

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK DEL ECUADOR

BUSINESS SCHOOL

Trabajo de fin de Carrera titulado:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y
EXPORTACIÓN DE BRASIERES DE MASTECTOMÍA, AÑO
2023**

Realizado por:

DOMÉNICA RAFAELA CAÑIZARES RODRÍGUEZ

Directora del Plan de Negocios

MSC. SILVIA ALEXANDRA NOROÑA GALLO

Requisito para la obtención del título de:

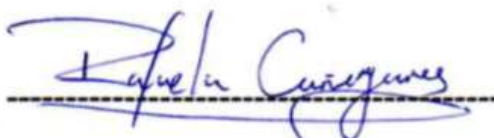
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Quito, 28 de Agosto de 2023

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo, Doménica Rafaela Cañizares Rodríguez, con cédula de identidad No 172681572-1, declaro bajo juramento que el trabajo aquí desarrollado es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado a calificación profesional; y que ha consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración, cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondiente a este trabajo, a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.

A handwritten signature in blue ink, reading "Doménica Cañizares", written over a horizontal dashed line.

Doménica Rafaela Cañizares Rodríguez
CC. 172681572-1

DECLARACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.



Msc. Silvia Alexandra Noroña Gallo

PROFESORES INFORMANTES

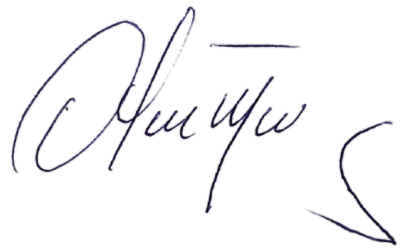
MSC. JOSÉ DAVID HIDALGO GRANJA

MBA. COSME ALONSO MARIN NIÑO

Después de revisar el trabajo presentado lo han calificado como apto para su defensa oral ante el tribunal examinador.



MSC. JOSÉ HIDALGO

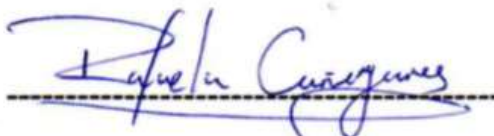


MBA. ALONSO MARIN

Quito, 30 de agosto de 2023

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.



Doménica Rafaela Cañizares Rodríguez
CC. 172681572-1

DECLARATORIA

El presente Trabajo de investigación titulado:
**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y
EXPORTACIÓN DE BRASIERES DE MASTECTOMÍA,
AÑO 2023**

Realizado por:
DOMÉNICA RAFAELA CAÑIZARES RODRÍGUEZ

Como requisito para la obtención del título de:
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Ha sido dirigido por la profesora:
MG. SILVIA ALEXANDRA NOROÑA GALLO

(firma con esfero azul)
MG. SILVIA ALEXANDRA NOROÑA GALLO
DIRECTORA

DEDICATORIA

A todas las mujeres valientes que han enfrentado o se enfrentan al cáncer de mama.

En especial, a mi mamá Melva Esperanza por ser una mujer luchadora, además de ser la inspiración para la realización de este trabajo.

Con profundo respeto y admiración, dedico esta tesis a ustedes, guerreras que han luchado contra esta enfermedad con coraje y determinación.

A las que han perdido la batalla contra el cáncer de mama, pero cuyo legado sigue vivo, les dedico un tributo lleno de gratitud. Su fortaleza y resistencia han dejado una huella imborrable en el mundo, inspirando a muchos a seguir luchando.

A todas las mujeres que han enfrentado el cáncer de mama y han elegido abrazar su belleza y feminidad, esta tesis es un tributo a su valentía, resiliencia y capacidad de encontrar la alegría y la plenitud en cada etapa de su vida. Que sus historias inspiren a otras mujeres a abrazar su propia belleza y a vivir la vida con confianza y amor propio.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que han contribuido de alguna manera en la realización de esta tesis.

En primer lugar, agradezco a Dios por haberme brindado la salud, la fortaleza y la capacidad para emprender este desafío académico. Su cuidado y protección me han sostenido en cada paso del camino, dándome la energía y la perseverancia necesaria para superar los obstáculos y alcanzar mis metas.

Agradezco a mis profesores y mentores, quienes han dejado una huella significativa en mi formación académica y personal. Su guía, paciencia y sabiduría han sido una inspiración constante para mí.

Quiero reconocer y agradecer a mis amigos y seres queridos por su apoyo incondicional a lo largo de este proceso. Gracias por estar a mi lado, escucharme y animarme. Su aliento y comprensión fueron fundamentales para mantenerme motivada y perseverar hasta el final.

A mi familia, quiero expresar mi amor y gratitud infinita. Gracias por su apoyo emocional, por creer en mí y por ser mi fuente de inspiración constante. Su amor incondicional y su confianza en mis capacidades han sido la base de mi éxito y estoy profundamente agradecida por ello.

Mi más sincero agradecimiento a todos. Sin su apoyo, este logro no hubiera sido posible.

RESUMEN EJECUTIVO

Este plan de negocio presenta una propuesta para la producción y exportación de brasieres de mastectomía, hacia Estados Unidos, ya que es un país que cuenta con un 30% de cáncer de mama, además de incrementar las exportaciones de una industria que debe desarrollarse en el Ecuador, este producto proporciona diseños y colores innovadores haciendo que las mujeres que se han sometido o se van a someter a una mastectomía se sientan libres, cómodas y seguras.

El trabajo analiza el mercado, los productos sustitutos, la competencia, la industria en general, el área logística y de marketing de tal manera que englobe la parte cuantitativa y cualitativa para internacionalizar un producto que puede cambiar la vida a muchas mujeres.

Además, se realizó un estudio financiero donde se llegó a la conclusión que tiene una rentabilidad de 2,47, con un periodo de recuperación de 3 años con un VAN de \$77.776,79, con una Tasa Interna de Retorno del 37,84%, con lo cual se puede estimar que la viabilidad del proyecto es elevada.

Palabras clave; Exportaciones, cáncer de mama, prótesis de mama externa, brasieres, Ecuador, Estados Unidos, Salud femenina, Concienciación del cáncer de mama.

ABSTRACT

This business plan presents a proposal for the production and export of mastectomy bras to the United States, since it is a country that has 30% of breast cancer, in addition to increasing exports of an industry that must be developed in the future. Ecuador, this product provides innovative designs and colors making women who have undergone a mastectomy or are going to undergo one free, comfortable and safe.

The work analyzes the market, the substitute products, the competition, the industry in general, the logistics and marketing area in such a way that it includes the quantitative and qualitative part to internationalize a product that can change the lives of many women.

In addition, a financial study was carried out where it was concluded that it has a profitability of 2.47, with a recovery period of 3 years with a NPV of \$77.776,79, with an Internal Rate of Return of 37.84%, with which it can be estimated that the feasibility of the project is high.

Keywords; Exports, breast cancer, external breast prostheses, bras, Ecuador, United States, Women's health, Breast cancer awareness.

Contenido

RESUMEN EJECUTIVO	1
1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	7
2 ANTECEDENTES DE LA INDUSTRIA	8
2.1 Comparativo de países	8
2.2 Productos y servicios existentes	12
2.3 Tamaño y forma del sector	14
2.4 Tendencias importantes que surgen en el sector	18
2.5 Posibles obstáculos de entrada en este sector	21
3 ANÁLISIS COMPETITIVO	24
3.1 Competidores	25
3.2 Diferencie su negocio de otros	27
3.3 Amenazas que presenta la competencia	29
4 ANÁLISIS DEL MERCADO	31
4.1 Mercado objetivo y la propuesta de valor clave	31
4.2 Tamaño y el crecimiento del mercado	33
4.3 Mercado objetivo	34
4.4 Mercado objetivo desde diferentes puntos de vista B2C.	35
4.5 Propuesta de valor	39
5 PLAN DE MARKETING	40
5.1 Plan de marketing	41
5.2 Combinación de marketing	41
5.1.1 Producto	42
5.1.2 Precio	45
5.1.3 Plaza	46
5.1.4 Promoción	47
6 PLAN DE OPERACIONES	50
6.1 Operaciones de producción y costeo de producto	51
6.2 Planificación del personal	58
6.3 Operaciones de cadena de suministros y logística	60
6.3.1 Precio de Exportación	60
6.3.2 Logística internacional	61
6.3.3 Requisitos formales para exportar	63
6.3.4 Barreras arancelarias y no arancelarias	64
6.3.5 Cotizaciones (INCOTERMS)	66

6.3.6	Contratos, formas de pago, negociaciones	66
6.3.7	Envase/embalaje	68
6.3.8	Seguros	73
6.3.9	Actividades de desarrollo del mercado.....	73
6.3.10	Posibles distribuidores y/o intermediarios comerciales	74
6.4	Formación legal de la empresa.....	74
7	PLAN FINANCIERO	76
7.1	Plan de ventas	77
7.2	Inversiones	80
7.2.1	Capital de trabajo.....	81
7.2.2	Propiedad planta y equipo.....	81
7.2.3	Depreciación	82
7.3	Gastos Operativos	83
7.3.1	Resumen de gastos operativos	86
7.4	Estructura de financiamiento.....	87
7.4.1	Amortización de la deuda	88
7.4.2	Tasa de descuento.....	90
7.5	Flujo de caja.....	90
7.5.1	Punto de equilibrio	91
7.6	Evaluación financiera	92
8	BIBLIOGRAFÍAS	93
	Bibliografía	93
9	ANEXOS	98

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Análisis General de los Países.....	9
Tabla 2. PIB VS CONSUMO.....	9
Tabla 3. Productos Similares.....	13
Tabla 4. Principales Países Exportadores Hacia Estados Unidos.....	15
Tabla 5. Chain Ratio - Estados Unidos	17
Tabla 6. Cálculo del Mercado Potencial	17
Tabla 7. Competidores Estados Unidos	26
Tabla 8. 5 fuerzas de Porter.....	29
Tabla 9. Pestel	31
Tabla 10. Importaciones Estados Unidos.....	33
Tabla 11. Business to Consumer	38
Tabla 12. Business to Business	39
Tabla 13. Materiales y Equipos.....	55
Tabla 14. Costeo de Materiales y Equipos.....	58
Tabla 15. Estructura Organizacional.....	59
Tabla 16. Información Adicional - logística.....	60
Tabla 17. Requisitos-Barreras no Arancelarias.....	65
Tabla 18. Posibles Distribuidores.....	74
Tabla 19. Precio de Venta Mayorista Brasier con Prótesis	77
Tabla 20. Precio Venta Mayorista Brasier sin Prótesis	78
Tabla 21. Plan de Ventas.....	79
Tabla 22. Rubros de Inversión	80
Tabla 23. <i>Resumen Gastos Operativos</i>	87
Tabla 24. Estructura de Financiamiento.....	87
Tabla 25. Amortización.....	89
Tabla 28. Punto de Equilibrio.....	91

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. PIB VS CONSUMO	10
Figura 2. Market Screening.....	11
Figura 3. Estructura de un Brasier para Prótesis	14
Figura 4. Potencial de Exportación	16
Figura 5. Tendencia de Crecimiento 2018-2019, Comodidad del Consumidor.....	20
Figura 6. Estadísticas de Cáncer de Mama	32
Figura 7. Posibles Modelos	44
Figura 8. Imagen de Marca	48
Figura 9. Proceso de Producción.....	51
Figura 10. Recepción del Pedido	52
Figura 11. Área de Corte	52
Figura 12. Área de Confección	53
Figura 13. Acabados	53
Figura 14. Instalaciones	54
Figura 15. Organigrama de Personal.....	59
Figura 16. Liquidación de la Exportación.....	61
Figura 17. Distancia Quito- Guayaquil	62
Figura 18. Distancia Guayaquil-Miami Estados Unidos.....	62
Figura 19. Calculadora de Carga.....	63
Figura 20. Incoterm.....	66
Figura 21. Empaque Primario	69
Figura 22. Empaque Secundario	69
Figura 23. Etiqueta Externa Frontal	70
Figura 24. Etiqueta Externa Posterior	71
Figura 25. Etiqueta Adicional Externa.....	71
Figura 26. Etiquetas internas frontales.....	71
Figura 27. Etiquetas Internas Posterior	72
Figura 28. Embalaje	72
Figura 29. CTN	81
Figura 30. Propiedad, Planta y Equipo.....	82
Figura 31. Depreciación	83
Figura 32. Servicios Básicos.....	83
Figura 33. Mantenimiento	84
Figura 34. Uniformes	84
Figura 35. Arriendo.....	84
Figura 36. Publicidad	85
Figura 37. Nómina	85
Figura 38. Logística	85
Figura 39. Otros	86
Figura 40. Tasa de Descuento	90
Figura 41. Punto de Equilibrio-Año 1	91
Figura 42. Evaluación Financiera	92

1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

FemEssence es una empresa que busca mejorar el estilo de vida de las mujeres que se han sometido o están por someterse a una mastectomía, centrándose en la producción y exportación de brasieres de mastectomía, implementando prótesis de silicona, diseños innovadores y una variedad de colores.

El objetivo principal se enfoca en ofrecer brasieres diseñados específicamente para mujeres que se han visto sometidas a un proceso de mastectomía, brindando una variedad de diseños, elaborados especialmente para brindar soporte y comodidad a los tejidos sensibles de la zona afectada, con el fin de brindarles un sentimiento de seguridad y confianza en su cuerpo incrementando así su sentido de feminidad, brindándoles un producto que les permita sentirse seguras y cómodas en su día a día.

El concepto del negocio es ofrecer una solución de calidad y confort, basándose en la innovación y la calidad, utilizando materiales de alta calidad, es decir que le permita respirar a la piel, además de trabajar con tecnología de punta para la fabricación de los brasieres. En conjunto con prótesis de silicona adecuadas a la talla del consumidor, garantizando durabilidad.

Se espera que el negocio sea exitoso debido a la creciente demanda de productos especializados para mujeres que han pasado por una mastectomía, ya que de acuerdo con el análisis que se ha realizado en este trabajo, se tiene conocimiento que anualmente el cáncer de mama incrementa significativamente, así como a la falta de opciones de calidad y diseño en el mercado actual. Además, se ha realizado una investigación exhaustiva sobre la industria y la competencia, lo que permitirá al negocio diferenciarse y destacar en el mercado.

2 ANTECEDENTES DE LA INDUSTRIA

En este apartado se analizaron diferentes factores de tres países para conocer cuál es el mejor mercado para ingresar el producto el cual está representado con la partida arancelaria 90.21.39 que hace referencia a: partes artificiales del cuerpo (excluyendo dientes y piezas dentales y articulaciones artificiales). Estos tres países tienen un monto importado de \$15.040.465,00 millones de dólares (TRADEMAP, 2023).

Esta partida arancelaria cuenta con diferentes competidores en la industria, donde ya existen productos que se destacan en diferentes países que manejan fuertes marcas, las misas tiene valores significativos en las exportaciones, lo que permitió tener información sobre materiales que se utiliza, precio que se maneja, obstáculos que se pueden presentar, el crecimiento del sector, entre otros.

