14442.75	173313	costo

Miguel C. (2023).

Costo de venta

El costo de ventas para ECUPÉDICOS, se ha estimado mediante una proyección a lo largo de un periodo de cinco años. Esta proyección detalla las ventas esperadas en cada uno de los años previstos, así como la utilidad bruta, utilidad neta y otros elementos que influyen en el cálculo del flujo de ventas. El análisis del costo de ventas es esencial para comprender la estructura de gastos relacionados con la producción y la adquisición de los audífonos, lo que contribuye a la planificación financiera y a la evaluación de la rentabilidad del negocio.

Tabla 34
Flujo de ventas

FLUJO DE VENTAS						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		467245,56	481309,65	495797,07	510720,56	526093,25
COSTO DE VENTAS		173313,00	178529,72	183903,47	189438,96	195141,07
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		293932,56	302779,93	311893,61	321281,60	330952,18
GASTOS ADMINISTRATIVOS		140400,00	144626,04	148979,28	153463,56	158082,81
SERVICIOS BASICOS		1560,00	1606,96	1655,33	1705,15	1756,48
MATERIAL OFIC.		1214,40	1250,95	1288,61	1327,39	1367,35
ALQUILER LIMPIEZA		1131,72	1165,78	1200,87	1237,02	1274,26
GASTOS DOCUMENTOS,PERMISOS		399,20	411,22	423,59	436,34	449,48
ALQUILER		4320,00	4450,03	4583,98	4721,96	4864,09
DEPRECIACIONES		1151,97	1151,97	1151,97	1151,97	1151,97
AMORTIZACIONES		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD OPERATIVA		143755,27	148116,98	152609,97	157238,21	162005,75
GASTOS FINANCIEROS		15400,00	13070,23	10414,30	7386,53	3934,88
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		128355,27	135046,74	142195,67	149851,67	158070,87
BASE IMPOSITIVA		32088,82	33761,69	35548,92	37462,92	39517,72
UTILIDAD NETA		96266,45	101285,06	106646,76	112388,75	118553,15

Nota. Miguel C. (2023).

Flujo de caja

En este Flujo de caja se contemplarán los egresos e ingresos relacionados con la operación del negocio, con una proyección estimada para un período de cinco años de actividad comercial. Este análisis exhaustivo del flujo de caja permitirá visualizar de manera detallada las entradas y salidas de dinero a lo largo del tiempo, ayudando a planificar las finanzas, anticipar necesidades de liquidez y tomar decisiones informadas para mantener la solidez financiera del negocio.

Tabla 35
Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		143755,27	148116,98	152609,97	157238,21	162005,75
DEPRECIACION		1151,97	1151,97	1151,97	1151,97	1151,97
AMORTIZACION		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- BASE IMPOSITIVA		32088,82	33761,69	35548,92	37462,92	39517,72
- GASTOS FINANCIEROS		15400,00	13070,23	10414,30	7386,53	3934,88
- PAGO CAPITAL		16.641,19	18.970,96	21.626,89	24.654,66	28.106,31
+ VALOR DE SALVAMENTO						
+ CAPITAL DE TRABAJO						
- REPOSICION DE ACTIVOS						
= FLUJO NETO DE CAJA	212653,14	80.777,23	83.466,07	86.171,83	88.886,07	91.598,81

Nota. Miguel C. (2023).

Cálculo del VAN y el TIR

VAN (Valor Actual Neto) o VPN (Valor Presente Neto)

El Valor Actual Neto (VAN) es un indicador financiero crucial para evaluar la rentabilidad de un proyecto de inversión. Se calcula mediante la actualización de los flujos de ingresos y egresos futuros del proyecto, descontando la inversión inicial. Si el resultado es positivo, lo que significa que hay una ganancia, se considera que el proyecto es viable. (economipedia, 2022)

En el caso de ECUPÉDICOS, al aplicar este indicador a la estimación de los flujos de caja anuales, los resultados arrojan un VAN con una rentabilidad de \$88,902.34. Este valor positivo indica que el proyecto tiene un potencial para generar beneficios económicos y se considera una inversión con perspectivas favorables.

Interpretación VAN.

Tabla 36

Interpretación del Van

VAN= VALOR ACTUAL NETO (INDICADOR DE RENTABILIDAD)
VAN= BENEFICIOS NETOS ACTUALIZADOS – INVERSIÓN
VAN < 0 EL PROYECTO NO ES RENTABLE
VAN > 0 EL PROYECTO ES RENTABLE
VAN = 0 EL PROYECTO NO PRODUCIRÁ PERDIDAS NI GANACIAS,

Nota. Miguel C. (2023).