2.1 Comparativo de países

De acuerdo con la partida arancelaria 90.21.39 que hace referencia a: Partes artificiales del cuerpo (excluyendo dientes y piezas dentales y articulaciones artificiales). Se encuentran como principales importadores a Estados Unidos, México y Alemania, los mismos representan un total de \$15.040.465,00 millones de dólares, representadas por 20.489.546 unidades (TRADEMAP, 2023).

Se realizó una investigación de diferentes factores como lo podemos observar en la Tabla 1, en la cual se hace referencia al crecimiento del PIB, población, cáncer de mama, entre otros, los mismos permiten tener un mayor conocimiento de cifras y como cada una de ella refleja un valor significativo en el análisis (Banco Mundial, 2022).

Tabla 1. Análisis General de los Países

PAÍSES			
Datos Generales	Estados Unidos	México	Alemania
Población	332.314.000	126,014,024	83.794.000
Porcentaje cáncer de mama	30%	15,3%	2,69%
Mujeres que se realizan una reconstrucción mamaria	80%	8,8%	16%
Moneda	Dólares USA	Pesos	Euros
Tasa de alfabetización	99%	95,38%	99%
Esperanza de vida	77	74	81
PIB (Millones de US\$)	23.315.080,56	1.272.839,33	4.259.934,91
PIB per cápita (PPP)	70.248,60	10.045,68	51.203,60
Deuda Externa (millones de US\$)	29.476.402	792.300	2.925.238
Deuda Bruta (% del PIB)	126,40%	56,03%	20,90%
Crecimiento de población (tasa anual)	0,1	1	0
Estructura por edades	0-14 años- 18,24% 15-64 años- 65,08% >64 años- 16,68%	0-14 años- 24,95% 15-64 años- 66,91% >64 años- 8,13%	0-14 años- 13,80% 15-64 años- 64,22% >64 años- 21,97%
Estructura de género (varones por mujeres)	50%	52%	49%
Población Urbana	83%	79%	78%

Autor: Elaboración propia

Fuente: (Banco Mundial, 2022) (Cir. plást. iberolatinoam.-Vol. 45 - N° 4, 2019) (SCIELO, 2021) (BREASTCANCER.ORG, 2023)

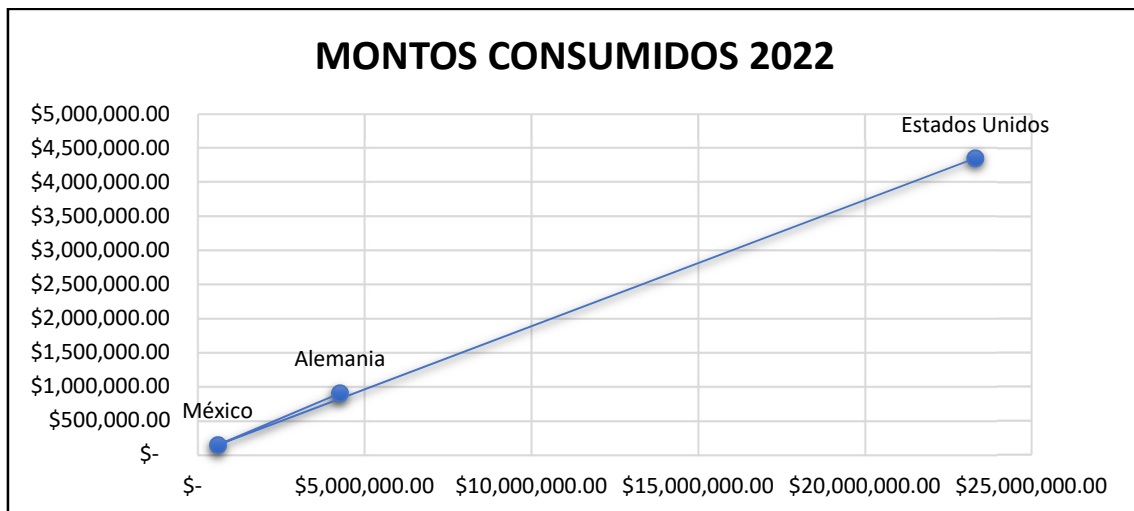
Con los datos ya proporcionados en la tabla 1 se realizó un análisis entre el PIB de cada uno de los países y el consumo que tienen en el año 2022, de acuerdo con la partida arancelaria 20.91.39, en el mismo se puede observar en la tabla 2, que el país que tiene un mayor consumo es Estados Unidos, seguido de Alemania y por último se encuentra México.

Tabla 2. PIB VS CONSUMO

PAÍS	PIB	MONTOS CONSUMIDOS 2022
ESTADOS UNIDOS	\$ 23.315.080,56	\$ 4.353.958,00
MÉXICO	\$ 594.104,18	\$ 142.932,00
ALEMANIA	\$ 4.259.934,91	\$ 903.075,00

Autor: Elaboración propia

Fuente: (Banco Mundial, 2022) (TRADEMAP, 2023)

Figura 1. PIB VS CONSUMO

Autor: Elaboración propia

Con la información de la tabla 1 y 2, se realizó un market screening con 8 factores importantes los cuales tiene un peso más fuerte para este proyecto, con lo cual se llegó a la conclusión que el mejor mercado para ingresar con la partida 90.21.39 es Estados Unidos, estos fueron medidos con la herramienta Likert, proporcionando valores mínimos y máximos, obteniendo una ponderación de 45,51 siendo esta la más alta a comparación de México que obtuvo una ponderación de 32,38 y Alemania obtuvo una ponderación de 12,08.

Figura 2. Market Screning

							ZONA GEOGRÁFICA / CONTINENTE: EUROPEO - AMERICANO								
		ANÁLISIS	UNIDAD	PESO	LIKERT: PUNTAJE MÍNIMO EQUIVALE NTE A 1	LIKERT: PUNTAJE MÁXIMO EQUIVALENTE A 10	PAÍS 1: ESTADOS UNIDOS			PAÍS 2: ALEMANIA			PAÍS 3: MEXICO		
	INDICADOR						RANKING	LIKERT	PONDERACIÓN PESO * LIKERT	RANKING	LIKERT	PONDERACIÓN PESO * LIKERT	RANKING	LIKERT	PONDERACIÓN PESO * LIKERT
1	Cantidad importada	2022	Montones	6,00%	1,00	171.000.000,00	170.186.522,00	9,952	0,597145691	16.965.000,000	0,99210526	0,059526316	0,00	0	0
2	mundiales	2022	Porcentaje	6,00%	1	21	20,9	9,952	0,597142057	6	2,05714206	0,171420571	0,8	0,380952301	0,022057143
3	Facilidad para hacer negocios	2020	V.A	5,00%	190	1	84,8	848,000	42,4	22	220	11	60	600	30
4	Total de población	2022	Miles	8,00%	11,2	333.000.000,00	332.314.000,00	9,979	0,798351952	83.794.000,00	2,51633634	0,201306907	126.014.024,00	3,784204925	0,302736394
5	PIB per cápita (PPA)	2022	\$	9,00%	221,5	71.000,00	70.248,60	9,894	0,890475211	51.203,60	7,21177465	0,649059718	10,045,68	1,414884507	0,127339606
6	importado	2022	%	10,00%	-5	5	-2%	-0,040	-0,004	-5%	-0,1	-0,01	5%	0,1	0,01
7	Casos de cancer de mama	2021-2022	%	23,00%	1	30	30%	0,100	0,023	2,69%	0,00896667	0,002062333	15,30%	0,051	0,01173
8	Cuántas mujeres se realizan una reconstrucción mamaria	2019-2023	%	14,00%	8	80	80%	0,100	0,014	16,00%	0,02	0,0028	2,89%	0,0036125	0,00050575
9	Crecimiento de la población	2022	%	19,00%	0	1	0,1	1,000	0,19	0	0	0	1	10	1,9
TOTAL				100%					45,51			12,08			32,38

Autor: Elaboración propia

Fuente: (Banco Mundial, 2022)

2.2 Productos y servicios existentes

La industria de lencería especializada está diseñada para acomodar prótesis de mama externa y proporcionar una cobertura adecuada, lo que ayuda a proporcionar un soporte adecuado y cómodo. Los brasieres de mastectomía pueden mejorar la calidad de vida de las mujeres que se han sometido a este tipo de cirugías, al ofrecer una mayor comodidad y confianza, el mismo puede prevenir el dolor y lesiones después de haberse sometido a una mastectomía (Irvine).

En la tabla 3 se pueden observar diferentes empresas que se enfocan en brindar a su consumidor comodidad y seguridad, los mismos manejan este tipo de productos que cuentan con un bolsillo interno que les permite insertar la prótesis. Los materiales que se utilizan son el bambú, microfibras, algodón y mezcla de algodón con tejidos sintéticos, las mismas son suaves y la parte interna aún más para asegurar la comodidad (divina ONCO BEAUTY, 2022).

Tabla 3. Productos Similares

PRODUCTO	IMAGEN	PRECIO VP	PAÍS	EMPRESA
Bralette multiusos sexy siempre en encaje ideal para prótesis de mastectomía		Desde \$31,50 Incluido IVA	Colombia	LEONISA
Brastop ultra confort multiusos y de mastectomía		Desde \$32,75 Incluido IVA	Colombia	LEONISA
Brasier de textura lisa para mastectomía		Desde \$45,90 Incluido IVA	Estados Unidos	VICTORIA'S SECRET
Brasier con Marco en M 118		Hasta \$47,12 Incluido IVA	Colombia	LIVIT AMANDA GONZALES

Autor: Elaboración propia

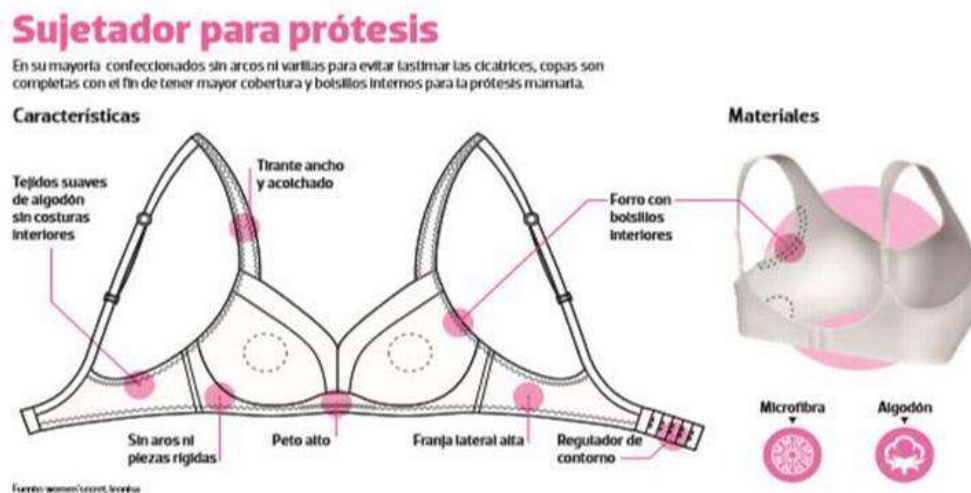
Fuente: (Victoria's Secret, 2023) (LEONISA, 2023) (Livit, 2023)

Los productos cuentan con una fecha de producción y caducidad, si no se encuentra fecha de caducidad en estos productos la durabilidad de estos va de 2 a 3 años, estos deben guardarse en un lugar fresco y seco, con el fin de optimizar su durabilidad (Victoria's Secret, 2023).

La inclusión en la lencería no se circunscribe a la creación de un producto para mujeres con un solo seno, pues también trabaja piezas para diferentes anatomías, desde bralettes, brasieres, panties y negligés, estos hacen la sensualidad más accesible para las mujeres con todo tipo de cuerpos (Indigo, 2020).

La figura 3 se puede visualizar la estructura que se maneja para la elaboración de un brasier de mastectomía, esto es un ejemplo de lo que la industria utiliza y como esta ha ido cambiando y adaptándose de acuerdo con la empresa, la misma ha sido de gran interés para el público en general.

Figura 3. Estructura de un Brasier para Prótesis



Fuente: (El sol de Mexico, 2023)

En conclusión, los brasieres de mastectomía se han ido adecuando a las necesidades del consumidor, cada diseño y estructura que se ha manejado se ha ido mejorando para brindar mejores diseños y un mejor soporte al consumidor final.

2.3 Tamaño y forma del sector

El cáncer de mama en América Latina y el Caribe indicó que las mujeres afectadas por esta enfermedad antes de los 50 años representan un 32%, es mucho mayor que en América del Norte con un 19%, lo cual ha tenido una disminución del 40% en la mortalidad (Organización Panamericana de la Salud, 2023).

En la tabla 4 se muestra el valor total exportado en el año 2022 hacia Estados Unidos, respecto a la partida arancelaria 90.21.39, donde se observa que los países que encabezan son España, Colombia y Alemania, en la misma se mencionan algunas de las empresas que se han hecho notar en el mundo. Lo que busca cada una de las empresas es brindar comodidad y seguridad, manejando metodologías y diseños distintos.

Tabla 4. Principales Países Exportadores Hacia Estados Unidos

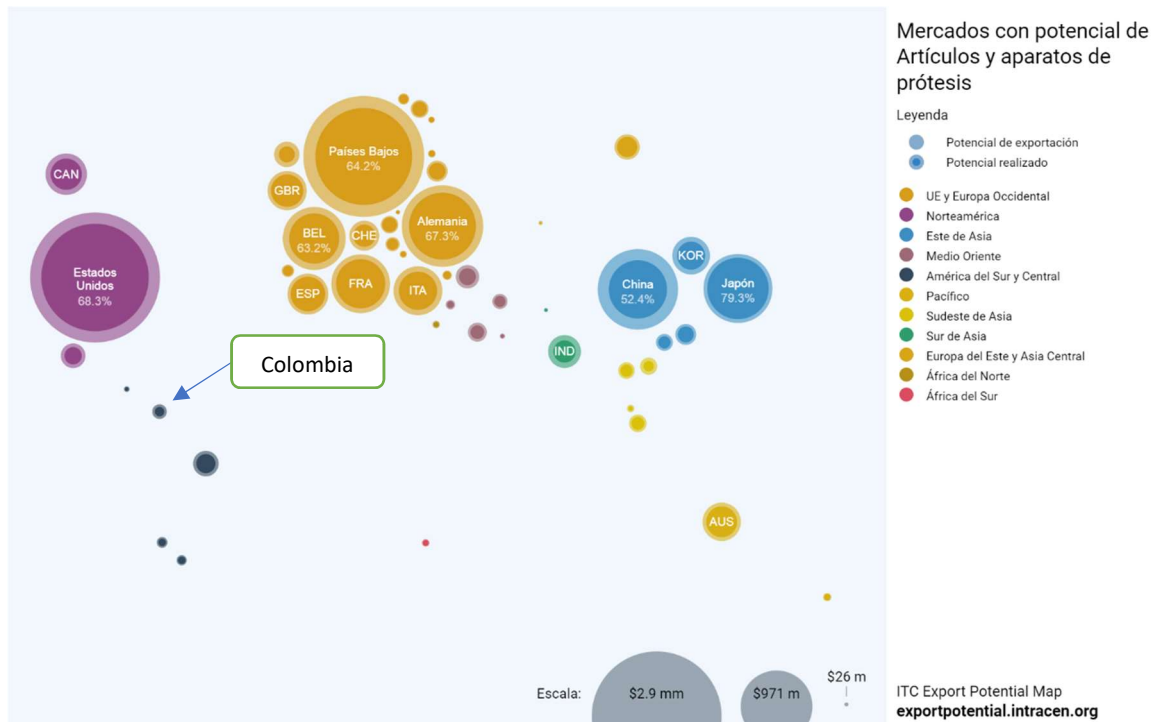
PAÍS	VALOR EXPORTADO	CANTIDAD	MARCAS
España	\$491,219 millones de dólares	108 mil unidades	Amoena Anaissa
Colombia	\$3 780 millones de dólares	2 mil unidades	Naturtex Leonisa
Alemania	\$4,324,685 millones de dólares	112.562 unidades	Royce Lingerie Amoena

Autor: Elaboración Propia

Fuente: (TRADEMAP, 2023)

Se puede corroborar la tabla 4 con la figura 4, el mismo nos muestra los potenciales países de exportación donde se indica que Alemania, España y Colombia sí tiene participación con la partida arancelaria 90.21.39 en Estados Unidos, teniendo diferentes porcentajes en las exportaciones reales.