Fórmula del VAN

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

F_t = son los flujos de dinero en cada periodo de tiempo.

I_0 = inversión inicial.

n = numero de periodos de tiempo.

k = es el tipo de descuento o de interés exigido de la inversión.

TIR (Tasa Interna de Retorno)

El Tasa Interna de Retorno (TIR) es una herramienta esencial para evaluar la factibilidad de un proyecto y calcular la tasa de ganancia que puede generarse a partir de esa inversión. Este método es altamente fiable cuando una microempresa busca determinar tanto la rentabilidad como la viabilidad de un proyecto de inversión. Al emplear el TIR, se basa en los flujos de caja netos proyectados y el monto de la inversión del proyecto para determinar la tasa de retorno interna que se espera alcanzar. (sdelsol, 2020)

Interpretación del TIR

Tabla 37

Interpretación del TIR

TIR= TASA INTERNA DE RETORNO
TIR = VAN = 0
TIR < TD PROYECTO NO ES RENTABLE
TIR > TD PROYECTO ES RENTABLE
TIR = TD EL PROYECTO NO PRODUCE PERDIDAS NI GANACIAS

Nota. Miguel C. (2023).

Formula del TIR

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0$$

F_t = flujos de caja.

I_0 = inversión inicial.

n = numero de periodos de tiempo.

TIR= tasa interna de retorno.

El análisis de la Tasa Interna de Retorno (TIR) para el proyecto de ECUPÉDICOS revela una rentabilidad sólida, alcanzando un porcentaje del 28.56%. Esto indica que el proyecto tiene el potencial de generar ganancias significativas en comparación con la tasa de rendimiento mínima esperada. La separación entre el TIR y el Tasa Mínima de Rendimiento (TMAR), que se establece en 17.62%, es del 10.94%. Este margen positivo sugiere que el

proyecto supera con creces el umbral de rentabilidad deseado, reafirmando su viabilidad financiera y su atractivo como inversión.

Cálculo del TIR Y EL VAN

Tabla 38

Cálculo del VAN-TIR

VAN	88.902,34
TIR	28,53%
TMAR	17,62%

Nota. Miguel C. (2023).

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

El proyecto de titulación de ECUPÉDICOS ha demostrado ser una propuesta con un enfoque claro en proporcionar soluciones de calidad y accesibles para las personas con discapacidad auditiva en Guayaquil y demás ciudades del Ecuador. A través de un análisis exhaustivo, se ha confirmado que existe una demanda real y latente en el mercado para los audífonos que se ofrecen. La investigación de mercado ha revelado la necesidad de productos de alta calidad y la disposición de los clientes a invertir en mejorar su calidad de vida. Además, la ubicación estratégica y la imagen corporativa sólida ayudarán a atraer y retener a los clientes.

La estructura organizativa y la planificación detallada de procesos sustentan la viabilidad operativa del proyecto, garantizando la eficiencia y la satisfacción del cliente. La consideración del impacto ambiental y social, a través de la matriz de Leopold, refleja la responsabilidad social del proyecto y su contribución positiva a la comunidad local.

El análisis financiero ha arrojado resultados alentadores, con indicadores sólidos que respaldan la factibilidad económica del proyecto. El Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y la relación costo-beneficio demuestran que la inversión es prometedora y generará ganancias sostenibles en el tiempo.

Recomendaciones:

- Una vez implementado el proyecto, se recomienda mantener un enfoque en la capacitación continua del personal para garantizar la excelencia en el servicio al cliente y la actualización en tecnologías y productos relacionados con la discapacidad auditiva.
- Es esencial establecer un mecanismo de retroalimentación con los clientes para evaluar constantemente su satisfacción y recopilar sugerencias que puedan mejorar aún más la experiencia en ECUPÉDICOS.
- La planificación de inventario y producción debe realizarse de manera estratégica para asegurar la disponibilidad constante de productos y mantener los niveles de calidad exigidos.