Figura 4. Potencial de Exportación



Autor: Export Potential Map

Fuente: (Export Potential Map, 2023)

Es importante destacar que el Ecuador cuenta con marcas que comercializan brasières postoperatorios y brasières para insertar la prótesis mamaria. Sin embargo, en el Ecuador no existe una empresa que fabrique y exporte este producto, de tal manera que debe realizar importaciones, las mismas representan \$47.170 miles de dólares (TRADEMAP, 2023).

Para tener una noción de nuestro tamaño del mercado en la Tabla 5 se realizó un cálculo con los factores que son de mayor interés para este estudio, dándonos una noción de los posibles consumidores, es importante mencionar que los factores que han sido mencionados ya se encuentran en tablas anteriores.

Tabla 5.Chain Ratio - Estados Unidos

TOTAL, POBLACIÓN	332.314.000	Miles	
Porcentaje de mujeres		167.685.644	50,46%
Porcentaje de personas que tienen un empleo remunerado		112.349.382	67%
Porcentaje personas entre 35 y 60 años		73.116.978	65,08%
Porcentaje de mujeres que tienen cáncer de mama		21.935.093	30%
Porcentaje de mujeres que tienen cáncer de mama en Florida		4.189.603	19,1%
Porcentaje de mujeres que se realizan una mastectomía		473.425	11,3%
	TOTAL	473.425	PERSONAS

Autor: Elaboración propia

Fuente: (Banco Mundial, 2022) (Kotler, 2016)

Es importante tener en cuenta que la rentabilidad en el sector de la lencería especializada es un nicho de mercado específico y la cantidad de clientes potenciales puede ser limitada en comparación con otros tipos de lencería. Sin embargo, el segmento de mercado son mujeres que han pasado por una mastectomía, la misma es una población en crecimiento.

En conclusión, la tabla 5 que se ha elaborado para calcular la demanda potencial total resulta ser un elemento esencial. Gracias a este análisis exhaustivo, se logró obtener una visión clara y precisa de las proyecciones de demanda para nuestro producto en el mercado. Estos datos nos permiten tomar decisiones informadas y estratégicas en cuanto a la planificación de la producción, la implementación de estrategias de marketing y la asignación de recursos.

Tabla 6. Cálculo del Mercado Potencial

CONSUMIDOR	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL \$	TOTAL, EN UNIDADES
473.425	2	\$ 200,00	\$ 189.370.000	946.850,00

Autor: Elaboración propia

Fuente: (Kotler, 2016)

El total de mercado potencial en dólares es \$189.370.000, siendo el equivalente en brasieres un total de 946.850,00 unidades. La capacidad máxima de producción anual de la planta es de 4.608,00 unidades, lo que se espera incrementar.

De acuerdo con la tabla 14 donde se hacen referencia a los costos, se estimó el precio del producto al consumidor final, la cantidad de compra se la estimó de esa manera para que las mujeres puedan usarlas en diferentes prendas, teniendo dos tallas a su disposición.

2.4 Tendencias importantes que surgen en el sector

La industria de ropa interior es un mercado muy especial, ya que forma parte de la intimidad femenina, ya que tiene contacto con la piel, volviéndose un producto representativo. Las tendencias de la ropa interior han tenido cambios significativos a través del tiempo, marcando épocas de evolución (Mosquera, 2019).

Las grandes tiendas cuentan con varias marcas y una variedad de prendas, brindando más opciones a los consumidores. Las mismas ofrecen otras prendas para cumplir con los requisitos del consumidor, también ha aumentado la importancia de los minoristas organizados que ofrecen ropa interior de marca. Varias marcas han aprovechado los avances tecnológicos para brindar una experiencia de compra incomparable con inteligencia artificial, brindando experiencias personalizadas a los consumidores. Asia-Pacífico se ha convertido en el mercado de lencería más grande debido a que los diseñadores han incluido diferentes telas, bordados y encajes, además se ha adaptado con variantes como veganas e inclusivas (MORDOR INTELLIGENCE, 2023).

En la industria en general de ropa interior, han surgido diferentes tendencias, las mujeres están dejando de utilizar brasieres con varillas ya que genera una incomodidad,

existen tres razones por las cuales se ha empezado a dejar de utilizar este producto (Escotto, 2020).

- **Pechos fortalecidos:** el investigador francés determinó que las mujeres que durante un buen tiempo no usaron brasieres recuperaron la fortaleza de sus senos.
- **Genera masa muscular en la zona:** Los especialistas franceses descubrieron que al no utilizar sostén durante un buen tiempo como en el punto anterior, los músculos de la zona comenzaban a volverse más fuertes, al no tener que depender de un soporte artificial. Los resultados del estudio que se realizó a mujeres de 18 a 35 años, fue que el pezón subió un promedio de siete milímetros en un año de no usar brasier.
- **Ahorrar dinero:** Los brasieres de calidad son caros, si se llega a reemplazar por uno de menos calidad a la larga se terminará comprando más y el gasto será el mismo.

En la moda actual, las personas buscan comodidad en las prendas que utilizan incluyendo brasieres y ropa interior. La preferencia varía según los gustos y necesidades individuales de cada mujer. Tras la pandemia de Covid-19, la experiencia de disfrutar del confort en el hogar se ha convertido en una tendencia destacada ya que se buscan prendas que ofrezcan comodidad y funcionalidad.

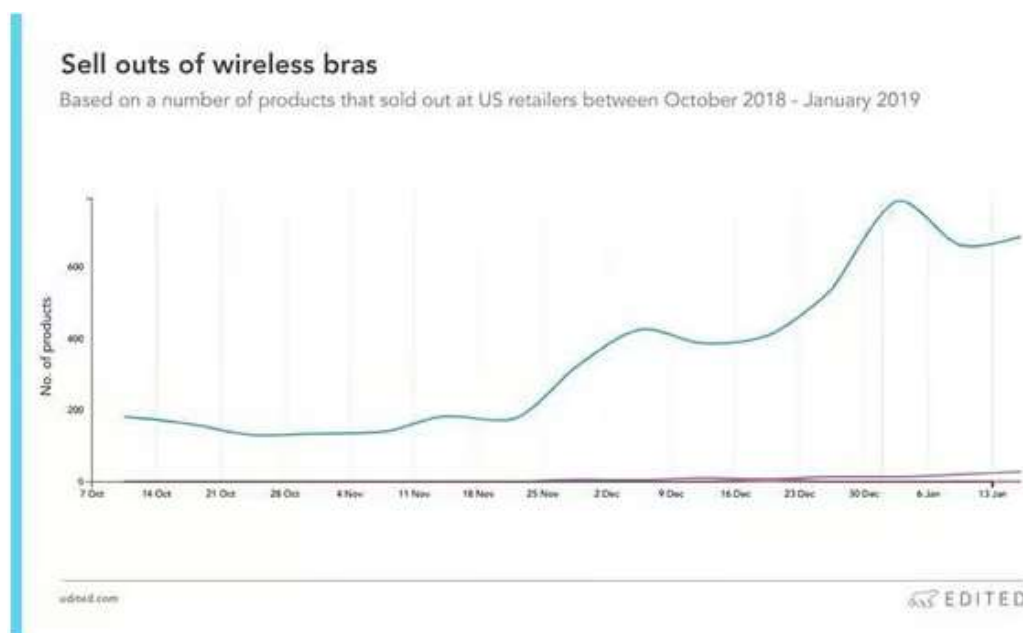
Los colores que más se utilizan es el azul grisoso, el mismo es considerado un color de moda ya que es un tono divertido y juvenil, pero a la vez sobrio y elegante. Pero no hay que dejar de lado a los tonos de línea como son el blanco, negro, piel, además de tonos rosados, vinos y azules (DIANE & GEORDI, 2022).

Al igual que la sostenibilidad las tallas inclusivas son fundamentales, diferentes marcas se destacan por crear prendas adaptadas a toda clase de formas o tamaños de cuerpos femeninos. Las prendas conocidas como tallas grandes experimentaron un aumento en las ventas en un 6% en el año 2018. No solo se trata de ofrecer tallas grandes, sino que a su vez una variedad de tonos y diseños (Turk, 2019).

El empoderamiento femenino, es un punto importante ya que los consumidores empiezan a rechazar marcas reconocidas en beneficio de las recién llegadas, ya que buscan marcas que tengan políticas de ayuda a mujeres en países en vías de desarrollo, de igual manera marcas que proporcionen una imagen natural en los cuerpos femeninos.

Es importante mencionar que más marcas observan cómo las mujeres buscan comodidad, y ya no tanto una imagen de atractivo sensual. Esto ha tenido un crecimiento significativo ya que los brasieres con contornos cómodos subieron un 14%, comparado con los brasieres menos cómodos conocidos como brasieres push-up, su crecimiento fue menos del 10% (Turk, 2019).

Figura 5. *Tendencia de Crecimiento 2018-2019, Comodidad del Consumidor*



Fuente: (Turk, 2019)

Se ha explorado aspectos fundamentales en el ámbito de la moda y la industria textil, centrándonos en el empoderamiento, tallas inclusivas, colores, comodidad, diseño que son una parte fundamental al momento de hablar de tendencias. Se ha comprendido que la moda no se trata simplemente de prendas de vestir, sino de un medio a través del cual las personas expresan su individualidad, su identidad y su poder. La inclusividad en las tallas y la promoción de la diversidad de cuerpos son pilares clave en la búsqueda de una industria más justa y equitativa.

2.5 Posibles obstáculos de entrada en este sector

De acuerdo con la partida arancelaria **90.21.39** el cual hace referencia a: Partes artificiales del cuerpo (excluyendo dientes y piezas dentales y articulaciones artificiales).

Se establece esa partida arancelaria ya que se consideran artículos que llevan personas para compensar un defecto o incapacidad. Los brasieres con prótesis para uso post-mastectomía, al tener características de un aparato ortopédico para corregir deformidades corporales entran en esta partida, tomando en cuenta que el arancel que maneja es 0% (BTC, 2022).

Los obstáculos de entrada son barreras o dificultades que impiden o dificultan la entrada de nuevos participantes en un mercado específico. Estos obstáculos pueden variar según la industria, además, pueden tener un impacto significativo en el éxito o fracaso de las empresas. En esta ocasión, me centraré en explorar y establecer los obstáculos de entrada en la industria. A través de este análisis, se comprenderán de mejor manera los desafíos y las oportunidades a la que nos enfrentaremos.

OBSTÁCULOS COMERCIALES. –

- **Cultura:**

Se hace referencia a la cultura como un obstáculo de entrada ya que la mayoría de las personas no tienen conocimiento de la existencia de este tipo de prendas, ni para quienes están hechas, además de no conocer donde se pueden adquirir.

- **Barreras no arancelarias:**

Requerimiento de etiquetado del país de origen (CBP): en la actualidad, la fabricación de bienes se lleva a cabo en varios países utilizando tanto materiales nacionales como extranjeros, lo que dificulta la determinación precisa del país de origen. El Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) establece la necesidad de que Canadá, México y Estados Unidos establecen reglas específicas para definir el "país de origen" de un producto. En el caso de Estados Unidos, el estatuto de mercado conocido como Sección 304 de la Ley de Aranceles de 1930, enmendada (19 USC 1304), establece que, a menos que exista una exención específica, cualquier artículo importado a Estados Unidos que sea de origen extranjero (o su contenedor) debe llevar una marca indicando su país de origen (FEDERAL TRADE COMMISSION, 2023).

Etiquetado y envasado de los bienes de consumo (FCT): Es una ley regulada en 1967, la cual especifica que los productos de consumo se etiqueten para revelar el contenido neto, identidad del producto, nombre y lugar del negocio del fabricante, empaquetador o distribuidor del producto. Con el fin de evitar el engaño al consumidor (FEDERAL TRADE COMMISSION, 2023).

- **Subestimar las exigencias del éxito del mercado en los EE. UU:**

El tiempo desde que la mercadería ingresa al mercado hasta obtener ingresos, se demora entre 15 a 18 meses. De tal manera que las empresas deben estar preparadas para el tiempo y las inversiones financieras hasta 18 meses, antes de conseguir un flujo de ingresos (comerciendo global, 2020).

- **Sellos fiscales como requisito esencial para el paso de mercancías a EE. UU:**

La seguridad de las mercancías durante el transporte, tanto por tierra como por mar, es aconsejable emplear sellos fiscales, ya que son los más apropiados para superar sin problemas los controles en la frontera. Son recomendados ya que indican la numeración, además de ser emitidos por el Servicio de Administración Tributaria (SAT) (LARRABEZUA, 2020).

- **Regulaciones de la FDA - Food and Drug Administration:**

Es la agencia responsable de regular y supervisar la seguridad y efectividad de alimentos, medicamentos, dispositivos médicos, productos biológicos y productos de tabaco, incluyendo ciertos productos textiles y dispositivos relacionados con la salud.

Estos son algunos puntos que son relevantes:

- Clasificación de producto médico.
- Etiquetado del dispositivo médico.
- Evaluación de seguridad y eficacia.

- **Reglas de etiquetado y contenido:**

El etiquetado de productos está regulado por diversas agencias gubernamentales, dependiendo del tipo de producto. Para sujetadores de mastectomía y productos textiles en general, las principales regulaciones se encuentran bajo la jurisdicción de la Comisión Federal de Comercio (FTC) y, en algunos casos, la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA).

Estas son algunas reglas que se deben de cumplir:

- Nombre del producto
- Composición de materiales
- País de origen
- Instrucciones de cuidado
- Tamaño y medidas (tallas)
- Información del fabricante
- Etiqueta de advertencia
- Instrucciones de uso
- Idioma
- Información de la FDA

Es importante tener en cuenta el etiquetado y las regulaciones, ya que pueden ser complejos y las normativas pueden cambiar o variar según el tipo de producto. La FTC y la FDA proporcionan información en los sitios web para cumplir con los requisitos (SBA, 2023).

3 ANÁLISIS COMPETITIVO

En este apartado se explican los principales países que exportan a Estado Unidos, donde se analizan montos y marcar fuertes que sobresalen en cada uno de los países, convirtiéndose en nuestros principales competidores, además de entender cómo el negocio marca la diferencia a comparación con los que ya se encuentran posicionados en la industria, entendiendo las amenazas que se presentan.

3.1 Competidores

Estas son algunas de las marcas que se enfocan en la venta de brasieres de mastectomía, las mismas brindan asesoría a sus clientes, además de un producto que brinda seguridad y comodidad, se debe entender que es un mercado competitivo ya que se encuentran en celebraciones de acuerdos o la adquisición de empresas nacionales, lo que ha intensificado la rivalidad. La competencia ha aprovechado la inteligencia artificial para ofrecer servicios personalizados mediante la comodidad de los hogares de los consumidores (MORDOR INTELLIGENCE, 2023).

Es importante resaltar algunas de las características de un Brasier de Mastectomía: Es una prenda que brinda comodidad, la parte de la axila sigue siendo más alta ya que protege la zona de la cicatriz, el escote es un poco más subido para proteger la zona de la cicatriz y para que la prótesis se adapte, los tirantes son más anchos, la banda debajo de pecho es un poco ancha ya que ayuda a que la prótesis esté siempre en su sitio y no llevan aros y los que sí cuentan con ellos son más abiertos con menos formas de U para que se adapte a la prótesis externa (divina ONCO BEAUTY, 2022).

La tabla 7 explica más a profundidad a los competidores que se tendrá en Estados Unidos, tanto en diseño, precio y calidad, los mismos son productores y exportadores, tomando en cuenta que los brasieres no cuentan con una prótesis de silicona, estas marcas manejan una prótesis de esponja.

De acuerdo con la tabla 4 explicada anteriormente, España, Colombia y Alemania, manejan esta industria en un porcentaje significativo, convirtiéndose en mis competidores, ya que tienen un mejor conocimiento del mercado, además de estar en constante innovación.

Tabla 7. Competidores Estados Unidos

PRODUCTO	IMAGEN	PRECIO VP	EMPRESA
Sujetador sin aros con cierre frontal Sarah		Hasta \$62,95	AMOENA
LUCIA - Sujetador confort sin aros		Hasta \$60,94	ANITA
Forma de mama de silicona Jewel-Plus® - Estilo 99		Desde \$285,00	JODEE
Sujetador de camisola moldeado sin costuras		Desde \$49,99	JODEE

Autor: Elaboración propia

Fuente: (amoena, 2023) (Anita, 2023) (Jodee, 2023)

Estados Unidos cuenta con marcas líderes en el mercado, las mismas ofrecen diferentes opciones manejando una estructura ya establecida, estas manejan productos que se adaptan a las necesidades físicas y emocionales de la mujer, las características que poseen estos productos son materias especializadas y prótesis de mama integradas (esponja).

3.2 Diferencie su negocio de otros

La mastectomía, es una cirugía para extirpar total o parcialmente una o ambas mamas, después de someterse a este procedimiento, las mujeres experimentan cambios físicos y emocionales. La pérdida de una o ambas mamas puede generar inseguridad en la imagen corporal y afectar en el bienestar emocional y la confianza. Con ese contexto los brasieres de mastectomía adquieren una importancia crucial, los mismos están diseñados de acuerdo con las necesidades del consumidor, proporcionando un soporte adecuado y una forma natural para compensar la falta del tejido mamario, permitiendo que las mujeres se sientan seguras y cómodas. Las mujeres al buscar un brasier de mastectomía se centran en opciones que les brindan un ajuste preciso, forma y tamaño de la mama (prótesis externa), telas suaves y delicadas, diseños elegantes y una variedad en los colores.

En un mundo lleno de opciones, es esencial diferenciarse para sobresalir en el mercado. A medida que se analizaron diferentes características únicas, donde llegamos a una propuesta diferente, se llegó a la conclusión que de acuerdo con los siguientes puntos se destaca, brindando experiencia excepcional y una solución innovadora para satisfacer las necesidades del consumidor, tomando en cuenta las tendencias que se puedan presentar.

- **Innovación:** Se busca constantemente mejorar la calidad de vida y la confianza de las mujeres que se han sometido a este tipo de procedimientos, las prendas que se ofrecen cuentan con ajustes adecuados, trabajando con telas suaves, distribución equilibrada del peso para disminuir la tensión en el área de la cicatriz y correas ajustables. Además de manejar telas transpirables y de secado rápido esto evita las irritaciones en la piel, y bolsillos en la parte inferior para insertar la prótesis externa.

- **Tipo de prótesis:** La tecnología ha permitido avances significativos para mejorar la calidad de vida, se ofrece prótesis de silicona ya que la misma puede durar más tiempo que una prótesis de esponja, siguiendo instrucciones de cuidado y limpieza, las misma se las puede limpiar y lavar con jabones neutros, tomando en cuenta que estos no dañan la silicona.
- **Valor añadido:** Se busca ofrecer una variedad de modelos, saliendo de lo cotidiano, que permita al consumidor utilizar prendas de su preferencia, además de materiales que al tener contacto con la piel no presenten incomodidad ni sudoración. De igual manera queremos brindar al consumidor un acompañamiento donde se brinde un servicio de “reconstrucción de la prenda” esto quiere decir que, el consumidor deja su brasier en el establecimiento más cercano y nosotros nos encargamos de realizar el respectivo mantenimiento, sin un costo adicional.
- **Responsabilidad social:** Se busca realizar campañas de difusión de información sobre el cáncer de mama, como prevenir y qué medidas tomar en caso de pasar por una mastectomía. De igual manera asociarnos con fundaciones para realizar donaciones, para que mujeres de bajos recursos puedan adquirir un brasier que se ajuste a sus necesidades.

Estos son algunos de los diferenciadores, pero la clave para el éxito es escuchar las necesidades de las mujeres que los utilizan, trabajando de la mano con especialistas en el tema, además de estar abiertos a nuevas ideas de mejora. FemEssence busca brindar una variedad de diseños y colores, que les permita tener a las mujeres varias opciones según su preferencia.

Tabla 8. Análisis 5 fuerzas de Porter de la Empresa

PORTER	AMENAZAS	RANGO
Rivalidad con la competencia	Competidores bien establecidos y con amplia experiencia en la industria pueden tratar de ganar participación de mercado.	Alto
	Competidores más grandes pueden tener la capacidad de reducir precios y afectar la rentabilidad de la empresa.	Medio alto
	La competencia en precios puede limitar la capacidad para diferenciarse y mantener márgenes de ganancia.	Medio bajo
	La lucha por la innovación y nuevas características puede ser intensa, lo que requerirá estar constantemente a la vanguardia.	Medio bajo
Amenaza de entrada de nuevos competidores	Nuevas empresas pueden entrar al mercado con productos innovadores y disruptivos.	Alto
	Si las barreras de entrada son bajas, es posible que surjan numerosos competidores, lo que aumentaría la competencia.	Bajo
	Nuevas empresas pueden aprovechar las tecnologías avanzadas para competir de manera más eficiente.	Medio alto
Poder de negociación de los clientes	Los compradores pueden tener acceso a una amplia variedad de opciones de sujetadores de mastectomía, lo que les da más poder para buscar precios competitivos.	Medio alto
	Los compradores pueden presionar para obtener descuentos o mejores condiciones, lo que afectaría los márgenes de la empresa.	Medio bajo
Poder de negociación de los proveedores	Si los proveedores tienen un dominio significativo en la industria, pueden aumentar los precios o reducir la calidad de los suministros, afectando a la empresa.	Alto
	Escasez de proveedores especializados en componentes para sujetadores de mastectomía puede limitar las opciones y aumentar los costos de adquisición.	Alto
Amenaza de productos sustitutos	Otras prendas de ropa interior o sujetadores médicos pueden ser considerados como sustitutos por algunos clientes.	Bajo
	Avances en tecnología médica podrían ofrecer soluciones alternativas para el soporte post-mastectomía.	Medio alto
	Si existen tratamientos médicos o quirúrgicos alternativos para la reconstrucción mamaria, podría disminuir la demanda de sujetadores de mastectomía.	Alto

Autor: Elaboración propia

3.3 Amenazas que presenta la competencia

La industria de la lencería especializada es un campo que busca constantemente mejorar la calidad de vida y la confianza de las mujeres, de tal manera que la competencia presenta ciertas amenazas como:

- **Precios competitivos:** Se manejan con precios más bajos o altos cuando ofrecen productos similares, de tal manera que los consumidores suelen buscar la

mejor relación entre calidad-precio, de tal manera que se evalúan diferentes estrategias para mantener la competitividad sin comprometer la calidad.

- **Marketing y estrategias de promoción:** Realizan estrategias de promoción, con una inversión significativa, lo que les brinda una mayor visibilidad atrayendo a una parte significativa de los consumidores. Aquí se toman en cuenta descuentos, ofertas y campañas agresivas.
- **Distribución y alcances geográficos:** Cuentan con una distribución más amplia o presencia geográfica más sólida les brinda una ventaja al llegar al consumidor donde se encuentre mi negocio, limitando el crecimiento y la expansión.
- **Cambios en la tendencia del mercado:** Si logran adaptarse rápidamente a tendencias y preferencias les brinda una ventaja sobre mi negocio, es importante estar atento a las necesidades del consumidor para mantener relevancia en el mercado.
- **Surgimiento de productos sustitutos:** Mientras existan más productos sustitutos, la posibilidad de fijar un precio y mantener un margen de ganancia es nula o muy baja, en este punto la ganancia tiende a bajar (Quiroa, 2020).
- **Reconocimiento de marca:** Si la marca ya se encuentra establecida, puede ser difícil llegar a competir en términos de confianza y lealtad.

A través de la comprensión de estos factores, se busca identificar oportunidades, desafíos y tendencias emergentes que pueden impactar en el desarrollo y crecimiento sostenible de este mercado en el ámbito nacional e internacional. A continuación, se presenta una tabla PESTEL que examina detalladamente cada una de estas dimensiones y su posible influencia en la producción y exportación de sujetadores de mastectomía.

Tabla 9. Análisis PESTel Amenazas

PESTEL	INDICADOR	DESCRIPCIÓN
Política	Ventaja en regulaciones	Relaciones con autoridades gubernamentales en países de destino, lo que le ha permitido obtener permisos y licencias de exportación de manera ágil y eficiente.
Económica	Costos de producción eficientes	Inversión en tecnología avanzada y procesos de producción optimizados, lo que le permite fabricar sujetadores de mastectomía de alta calidad a precios competitivos en comparación con la competencia.
Social	Conciencia de marca	Desarrollo de una marca reconocida y confiable, respaldada por su compromiso con la calidad de sus productos y su dedicación a apoyar a las mujeres que han pasado por una mastectomía.
Tecnológica	Innovación en diseño	Desarrollo de nuevos diseños y características para sus sujetadores de mastectomía. Estas innovaciones mejoran la comodidad y la funcionalidad, brindando una ventaja única sobre la competencia.
Ambiental	Sostenibilidad	Adoptar prácticas sostenibles en su proceso de empaque, utilizando materiales reciclables y reduciendo su huella de carbono. Esto resuena con los valores de los consumidores que buscan marcas comprometidas con el cuidado del medio ambiente.
Legal	Cumplimiento normativo	Se adhiere estrictamente a todas las leyes y regulaciones locales e internacionales relacionadas con la producción y exportación de productos médicos, lo que garantiza su legitimidad y credibilidad en el mercado.

Autor: Elaboración propia

4 ANÁLISIS DEL MERCADO

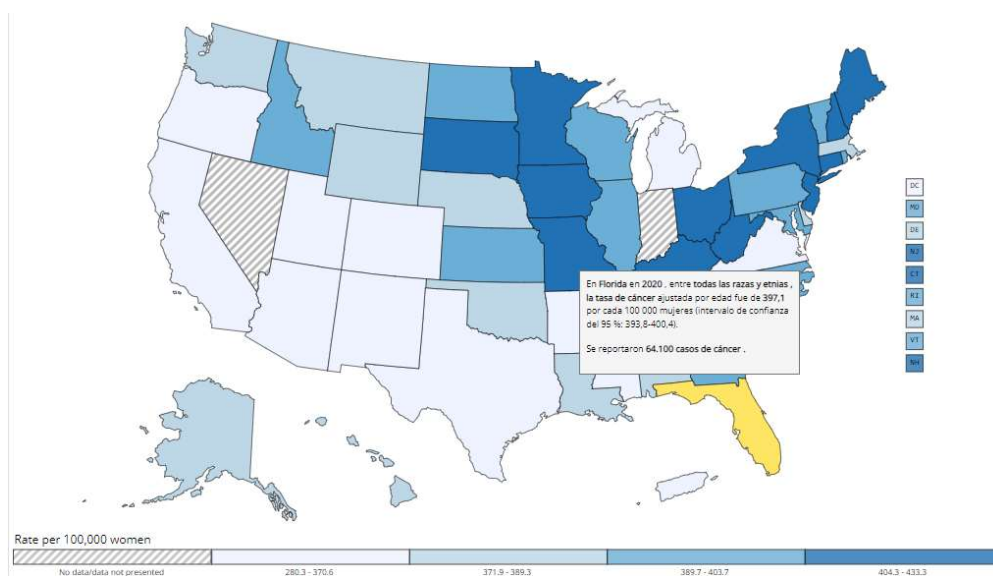
En este apartado se habla sobre aspectos clave relacionados con el mercado objetivo, ya que se manejará un mercado B2B Y B2C, es importante entender que este punto es fundamental para el éxito de la empresa, además de ser crucial para comprender el entorno donde se va a operar, además de mencionar la propuesta de valor que se centra en brindar materiales de alta calidad, además de una variedad de diseños y colores.

4.1 Mercado objetivo y la propuesta de valor clave

Estados Unidos es un mercado el cual tiene un porcentaje alto en cáncer de mama, es uno de los mercados más competitivos ya que cuenta con una variedad de marcas que han ingresado al país, los mismos manejan calidad brindando al consumidor un brasier adecuado de acuerdo con la necesidad del consumidor.

FemEssence en la figura 6 muestra donde iniciara la venta de lencería especializada en brasieres post- mastectomía, los mismos cuentan con prótesis de silicona, además de este producto ingresará al mercado de Estados Unidos – Florida, se tomó esta decisión ya que cuenta con un porcentaje de 19,1% de cáncer de mama como se lo observa, además cuenta con una variedad de tiendas de lencería, tiendas especializadas en ortopedia y hospitales.