REFERENCIAS

- Aguilar, A. (2021). *dspace.uazuay.edu.ec*. Obtenido de <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/10958/1/16500.pdf>
- B., A. C. (2020). *gvn*. Obtenido de <https://gvn.com.ec/2020/01/14/obligaciones-legales-microempresa-ecuador/>
- Baciero, G. (2019). *Manejo y prevención del estrés del gato*. Madrid, España.: Comunicación Científica Royal Canin.
- Cardona, L. (2023). *Cyberclick*. Obtenido de <https://www.cyberclick.es/que-es/seo>
- Cisne, L. d. (2012). *bigdigital*. Obtenido de <https://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/4979>
- claso*. (2020). Obtenido de <https://claso.net/blog/que-es-la-teleaudiologia>
- Conceptode*. (2021). Obtenido de <https://concepto.de/gerente-general/>
- Congreso Nacional. (2020). *Código de trabajo*. Recuperado el 25 de julio de 2021, de https://www.derechoecuador.com/uploads/content/2020/11/file_1604679569_1604679577.pdf
- Cueva, J. (2020). *Mascotas, los mejores compañeros de vida para niños y adultos*. Recuperado el 25 de Julio de 2021, de <https://regiondigital.com/noticias/reportajes/322755-mascotas-los-mejores-companeros-de-vida-para-ninos-y-adultos.html>
- economipedia*. (2022). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>
- Educaonline S.L. (2020). *Veterinario*. Recuperado el 25 de julio de 2021, de <https://www.educaweb.com/secciones/informacion-legal/proteccion-contenidos/>
- Efficacitas. (2023). *www.efficacitas.com*. Obtenido de *efficacitas*.
- euroinnova*. (2022). Obtenido de <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-la-filosofia-microempresarial>

- Forkshake, B. B. (2023). *www.bbf.com.ec*. Obtenido de Business Bookkeeping Forkshake: <https://bbf.com.ec/como-funciona-la-inspeccion-laboral-en-ecuador-y-que-derechos-tienes-como-trabajador/>
- gestiópolis. (2023). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/administrador-que-es-que-hace-habilidades-competencias/>
- Giraldo, J., & Robledo, J. (2014). *Propuesta para la gestión de residuos sólidos de dos clínicas*. Cali, Colombia: Universidad ICESI.
- Hearing Solutions. (2022). Obtenido de <https://www.hearingsolutions.philips.com/es-es/hearing-loss/hearing-terms-guide/terms/audiologist>
- Heredia, J., & Iturbe, T. (2019). *Manual de práctica de medicina de gatos*. México: UNAM.
- Ibañez, M. (2000). En *Canis et Felis*. N° 43. *Bases para la gestión en centros veterinarios* (pág. 12). Madrid, España: Ediciones Luzán.
- Maldonado, S. (2009). Desarrollo de un plan de negocios para la creación de LUCKYS SPA DE MASCOTAS. Cuenca, Ecuador.
- miproximopaso. (2023). Obtenido de <https://www.miproximopaso.org/profile/summary/11-3061.00>
- Navarro, J. A. (2019). *mheducation.es*. Obtenido de <https://www.mheducation.es/blog/la-piramide-de-maslow>
- PAHO. (2023). *www.paho.com*. Obtenido de organizacion panamericana de la salud: <https://www.paho.org/es/temas/salud-auditiva>
- Pastor, I. (2020). *¿Qué es y para qué sirve la Pirámide de Maslow?*. Recuperado el 15 de julio de 2021, de <https://www.leanconstructionmexico.com.mx/post/qu%C3%A9-es-y-para-qu%C3%A9-sirve-la-pir%C3%A1mide-de-maslow>
- Raeburn, A. (julio de 2021). *Asana*. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>

- Rojas, C. V. (Junio de 2020). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/estructura-organizacional-tipos-organizacion-organigramas/>
- Romero, S. (2016). *El motivo por el que los gatos son más independientes que los perros*. Recuperado el 26 de julio de 2021, de <https://www.muyinteresante.es/salud/articulo/el-motivo-por-el-que-los-gatos-son-mas-independientes-que-los-perros-811441363579>
- sdelsol*. (2020). Obtenido de <https://www.sdelsol.com/glosario/tasa-interna-de-retorno-tir/>
- Tejo, D. (2016). *Pirámide de Maslow*. Recuperado el 15 de julio de 2021, de <http://davidtejo.com/2016/06/la-nueva-piramide-de-maslow-el-cambio-en-las-necesidades-basicas-en-el-siglo-xxi-y-su-influencia-en-el-lifestyle-actual/>
- UCINMEDICA. (s.f.). *www.ucinmedica.com*. Obtenido de <https://www.ucinmedica.com/mobiliario-y-equipo-medico-de-consultorio-medico/>
- UNIR. (2022). Obtenido de <https://mexico.unir.net/comunicacion-mercadotecnia/noticias/gerente-marketing/>
- Valdez, S. (2020). <https://www.ucinmedica.com/>. Obtenido de <https://www.ucinmedica.com/mobiliario-y-equipo-medico-de-consultorio-medico/>
- Zendesk. (2023). Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/manual-de-funciones-de-servicio-al-cliente/>

ANEXOS

Proformas.