Figura 6. Estadísticas de Cáncer de Mama



Fuente: (Centers for Disease Control and Prevention, 2023)

FemEssence busca proporcionar a las mujeres que se han sometido a una cirugía de mastectomía una opción de brasier que cumpla con sus necesidades, como calidad, seguridad, diseños atractivos, estilos variados, empoderamiento, apoyo y materiales suaves y transpirables. Se tiene como objetivo proporcionar prendas que entiendan la necesidad del consumidor brindándoles comodidad, confianza y sobre todo empoderamiento y autoaceptación.

4.2 Tamaño y el crecimiento del mercado

En la industria de la lencería especializada se ha presentado cambios y un avance significativo, el cáncer de mama es una de las enfermedades que crece de una manera significativa, cada año existen el 30% de nuevos cánceres, esto hace que la industria de los brasieres de mastectomía crezca ya que tienen consumidores a los cuales satisfacer. Las exportaciones de este producto hacia Estados Unidos han tenido montos notables como se observa en la tabla 10, varios países han ingresado a Estados Unidos con este tipo de productos.

En los últimos 5 años las importaciones de la partida arancelaria 90.21.39 desde Estados Unidos han tenido alzas notorias. Sin embargo, en el año 2020 bajaron por la pandemia que se vivió conocida como COVID-19.

Tabla 10. *Importaciones Estados Unidos*

2018	2019	2020	2021	2022
\$ 3.710.697,00	\$ 3.870.484,00	\$ 3.188.275,00	\$ 3.238.197,00	\$ 4.340.632,00

Autor: Elaboración propia

Fuente: (TRADEMAP, 2023)

En conclusión, la partida arancelaria 90.21.39 ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, impulsado por el aumento en la incidencia del cáncer de mama y la creciente conciencia sobre la importancia de la lencería para mujeres que han pasado por una mastectomía. Esta demanda en aumento constante ha llevado a un incremento en las exportaciones hacia Estados Unidos, como lo demuestra las notables cifras presentadas en la Tabla 10. Aunque el año 2020 se presentó un retroceso debido a la pandemia de COVID-19, se ha evidenciado una recuperación notable en los años siguientes. El potencial de crecimiento en el mercado es alentador, y se espera que continúe en ascenso, brindando nuevas oportunidades tanto para los fabricantes como

para los consumidores en busca de productos que satisfagan sus necesidades específicas y contribuyan a mejorar su calidad de vida. Es importante que la industria siga adaptándose a los cambios y manteniendo su enfoque en la innovación y la calidad para atender a un segmento de mercado en constante expansión.

4.3 Mercado objetivo

En el contexto del creciente enfoque hacia la inclusión y la diversidad en la industria de la moda, se ha observado una creciente demanda y conciencia sobre productos especializados que aborden las necesidades específicas de ciertos grupos de mujeres. Se analizará en detalle el mercado objetivo de estos sujetadores de mastectomía, explorando su demanda actual, las tendencias relevantes, los desafíos comerciales y las oportunidades de exportación en un mercado global cada vez más receptivo a la inclusión y a la valoración de la autenticidad y la experiencia individual de cada consumidora.

B2B.- Se trabajará con empresas y tiendas especializadas en las mujeres, tiendas de ortopedia y farmacias de hospitales, con la finalidad de que el consumidor pueda encontrar el producto de manera más eficiente. Este mercado se caracteriza por su enfoque en brindar apoyo y comodidad a las mujeres, los mismos se tienen que encontrar en Florida. Estos mercados se deben enfocar en la atención al cliente y la sensibilidad hacia las necesidades que presenten los consumidores, brindando asesoramiento y confianza.

B2C.- Mujeres entre 35 y 75 años que han sido sometidas o se van a someter a una mastectomía, ya sea parcial o completa, como resultado del cáncer de mama o por

alguna condición médica, que buscan un brasier que le proporcione comodidad y seguridad que residan en Estado Unidos, y cuenten con un trabajo estable.

Para concluir, la sinergia entre las estrategias B2B y B2C en la producción y exportación de brasieres de mastectomía se crea un círculo virtuoso de colaboración, innovación y empatía, fundamental para posicionarse con éxito en el mercado global y mejorar significativamente la calidad de vida de las mujeres que buscan recuperar su confianza y bienestar.

4.4 Mercado objetivo desde diferentes puntos de vista B2C.

TÉRMINOS DE COMPORTAMIENTO. -

Cada una de las mujeres son únicas y pueden experimentar diferentes comportamientos y emociones después de someterse a una mastectomía. Sin embargo, existen algunos términos generales que se utilizan para describir ciertos aspectos del comportamiento y las actitudes que pueden experimentar. Es probable que las mujeres que buscan un brasier de mastectomía sean muy cuidadosas y críticas al momento de seleccionar la prenda, además de estar dispuestas a pagar un valor más alto por un brasier que les proporcione calidad, diseño y un soporte adecuado.

- **Adaptación:** Las mujeres al someterse a una mastectomía atraviesan por un proceso de adaptación a cambios físicos y emocionales. Son desafíos para adaptarse y aceptar su nueva imagen corporal, esto puede requerir tiempo.
- **Empoderamiento:** Muchas mujeres encuentran fuerza y empoderamiento en su proceso de recuperación, participando en grupos de apoyo, buscando información sobre prótesis, y toman decisiones informadas para su cuidado y bienestar.
- **Resiliencia:** Las mujeres que se han sometido a una mastectomía muestran una resiliencia notable, pueden encontrar fuerza en su capacidad para

enfrentar y superar los desafíos emocionales y físicos, esta les permite adaptarse y encontrar nuevas formas de vivir.

ASPECTOS PSICOLÓGICOS. –

- **Nivel emocional:**

Las emociones pueden ser expresadas tanto a nivel social e interpersonal, estos se pueden presentar en forma de ira, rabia, tristeza, frustración y en relaciones psicofisiológicas como, taquicardia, hipertensión y aumento de la circulación en músculos, entre otros.

Las mujeres sometidas a una mastectomía presentan mayor incidencia de trastornos de ansiedad y depresión, el 30% de ellas sufriría problemas psicológicos expresados por sentimientos de distorsión física, pérdida de autoestima, culpa, empatía, disminución de la actividad sexual, entre otros.

- **Nivel cognitivo:**

Es la interpretación de la realidad, en este se analizan las creencias, ideas y pensamientos sobre ellas mismo, los demás y el entorno. El sufrimiento emocional de las mujeres se va a ver conectado con lo que atribuya a una de las personas que le rodean, la mayoría tienden a tomar el cáncer de mama como un desafío y una amenaza para la vida.

El hecho que hagan la relación con una muerte anticipada genera que se pueda hablar sobre el tema, al momento de evitar conversar sobre el impide el desarrollo de estrategias de afrontamiento, así como aumentar el temor con la pérdida corporal. Las pacientes perciben a esta zona como una deformidad provocando creencias de pérdida de atractivo sexual, disminución de su valor como personas y su identidad sexual. Esto hace que la mujer esté en estado de alerta constante, alejándose de la sociedad, aun cuando la deformidad no sea obvia.

- **Nivel conductual:**

El comportamiento se ve influenciado por las emociones, creencias y pensamientos, las mujeres pueden presentar conductas irracionales desadaptativas como, evitar las relaciones interpersonales, evitar mirarse al espejo o mirar directamente a la zona afectada, cambio en el vestuario, problemas sexuales por la percepción cultural del seno.

A pesar de que la cirugía no produce alteraciones sobre el deseo sexual, la ansiedad y depresión que presentan influyen en su actividad sexual. Las mujeres que se han sometido a una mastectomía perciben a su cuerpo como mutilado, experimentan sentimientos de inseguridad, además de la aparición de vergüenza al mostrar la zona amputada.

Con base a lo mencionado con anterioridad se entiende que los aspectos psicológicos tienen un impacto significativo en las mujeres que se han sometido a este tipo de procedimientos, la ansiedad y la inseguridad les genera vergüenza, incomodidad, disminución del deseo sexual, disminución en su valor, tristeza y frustración generando culpa y baja de autoestima. (Revista Sanitaria de Investigación, 2022)

LUGAR GEOGRÁFICO. –

El cáncer de mama supone el 27% de nuevos casos, según un estudio realizado por la Organización Panamericana de la Salud, se estima que para el año 2030 se produzca un aumento de cáncer de mama con unos 572.000 casos nuevos.

Los Estados Unidos tiene la mayor incidencia de cáncer de mama en la región, seguido por Canadá y Martinica. (OPS, 2018)

IMPACTO PSICOGRÁFICO. –

El cáncer de mama es una de las enfermedades que tiene un gran impacto emocional y psicológico, este puede ser significativo y variado. La mayoría de las

mujeres experimentan sentimientos de ansiedad, incertidumbre, miedo o depresión, estos van creciendo a medida que pasan el proceso de diagnóstico, tratamiento, cirugía y recuperación, algunos de los impactos son:

- Cambios en la autoimagen.
- Preocupación por la salud.
- Cambios en las relaciones con la pareja, familia y amigos.
- Cambios en la vida social.

Es importante considerar que cada persona es única y puede experimentar diferentes cambios psicográficos de acuerdo con su situación personal (Correa, 2018).

Tabla 11. *Business to Consumer*

Business to Consumer - B2C	
Nombre del Target	Consumidores que se han sometido a una mastectomía.
Base de Segmentación	Psicográfica - Estilo de vida.
Descripción del target	
Geográfica	Estados Unidos, Florida.
Demográfica	Mujeres entre 35 y 75, ingreso promedio entre \$1 000 y \$3 600 dólares.
Psicográfica	Requiere apoyo en su estado emocional, se han sometido o se van a someter a una mastectomía. Sexualidad y amor propio.
Conductual	Busca información sobre el cáncer de mama, pueden convertirse en influenciadores. La frecuencia de compra es de al menos 2 veces al año con prótesis.
Beneficios buscados	Comodidad, seguridad, diseño y confianza.

Autor: Elaboración propia

Para penetrar el mercado del B2C, se iniciará con la venta de brasieres de mastectomía con prótesis ya que es el producto estrella, a partir del año 3 se analizarán nuevas estrategias para incrementar una línea de brasieres sin prótesis, lo que le brinda al consumidor una variedad de diseños y colores. Teniendo la comodidad de la prenda.

Tabla 12. Business to Business

Business to Business - B2B	
Nombre del Target	Distribuidores.
Base de segmentación	Geográfica - Ubicación.
Descripción del target	
Geográfica	Estados Unidos - Florida.
Firmográfica	Industria de lencería, ortopedia. Pequeña empresa. Farmacias de hospitales. A LAS CUALES SE LLEGUEN MEDIANTE MAYORISTAS
Enfoque de compra	Compra centralizada, pago 50% al momento de realizar el pedido, compra mínima de 3.000 unidades al año, tiene licencia y medios de promoción.
Comportamiento	Compra mínimo 2 veces al año.
Beneficios buscados	Busca productos innovadores, relación comercial a largo plazo.

Autor: Elaboración propia

Para la elaboración de la tabla 11 y la tabla 12, se tomaron en cuenta los factores ya mencionados anteriormente, estas tablas nos ayudan a tener de una manera más clara y precisa, el cliente al cual queremos llegar.

4.5 Propuesta de valor

En FemEssence, comprendemos los dolores y desafíos únicos que enfrentan las pacientes de mastectomía en su búsqueda de un brasier adecuado y cómodo. Nuestra propuesta de valor se enorgullece en estar específicamente diseñada para abordar estas necesidades y proporcionar una solución integral. Sabemos lo complicado que puede ser encontrar un brasier que se ajuste de manera cómoda y segura después de una mastectomía, ya que las pacientes buscan soporte adecuado y evitar cualquier tipo de irritación o incomodidad en la piel y la cicatriz. Reconocemos la importancia de la confianza, la autoestima y la sensualidad, y comprendemos que la pérdida de una o ambas mamas puede afectar profundamente a las pacientes. Es por eso por lo que no

solo nos enfocamos en brindar funcionalidad, sino también en ofrecer una estética atractiva y elegante, para que se sientan seguras y hermosas.

Por esta razón FemEssence se destaca por ofrecer prótesis de silicona con brasieres que cuenten con materiales de la más alta calidad, garantizando una sensación suave y agradable en la piel. Diseñados para brindar un ajuste cómodo y seguro, evitando cualquier tipo de irritación, estos brasieres van más allá de satisfacer necesidades médicas, al combinar estilo y funcionalidad para restaurar la confianza y autoestima de las mujeres. Con un enfoque en la recuperación emocional, ofreciendo una amplia variedad de diseños elegantes, acompañados de un servicio de asesoramiento personalizado para entender las necesidades individuales y ayudar a encontrar el brasier perfecto que se adapte a cada estilo de vida. Comprometidos en superar expectativas, esta marca se dedica a acompañar a sus pacientes en su proceso de recuperación, brindándoles la confianza y comodidad que se merecen.

5 PLAN DE MARKETING

El plan de marketing tiene como objetivo desarrollar estrategias efectivas para la exportación de estos sujetadores hacia el mercado de Estados Unidos, específicamente en el estado de Florida.

Florida, un estado conocido por su clima cálido y por ser hogar de una población diversa y dinámica, ofrece un escenario propicio para la introducción y comercialización de sujetadores de mastectomía. Además, cuenta con una alta concentración de centros de atención médica especializados, oncólogos, grupos de apoyo y tiendas especializadas que brindan un entorno favorable para llegar a nuestro público objetivo.

Este plan de marketing se enfocará en el desarrollo de estrategias para establecer un precio competitivo, resaltar las características únicas de nuestros sujetadores de mastectomía y diseñar tácticas de promoción efectivas.

5.1 Plan de marketing

- Objetivo general:

Ofrecer brasieres diseñados específicamente para mujeres que se han visto sometidas a un proceso de mastectomía, brindando una variedad de diseños, elaborados especialmente para brindar soporte y comodidad a los tejidos sensibles de la zona afectada, con el fin de brindarles un sentimiento de seguridad y confianza en su cuerpo incrementando así su sentido de feminidad.

- Objetivos específicos:
 - Elaborar brasieres con un diseño especializado para brindar soporte y comodidad en la zona afectada por la mastectomía, utilizando tejidos delicados y transpirables que permitan una correcta ventilación del área y ayuden a las mujeres a sentirse cómodas con su cuerpo.
 - Brindar brasieres especializados con una gran variedad de diseños para prótesis mamarias, diseñados especialmente para adaptarse a los diferentes tamaños y formas de prótesis, brindando así un ajuste cómodo y seguro para las mujeres que han pasado por una mastectomía.

5.2 Combinación de marketing

La producción y exportación de brasieres de mastectomía es un tema de creciente relevancia en el ámbito de la industria de la lencería especializada. Estos sujetadores han sido diseñados para brindar comodidad y soporte a mujeres que han pasado por una mastectomía, ofreciendo soluciones adaptadas a sus necesidades únicas.

El presente plan de negocio tiene como objetivo utilizar estrategias de marketing para la comercialización de los productos en Florida, Estados Unidos, analizando cuatro aspectos fundamentales en la comercialización de estos productos: producto, precio, plaza y promoción.

5.1.1 Producto

Se centra en la esencia misma de los brasieres de mastectomía, examinando sus características específicas, materiales utilizados, tecnologías aplicadas y diseños innovadores que los hacen únicos y funcionales para las mujeres que requieren de ellos. Se abordarán también aspectos relativos a la psicología física y el confort, enfocados en proporcionar una experiencia positiva y adaptada a las necesidades físicas y emocionales de las usuarias.

- **Nombre de la empresa:**

FemEssence

- **Ventajas:**

Los brasieres de mastectomía ofrecen diversas ventajas y beneficios para las mujeres que han pasado por una mastectomía o una cirugía de reconstrucción mamaria.

Algunas de las principales ventajas que ofrece FemEssence son:

- **Ajuste adecuado:** Están especialmente diseñados para adaptarse a la anatomía de mujeres que han tenido una mastectomía, brindando un ajuste cómodo y seguro. Su diseño cuidadoso evita la presión excesiva sobre las áreas sensibles y las cicatrices, necesitará una sensación de alivio y bienestar.

- Soporte y equilibrio: Están diseñados para mantener compensando la pérdida de tejido mamario, lo que ayuda al equilibrio y la simetría del cuerpo. Esto es especialmente importante para mujeres que han tenido una mastectomía unilateral y desean lograr una apariencia equilibrada.
- Bolsillo para prótesis externa: Estos sujetadores cuentan con bolsillos discretos en las copas donde se pueden colocar prótesis externas de silicona. Estas prótesis ayudan a restaurar la forma y el volumen del seno, lo que contribuye a mejorar la autoestima y la confianza de la mujer.
- Diseño: Están disponibles en una amplia gama de estilos, diseños y colores. Esto permite que las mujeres elijan el sujetador que mejor se adapte a su estilo y preferencias personales, sin sacrificar la funcionalidad.
- Seguridad y confianza: Las mujeres pueden sentirse seguras y cómodas, sabiendo que están utilizando un producto diseñado específicamente para sus necesidades. Esto puede contribuir a mejorar la confianza y la calidad de vida después de una mastectomía.

Los brasieres de mastectomía son una opción especialmente diseñada para satisfacer las necesidades específicas de las mujeres que han pasado por una mastectomía. Ofrecen comodidad, soporte y estética, contribuyendo a mejorar la calidad de vida y el bienestar emocional de las pacientes después de la cirugía (biofemme, 2022).

- **Desarrollo de productos:**
 - Diseña sujetadores de alta calidad que sean cómodos, funcionales y estéticamente atractivos.
 - Considera la variedad de estilos, tallas y diseños para adaptarse a las necesidades individuales de tus clientes.

- Se utilizará materiales que sea hipoalergénico, además de contar con prótesis de silicona, lo que les permitirá un aspecto físico más natural.
- Generar un catálogo donde el consumidor pueda encontrar una variedad de diseños y colores, además de una variedad prótesis desde forma y talla.

- **Imágenes referenciales:**

Las imágenes que sirven como referencia para la elaboración de brasieres de mastectomía desempeñan un papel crucial en todo el proceso creativo y de diseño. Estas imágenes suelen ser seleccionadas cuidadosamente para capturar la diversidad de las formas del busto, considerando tanto las características anatómicas como las particularidades después de una mastectomía. Se buscan fotografías y representaciones gráficas que muestren la belleza natural y autenticidad de la anatomía femenina, con énfasis en la inclusión y la diversidad corporal.

Figura 7. Posibles Modelos



Fuente: (Amazon, 2023)

Estos 3 modelos fueron una referencia que se utilizó como muestra para la elaboración del prototipo final que ofrecerá FemEssence.

5.1.2 Precio

Se analizarán las estrategias de fijación de precios utilizadas por los fabricantes y exportadores, teniendo en cuenta los costos de producción, el valor percibido por las consumidoras, así como la competencia en el mercado. Se buscará comprender cómo el precio influye en la percepción del producto y cómo esto afecta la demanda tanto en el mercado local como en el mercado internacional.

- **Estrategias de precios:**
 - Precio basado en costos: Agrega un margen de beneficio a los costos para determinar el precio de venta. Considerando los costos de comercialización y distribución.
 - Precio competitivo: Examina los precios de los competidores en Florida y establece un precio similar o ligeramente inferior si tu producto ofrece características adicionales o de mayor calidad.
 - Precios premium: Si tu sujetador de mastectomía tiene características únicas o utiliza materiales de alta calidad, puedes establecer un precio más alto y enfocarte en clientes dispuestos a pagar por un producto premium.

Es importante destacar que, en el caso de los mayoristas, se aplicará una comisión que refleja su rol crucial en la cadena de distribución. Esta comisión permitirá recompensar su labor en la promoción y comercialización del producto, así como en la expansión de su disponibilidad en distintos mercados. Al establecer una comisión justa y competitiva, se busca incentivar la colaboración y el compromiso de los mayoristas, quienes desempeñan un papel fundamental en el éxito y alcance de nuestros brasieres de

mastectomía, asegurando así que lleguen a un mayor número de mujeres que buscan una solución adaptada y de calidad.

5.1.3 Plaza

Se investigará cómo se lleva a cabo la distribución de los brasieres de mastectomía, desde su producción hasta la llegada al consumidor final. Se analizarán las diferentes estrategias y canales de distribución utilizados, así como los desafíos logísticos y de acceso a los mercados internacionales. Se examinará también la presencia en tiendas físicas y plataformas de comercio electrónico, considerando la importancia de la accesibilidad y la disponibilidad para las consumidoras.

- **Estrategia de venta en tiendas especializadas en ropa interior femenina:**
 - Establecer asociaciones con tiendas especializadas en ropa interior femenina que tengan una base de clientes interesada en productos para mujeres mastectomizadas.
 - Proporcionar a estas tiendas muestras y material de marketing, como folletos o catálogos, que destaquen las características y beneficios de tus brasieres para mastectomía.
 - Capacitar a los empleados de las tiendas para que puedan brindar información precisa y ayudar a las mujeres a encontrar el ajuste adecuado.
- **Estrategia de venta en hospitales y clínicas oncológicas:**
 - Establecer relaciones con hospitales y clínicas oncológicas, donde las mujeres pueden recibir tratamiento o seguimiento médico después de una mastectomía.

- Colocar productos y folletos informativos en las áreas de espera o en las boutiques especializadas dentro de estos centros médicos.
- Organizar demostraciones o eventos educativos en colaboración con los profesionales de la salud para informar a las pacientes sobre las opciones de brasieres para mastectomía y su importancia para la recuperación.
- **Alianzas estratégicas:**
 - Vincularse con organizaciones de apoyo a mujeres mastectomizadas como, (susan G. Komen., s.f.), (FLORIDA BREAST CANCER FOUNDATION, s.f.), (American Cancer Society, s.f.).
 - Colaborar con estas organizaciones para organizar eventos conjuntos, como desfiles de moda o charlas informativas, donde se puedan presentar los brasieres.
 - Donar una parte de las ventas a estas organizaciones como una forma de apoyar su trabajo y fortalecer su reputación como una empresa comprometida con la comunidad.

5.1.4 Promoción

Comprendiendo cómo se comunican y promueven estos productos tanto a nivel local como en los mercados internacionales. Se estudiarán las estrategias de marketing utilizadas, incluyendo campañas publicitarias, participación en eventos y ferias especializadas, así como el uso de redes sociales y marketing digital. Se analizará cómo se construye la imagen de marca, la importancia de la sensibilización sobre la importancia del cáncer de mama y cómo se fomenta la lealtad de los clientes.

Figura 8. Imagen de Marca



Autor: Elaboración propia

La marca quiere dar el mensaje a todas las mujeres, la mano en el pecho quiere hacer hincapié en la importancia de la prevención, además de incentivar a más mujeres a tocarse para detectar el cáncer de mama a tiempo. Únete a nuestra comunidad y comparte este mensaje. Juntas podemos crear un impacto positivo en la vida de miles de mujeres. Cuida de ti, cuídate de tus seres queridos y únete a la prevención. ¡Juntas somos más fuertes!

- **Estrategia de marketing de contenido:**
 - Crear contenido relevante y valioso relacionado con la mastectomía, el cuidado postoperatorio y la selección de brasieres para mujeres que han pasado por una mastectomía.
 - Desarrollar un blog en el sitio web donde se postearán artículos, consejos, guías de compra y testimonios de clientes.

- Utilizar las redes sociales como Instagram, Facebook y YouTube para difundir el contenido y generar conversaciones en línea, fomentando la participación y el intercambio de experiencias entre las mujeres mastectomizadas.

- **Estrategia de colaboración con profesionales de la salud:**
 - Visitar a cirujanos plásticos, oncólogos, especialistas en mastectomía y otros profesionales de la salud que trabajen con mujeres mastectomizadas. Y solicitarles que recomienden los brasieres a sus pacientes y proporcionarles material para que lo compartan en sus consultas.
 - Organizar eventos educativos y charlas en colaboración con estos profesionales, donde puedas brindar información sobre la importancia de los brasieres para mastectomía y cómo elegir el adecuado.
 - Realizar eventos y conferencias, donde se incentive la campaña de mujer tócate para la prevención y detección del cáncer de mama.

- **Estrategia de testimonios y referencias:**
 - Recopilar testimonios y reseñas de mujeres que han utilizado tus brasieres para mastectomía y hayan experimentado beneficios significativos.
 - Usar estos testimonios en el sitio web, redes sociales, materiales impresos y otras formas de promoción para resaltar los resultados positivos y generar confianza en tus productos.
 - Generar acuerdos financieros con farmacéuticas para la distribución y mejoras del producto.

Estados Unidos cuenta con varias ferias textiles e instrumentos médicos, esto permite que más compradores y medios de prensa conozcan el producto. Existen varios eventos que promocionan la innovación de dispositivos médicos y lencería, eso permite que pequeñas empresas se muestran a nivel internacional, mostrando un producto innovador y de calidad, solventando una necesidad. MD&M East Conference y CURCE Expo, son unas de las ferias que se realizan anualmente (PROECUADOR, 2023).

Lo que buscan son nuevos productos y suministros, busca generar relaciones con proveedores, además fortalecer los lazos comerciales con el mercado global de equipos médicos. La convocatoria inicia con un año de anticipación, donde existen más de 1,150 expositores, más de 100 países representados y 13,200 visitantes profesionales (FIME, 2023).

6 PLAN DE OPERACIONES

En este apartado se explica los procesos de producción donde se especificó los tiempos, maquinaria y materiales que se van a utilizar para la elaboración del producto ya estipulado, además de la planificación de personal en el cual se estima los departamentos que se manejan, además de los aspectos legales que se deben cumplir en el Ecuador.

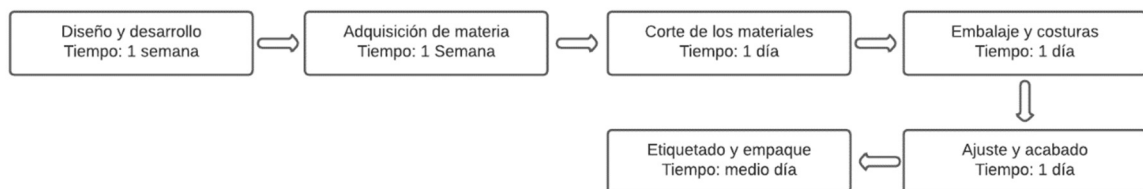
Además, se explica el plan logístico, incoterm que se utilizara, cotizaciones, detalle de embalaje, precio de la exportación, que serán de utilidad para poder estimar el precio del producto, tomando en cuenta aspectos legales que se debe cumplir como empresa.

6.1 Operaciones de producción y costeo de producto

En la industria de la indumentaria de moda, se presta cada vez más atención a la inclusión y diversidad de productos. Un área de preocupación es el diseño y fabricación de sostenes para mastectomía. El proceso de fabricación de los sujetadores para mastectomía es minucioso y enfocado a las necesidades específicas de las mujeres que los usan. Desde el diseño inicial hasta el producto final, consideramos muchos factores para garantizar la comodidad, el soporte adecuado y la estética.

La figura 9 explica cómo inicia el proceso desde el desarrollo del diseño hasta el etiquetado y empaque, en este punto se explican los tiempos que se manejan para la producción de brasieres de mastectomía.

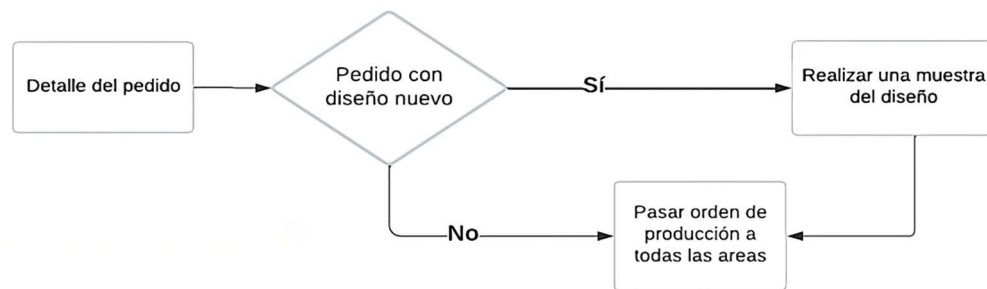
Figura 9. *Proceso de Producción*



Autor: Elaboración propia

La figura 10 explica cómo inicia el proceso desde la recepción del pedido, en el cual se analizaron la elaboración de pedidos con nuevos diseños, todos los diseños cuentan con bolsillos internos y prótesis externas de silicona.

Figura 10. Recepción del Pedido

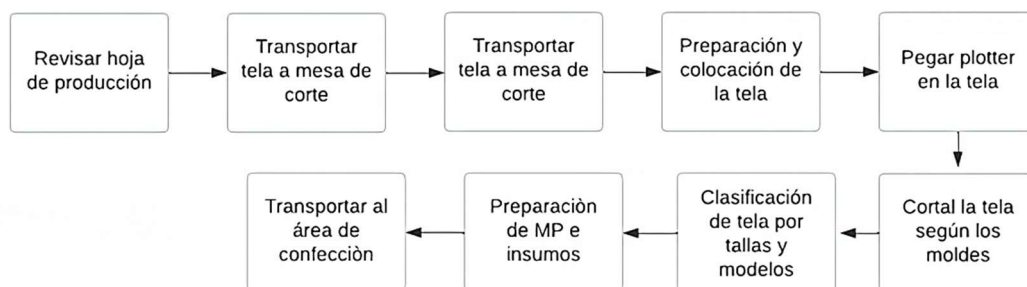


Autor: Elaboración propia

Fuente: (Lucero, 2014)

La figura 11 hace referencia al proceso del área de corte, la precisión y la destreza en este campo se combinan para transformar la materia primaria en las piezas claves para conformar prendas y productos textiles. Esta área desempeña un papel fundamental en la cadena de producción y es crucial para lograr resultados de alta calidad.