Proforma 1 Audiómetro

Home / Medical devices & Supplies / Professional Medical Devices / Clinical Analytical Instruments



IN-G055 Medical clinical digital economical diagnostic audiometer

★★★★★ 5.0 1 Reviews 2 buyers

FOB Reference Price: [Get latest price](#)

\$100.00 - \$2,200.00 / set | 1 set/sets (Min. order)

Benefits: 3-day coupon giveaway: up to US \$80 off [Claim now >](#)

Quantity: sets

Samples: \$2,500.00/set Min. order: 1 set [Get samples](#)

Lead time:Ⓢ	Quantity (sets)	1 - 1	> 1
	Lead time (days)	7	To be negotiated

Customization: Customized logo (Min. order 1 set)
Customized packaging (Min. order 1 set)
More >

Purchase details

Protection with Trade Assurance

Shipping: [Contact supplier](#) to negotiate shipping details
Enjoy [On-time Dispatch Guarantee](#) Ⓢ

Payments: ...

Proforma 2 Aire acondicionado



Aire Acondicionado TcI Rca
Space 12000btu Ecologico C
Garant

U\$S 289

Pago a acordar con el vendedor
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Tarqui, Guayaquil
[Ver costos de envío](#)

Color De La Estructura: **Blanco**

Cantidad: **1 unidad** ▾ (61 disponibles)

Ecuación 3

Escritorio



Nuevo | +5 vendidos

Escritorio Amplio Y Bonito



U\$S 150

Hasta 12 cuotas

[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor

Calderon (Carapungo), Quito

[Ver formas de entrega](#)

Color: **Marrón claro**

Cantidad: **1 unidad** (5 disponibles)

Comprar ahora

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

3 meses de garantía de fábrica.

Ecuación 4

Computadora



Usado

Intel Core i7, 16gb Ram, 3.4 Ghz, Ssd 256 Gb, Teclado, Parl



U\$S 300

Pago a acordar con el vendedor

Acepta depósito bancario, efectivo.

[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor

CONOCOTO, Pichincha

[Ver formas de entrega](#)

¡Última disponible!

Comprar ahora

Proforma 5
Kit Cámara de seguridad



Kit Completo 4 Camaras Mo-
nitoreo Celular, Dvr, Bases,
Cables

U\$S 99⁴⁸

- ☒ Pago a acordar con el vendedor
 Acepta efectivo.
[Más información](#)
- ☒ Entrega a acordar con el vendedor
 Kennedy, Quito
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: **1 unidad** ▾ (441 disponibles)

Ecuación 6
Televisor



Nuevo | +5 vendidos

Tv Tcl Fhd 42 S6500 Android
Chromecast Soporte Gratis

U\$S 349

Hasta 12 cuotas
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
 Tarqui, Guayaquil
[Ver formas de entrega](#)

Cantidad: **1 unidad** ▾ (97 disponibles)

Comprar ahora

☒ **Compra Protegida**, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

☒ 2 años de garantía de fábrica.

Proforma 7
Extintor



Venta Y Recarga De Extintores Pqs 10 Libras Nuevo Polvo



U\$S 21⁸⁰

Hasta 12 cuotas



[Más información](#)

☒ Entrega a acordar con el vendedor
Iñaquito, Quito

[Ver costos de envío](#)

Cantidad: **1 unidad** ▾ (184 disponibles)

[Comprar ahora](#)

Proforma 8
Dispensador de Jabón



Nuevo | 83 vendidos

Dispensador De Gel Alcohol O Jabón Líquido 500ml



U\$S 3⁹⁹

Hasta 12 cuotas



[Más información](#)

☒ Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Quito

[Ver costos de envío](#)

Cantidad: **1 unidad** ▾ (148 disponibles)

[Comprar ahora](#)



Identificación de reporte de similitud. oid:11830:260116833

NOMBRE DEL TRABAJO

AUTOR

Proyecto final de trabajo de fin de carrer
a_Miguel Carreño.docx

Miguel Carreño

RECuento DE PALABRAS

RECuento DE CARACTERES

17991 Words

104053 Characters

RECuento DE PÁGINAS

TAMAÑO DEL ARCHIVO

117 Pages

5.3MB

FECHA DE ENTREGA

FECHA DEL INFORME

Sep 4, 2023 12:19 PM GMT-5

Sep 4, 2023 12:20 PM GMT-5

● **13% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 13% Base de datos de Internet
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Bloques de texto excluidos manualmente