Figura 11. Área de Corte

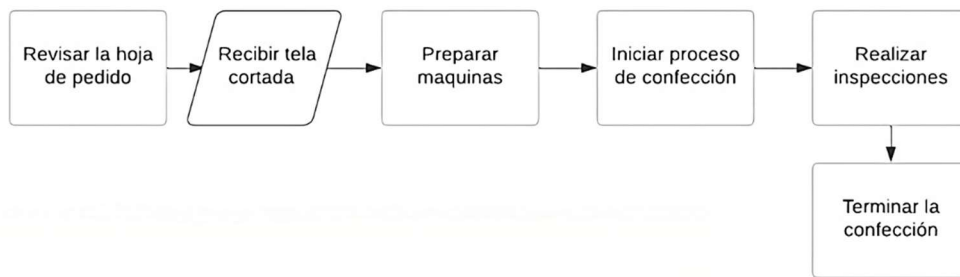


Autor: Elaboración propia

Fuente: (Lucero, 2014)

La figura 12 hace referencia al proceso de la creación de la prenda, después de pasar por el área de corte, en este campo, el arte y la técnica se unen para dar vida a los brasieres de mastectomía, convirtiendo la tela en obras maestras.

Figura 12. Área de Confección

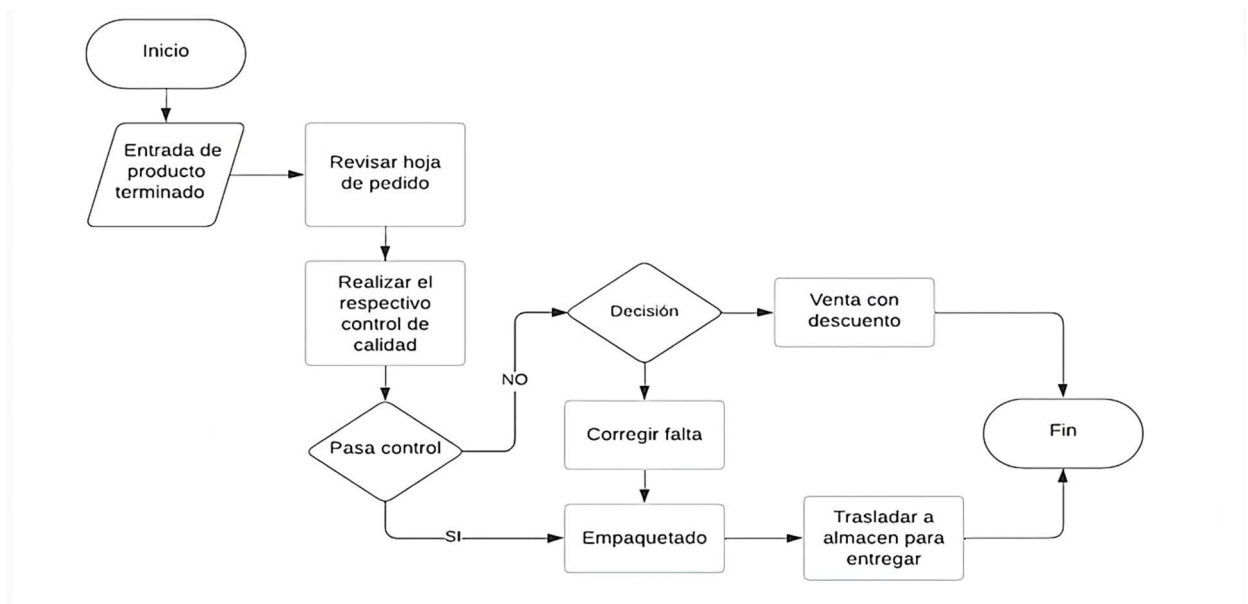


Autor: Elaboración propia

Fuente: (Lucero, 2014)

La figura 13 explica cómo esta área es un componente esencial en el proceso de producción, es esta la etapa donde las piezas individuales cobran vida y se transforman en productos terminados dándole al producto los detalles finales, listos para ser distribuidos.

Figura 13. Acabados



Autor: Elaboración propia

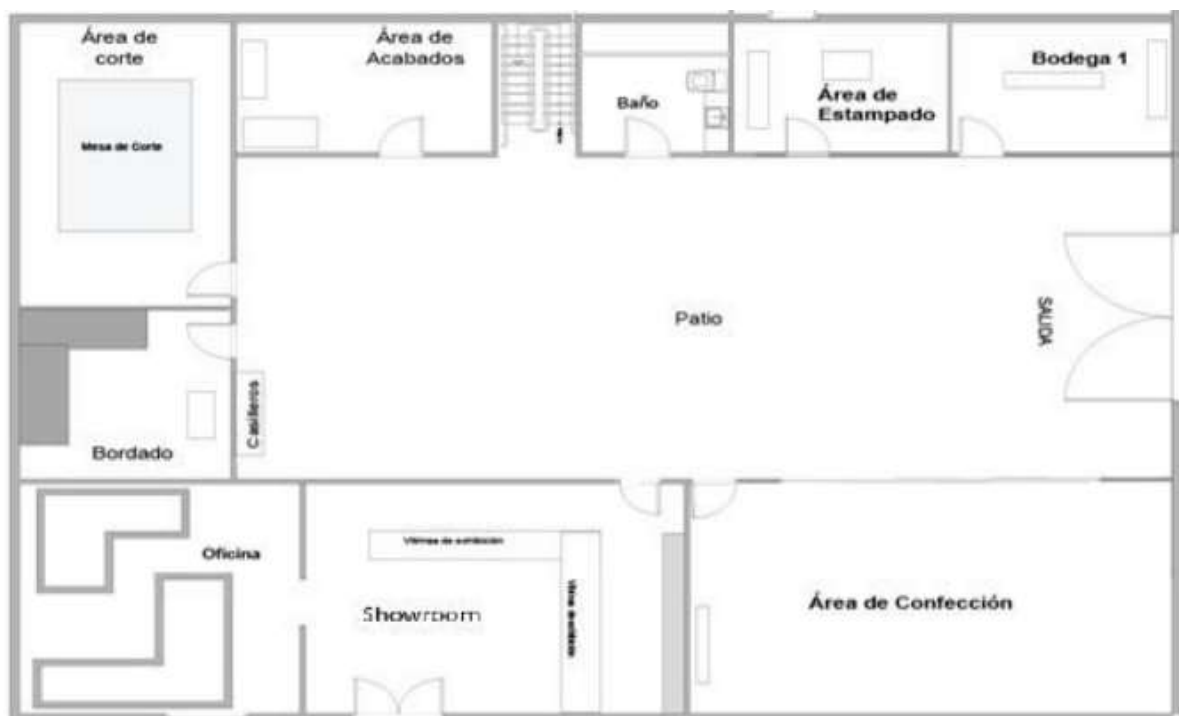
Fuente: (Lucero, 2014)

Instalaciones:

Las instalaciones de una empresa dedicada a la producción de brasieres de mastectomía deben ser espacios diseñados para cumplir con altos estándares de calidad y bienestar. Estas instalaciones no solo son lugares de trabajo, sino también entornos donde se fomenta la creatividad, la colaboración y la atención a los detalles.

La planta se encontrará localizada en Calderón vía al peaje de Oyacoto, el cual se encontrará dividido como se lo ve en la figura 14, el mismo tiene 9 áreas. Cada una de las áreas son de suma importancia. Ya que garantiza una producción eficiente y satisface las necesidades únicas de las mujeres que utilizan estos productos.

Figura 14. Instalaciones






Autor: Maquila confecciones

Fuente: (Lucero, 2014)




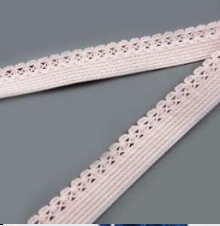


En la tabla 13 se establecen la maquinaria que se necesita, muebles y los materiales, se describe el nombre tanto del material como el de las maquinas, además

una imagen referencial y un detalle de las características, todos los productos detallados son de suma importancia para la elaboración de los brasieres.

Tabla 13. Materiales y Equipos

NOMBRE	IMAGEN	DESCRIPCIÓN
• MAQUINARIA, MATERIALES Y MUEBLES		
Máquina de coser recta industrial		Cuenta con punta recta y zig-zag. Esta permite generar una puntada para elastizar las prendas.
Suministros de oficina		Computadoras, escritorios, etc.
Organizador hilaza de madera		Capacidad para 60 carretes o bobinas, lo que es un gran ayudante para mostrar todos los colores de los hilos.
Cinta métrica amarilla		Mide de ancho 19mm y de largo 150cm.
Prótesis de silicona		Se colocan en el sujetador, no requieren una operación quirúrgica de implantación. Puedes utilizarlas cuando quieras o prescindir de su uso. Existe una variedad de tallas.
Aguja para telas de punto o punta bolita N°11		Evita que las puntadas saltes y se descosa posteriormente. Se necesitan varias ya que se desafilan en un tiempo corto.

Hilo de poliéster torsado N°120		De acuerdo con el color del material que se vaya a coser. Es más resistente que el hilo de algodón.
• MATERIA PRIMA		
Algodón con lycra		Se la conoce por su gran elasticidad y resistencia, la misma es tejida a punto.
Encaje elastizado (con lycra o elastano)		Cuenta con elasticidad y resistencia. La misma evita irritaciones y raspaduras
Puntilla elastizada ancha		Viene entre 15 a 20, no todas cuentan con la misma elasticidad.
Microtul elastizado		Es translúcido, está compuesto con 95% poliéster y 5% elastano.
Tricot liso o estampado (con lycra)		Tela con elasticidad y suavidad, se adhiere al cuerpo, no es transparente.
Jersey de algodón		Se la utiliza para la parte interna del brasier ya que tiene algodón hipoalergénico.
• ACCESORIOS		
Tazas soft de talles		Es una pieza que no tiene costura.

Reguladores o correderas (con pase o ancho del elástico del bretel) de 6-8-10 mm		Evitan que la correa se deslice hacia su hombro.
Broches de tela simples (1,5 cm) o dobles (3 cm): son los que cierran los corpiños en espalda		Brinda niveles de ajuste y comodidad.
Elástico rasado para bretel		El ancho del bretel está relacionado con el talle de la taza del corpiño, además del soporte que se necesita.
Elástico picot bombachero		Se utiliza en la base del brasier, su función es brindar soporte. Cuenta con un lado suave y afelpado.
Moños o flores		Sirve como accesorios en la prenda, en la parte de la unión del brasier.
Puntillas elastizadas angostas		Sirve para la terminación de los brasieres.

Autor: Elaboración propia

Fuente: (patka studio, 2023) (studio costura, 2016) (Bella Moda, 2023)

Imágenes: (amazon, 2023) (Merceria Mayorista La Paloma, 2023)

Con los insumos necesarios ya especificados se puede completar el organigrama de procesos, los materiales para la parte interna varía al de la externa ya que es un material hipoalérgico. Las telas que son de lycra se toman un 25% de descuento en la medida base ya que la tela se estira al momento de estar sobre la piel.

Tabla 14. Costeo de Materiales y Equipos**Costos Variables por unidad**

Detalle	Cantidad	Unidad	Precio	
Algodón con lycra	1	metro	\$ 4,88	x unidad
Encaje Elastizado	1	metro	\$ 5,49	x unidad
Puntilla elastizada ancha	1	metro	\$ 0,80	x unidad
Micro tul elastizado/licra humo	1	metro	\$ 4,44	x unidad
Tricot liso	1	metro	\$ 6,44	x unidad
Jersey de algodón	1	metro	\$ 4,87	x unidad
Tazas soft	1	unidades	\$ 2,58	x unidad
Reguladores	1	unidades	\$ 0,03	x unidad
Broches de tela simple 3 filas	1	unidades	\$ 2,38	x unidad
elástico rasado	1	metro	\$ 0,50	x unidad
Elástico picot	1	metro	\$ 0,40	x unidad
Moños	100	unidades	\$ 0,05	x unidad
Puntillas elastizadas angostas	1	metro	\$ 0,58	x unidad
Prótesis de silicona	1	par	\$ 70,00	x par
Costos unitarios			\$ 103,44	

Autor: Elaboración propia

Fuente: Anexo 1

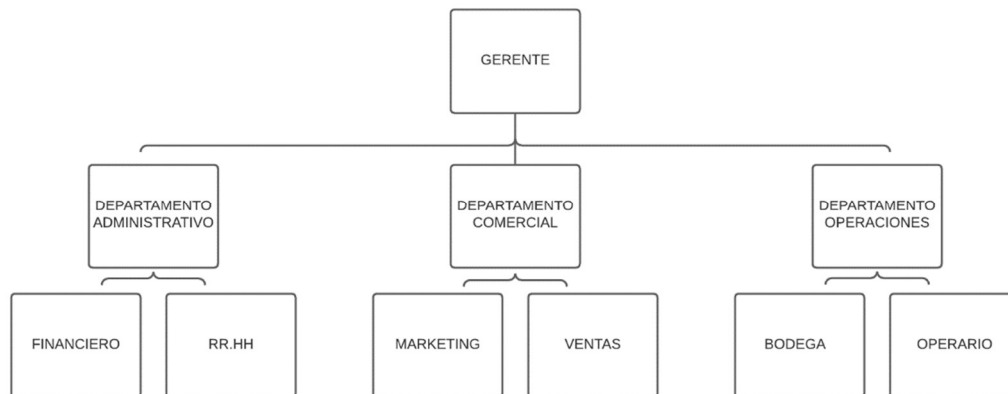
En conclusión, la tabla de costos de materiales para la producción y exportación de sujetadores de mastectomía se ha convertido en un pilar fundamental de esta investigación y tesis. A través de un minucioso análisis de los recursos necesarios para la fabricación de estos sujetadores especializados, hemos obtenido una visión clara y detallada de los gastos asociados con cada componente y material utilizado. Esta valiosa información nos permitirá no solo entender la viabilidad económica de este proyecto, sino también tomar decisiones estratégicas que impactarán positivamente en la eficiencia operativa y en la calidad final del producto.

6.2 Planificación del personal

En la figura 15 se muestra la jerarquía y las relaciones de autoridad entre cada uno de los departamentos. En este caso se muestra los principales departamentos los

cuales son administrativos, comercial y de operaciones, ya que se está iniciando se contará con menos personal.

Figura 15. Organigrama de Personal



Autor: Elaboración propia

Fuente: Del autor

En la tabla 15 se especifica las actividades de cada una de las personas que pertenecen al equipo, así como los perfiles necesarios para el éxito del proyecto, en este apartado se detalla el costo mensual:

Tabla 15. Estructura Organizacional

Nº	Cargo	Actividades	Costo Mensual	Subtotal
1	Gerente General	Tomar decisiones durante el proyecto, supervisar al equipo y asignar recursos.	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
1	Gerente Administrativo	Controlar las actividades de los departamentos de ventas y marketing, mediante los objetivos planteados	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
1	Marketing	Planificar estrategias de mercadeo, promocionar las ventas y crear contenido.	\$ 350,00	\$ 350,00
2	Ventas	Crear y cumplir los objetivos reales y medibles, incrementar la vida del cliente e investigar el mercado.	\$ 450,00	\$ 900,00
3	Operarios	Son responsables de la producción de los brasieres, además de estar a cargo de la maquinaria que se utiliza.	\$ 450,00	\$ 1.350,00
TOTAL				\$ 5.200,00

Autor: Elaboración propia

6.3 Operaciones de cadena de suministros y logística

En un entorno empresarial cada vez más globalizado y competitivo, la gestión eficiente de la cadena de suministros y logística se ha convertido en un factor crucial para el éxito de las organizaciones. La capacidad de coordinar operaciones de manera efectiva las de adquisición, producción, almacenamiento y distribución es fundamental para satisfacer la demanda del mercado, optimizando los costos y mejorando para satisfacer al cliente.

Se espera que los resultados de esta investigación proporcionen una base sólida para comprender los aspectos fundamentales de la gestión de la cadena de suministro y logística, y sirvan como guía práctica para las organizaciones que buscan mejorar su desempeño en este ámbito tan crítico.

6.3.1 Precio de Exportación

El precio de la exportación juega un papel fundamental en el éxito de las operaciones comerciales internacionales. Se establece un precio competitivo y rentable para los productos que se exportan es esencial para atraer a los clientes extranjeros y lograr una ventaja en el mercado global. Sin embargo, fijar un precio no es algo sencillo ya que se consideran una serie de factores, como los costos de producción, los aranceles, seguros, entre otros.

Tabla 16. Información Adicional - logística

INFORMACIÓN ADICIONAL	
ARANCELES	0%
SEGUROS	10%
TRANSPORTE	8500
IVA	No aplica

Autor: Elaboración propia

Se debe entender que, por estar iniciando el negocio, en el año se realizarán dos exportaciones, cada una será de 2 304 unidades, que en su totalidad son 192 cajas, cada caja lleva 12 unidades, dándonos un total exportado de 4 608 unidades en el año.

Figura 16. *Liquidación de la Exportación*

PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	SEGUROS	ARANCELES	TRANSPORTE	COSTO TOTAL LIQUIDADO	COSTO UNITARIO LIQUIDADO
BRASIERES DE MASTECTOMIA	2304	\$ 130,00	\$ 299.520,00	\$ 2.304,10	\$ -	\$ 10.804,00	\$ 312.628,10	\$ 135,69

Autor: Elaboración propia

De acuerdo con lo antes mencionado, la liquidación de la exportación con las cantidades mencionadas el costo total liquidado es de \$312.628,10 dándonos un costo liquidado de \$135,69 por brasier.

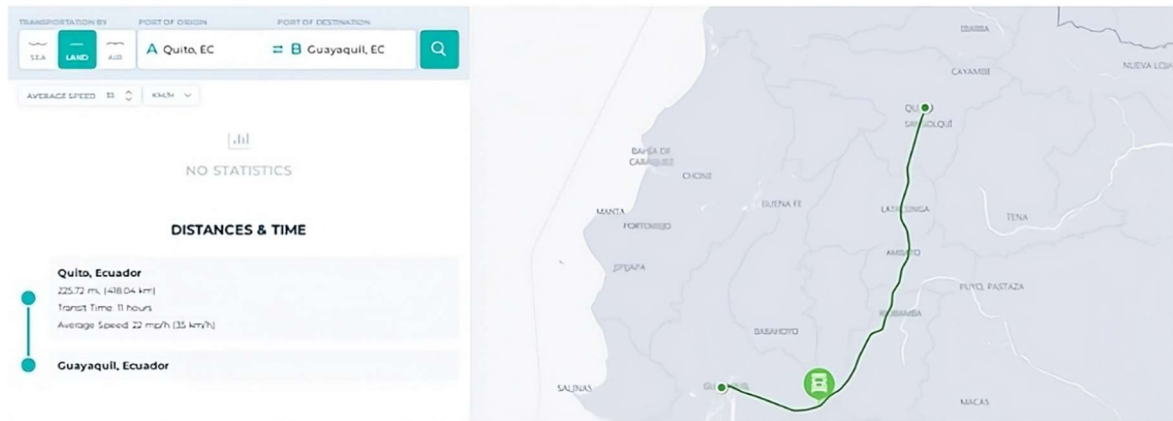
6.3.2 Logística internacional

La logística internacional se ha convertido en un factor clave para el éxito empresarial, ya que implica la gestión eficiente de la cadena de suministro en términos de transporte, almacenamiento y distribución. En este apartado se determinó la planificación estratégica y la optimización de rutas hasta el cumplimiento de delegaciones aduaneras.

Para transportar la mercancía desde Quito hacia Guayaquil se lo realizará por vía terrestre en un contenedor de 20 pies, en el transcurso de 11 horas, esta información se obtuvo de la herramienta (SEARATES, 2023) para llevarla a su destino final que es

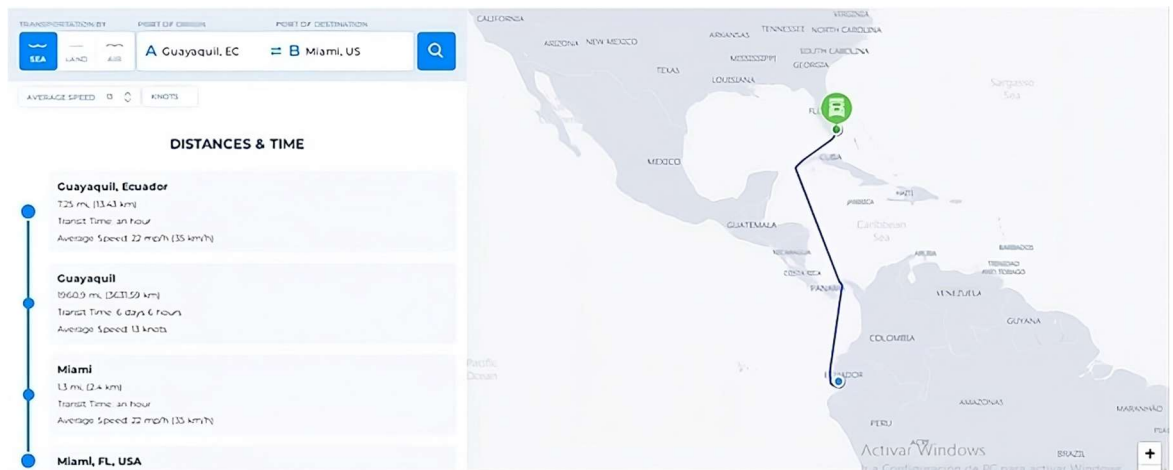
Florida, Estados Unidos se lo realizará por vía marítima, el transcurso tomará aproximadamente 6 días con 6 horas, este puede variar.

Figura 17.Distancia Quito- Guayaquil



Fuente: (SEARATES, 2023)

Figura 18.Distancia Guayaquil-Miami Estados Unidos



Fuente: (SEARATES, 2023)

En la figura 19 de puede visualizar la distribución de la carga en un contenedor de 20 pies, las cajas serán transportadas con pallets.

Figura 19. Calculadora de Carga

<p>20 STANDARD</p>  <p>1 unit</p>		<p>Total: 192 packages Cargo volume: 4 m3 Cargo weight: 3840 kg</p>									
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>Name</th> <th>Packages</th> <th>Volume</th> <th>Weight</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Boxes 1</td> <td>192</td> <td>4 m3</td> <td>3840 kg</td> </tr> </tbody> </table>		Name	Packages	Volume	Weight	Boxes 1	192	4 m3	3840 kg
Name	Packages	Volume	Weight								
Boxes 1	192	4 m3	3840 kg								

Fuente: (SEARATES, 2023)

6.3.3 Requisitos formales para exportar

El proceso de exportación inicia con la transmisión electrónica de la Declaración Aduanera de Exportación, a través del sistema informático Ecuapass. Cabe recalcar que para la transmisión de la declaración no es obligatorio la contratación de un agente de aduana, ya que puede ser realizado por el exportador.

- **REQUISITOS OBLIGATORIOS:**
 - Registro como operador de comercio exterior en el sistema Ecuapass.
 - Declaración Aduanera de exportación.
 - Factura Comercial.
 - Ingresos de mercancías a Zona Primaria.
 - Aforo de mercancías (en caso de que aplique).
 - Documento de transporte.
 - Solicitud de corrección.
 - Regularización de DAE.

Esta disposición está dirigida a todas las personas naturales o jurídicas, públicas o privadas que se encuentren registrados como Operadores de Comercio Exterior (OCE) en el sistema informático aduanero Ecuapass y quien desee realizar exportaciones. La salida definitiva del territorio aduanero ecuatoriano debe tener lugar dentro de los 30 días siguientes a la aceptación de la Declaración Aduanera de Exportación ((SENAE), s.f.).

6.3.4 Barreras arancelarias y no arancelarias

El intercambio comercial no se lleva a cabo sin obstáculos. Las barreras comerciales, tanto arancelarias como no arancelarias, se han convertido en elementos cruciales que influyen en el flujo de bienes y servicios entre los países.

- **Barreras arancelarias:**

La tarifa aplicada para la partida arancelaria 90.21.39, es del 0%.

- **Barreras no arancelarias**

En total son 27 requisitos que se tienen que cumplir y son:

Tabla 17. *Requisitos-Barreras no Arancelarias*

CÓDIGO	TIPO	CANTIDAD
B220-	Uso restringido de ciertas sustancias	1
B310-	Requisitos de etiquetado.	5
B320-	Requisito de mercado.	1
B330-	Requisitos de embalaje.	2
B410-	Reglamentos OTC sobre procesos productivos.	1
B420-	Reglamento OTC sobre transporte y almacenamiento.	2
B700 -	Requisito de calidad, seguridad o rendimiento del producto.	1
B800-	Evaluación de la conformidad relacionada con OTC.	1
B830 -	Requisito de certificación.	1
B850-	Requisitos de trazabilidad.	1
B851 -	Origen de materiales y piezas.	1
B853 -	Distribución y ubicación de productos después de la entrega.	1
B859 -	Requisitos de trazabilidad, nep.	1
B900-	Medidas OTC, nep.	3
C900-	Otras formalidades, nep.	1
E100-	Procedimientos de licencias de importación no automáticas distintos de las autorizaciones contempladas en los capítulos MSF y OTC.	3

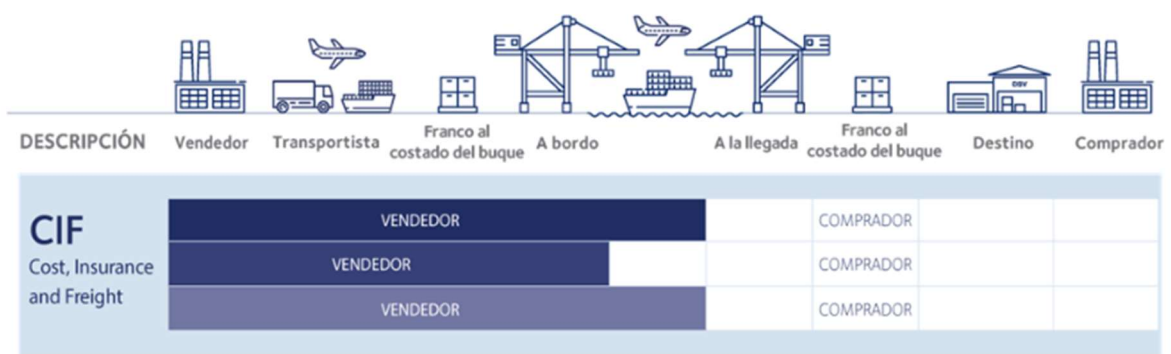
Autor: Elaboración propia

Fuente: (Mapa de acceso al mercado, 2023)

6.3.5 Cotizaciones (INCOTERMS)

Con el Incoterm CIF, el vendedor asume el coste del seguro y flete, derechos no pagados, hasta el puerto de destino convenido. La entrega se produce y el riesgo se transmite cuando las mercancías están a bordo del buque. Este Incoterm exige al vendedor que contrate una cobertura de seguro limitada en las condiciones ICCO o similar.

Figura 20. Incoterm



Fuente: (DSV, 2020)

Se entiende que los precios pueden variar por año, asumiendo FemEssence un riesgo, lo que se quiere lograr es tener un mayor control para proteger de pérdidas y daños, además de generar confianza y tranquilidad en el comprador.

6.3.6 Contratos, formas de pago, negociaciones

Para este plan de negocio se utilizará el contrato de compraventa internacional, el mismo consiste en un pacto entre dos o más personas denominadas vendedores y quienes aceptan sustancial y legalmente cualquier cantidad de productos, conocido como comprador ubicado en otro país, quien se compromete a pagar el precio acordado. Para el cual se abarcan obligaciones imposibles y cumplir una serie de característica entre ellas se destacan:

- **Acuerdo consensuado:** Es un acuerdo mutuo previamente acordado por los personajes participantes, donde las partes involucradas tienen obligaciones, y responsabilidades mutuas.
- **Coherencia con la cultura jurídica de la otra parte:** Si se busca un cliente, distribuidor o socio desde una posición de bajo poder de negociación. Por ejemplo, EE. UU tienden a ser más grandes y largos que en los países asiáticos y latinoamericanos.
- **Busca la cooperación entre las partes:** Se busca redactar acuerdos en términos de acuerdo de las operaciones y regulaciones en las relaciones comerciales, no como un medio de protección legal contra los riesgos que pueden surgir.
- **Uso acuerdos bilingües:** Para los contratos bilingües, debe incluir una "cláusula de idioma" que especifique el idioma principal para la interpretación del contrato en caso de disputa.

Componentes de un Contrato Internacional de Compraventa

- **Elementos personales:** Ya sean personas naturales o jurídicas, se necesita conocer su capacidad y su representación legal.
- **Elementos formales:** No cuentan con requisitos formales, incluida la forma escrita, pueden probarse por cualquier medio.
- **Elementos reales:** Deben incluir la naturaleza no comercial como:
 - Bienes del dominio público.
 - Cosas que están fuera de la autoridad como los derechos de propiedad.
 - Bienes tomados de libre disposición.
- **Componentes básicos:**
 - Nombre de las partes.

- Propósito del acuerdo.
- Condiciones de pago.
- Estado de calidad del producto.
- Transferencia de riesgo, en relación con el incoterm seleccionado.
- Determinación de la ley aplicable.
- Cláusula de resolución de disputa.

En conclusión, en el anexo 2 se puede visualizar el ejemplo del contrato que se va a manejar, es importante destacar que a lo largo de este estudio hemos examinado detalladamente la importancia y los elementos claves que los conforman, el objetivo principal es comprender cómo los contratos pueden contribuir a la eficiencia y seguridad en las transacciones comerciales, así como a la protección de los derechos y obligaciones de las partes involucradas (CEREM, 2023).

Los mayoristas al realizar el pedido deberán asegurar su compra con el 50% y el otro 50% cuando llegue a destino y reciba el comprador, por medio de un depósito de transferencia internacional, enviado el comprobante del pago.

6.3.7 Envase/embalaje

La funcionalidad y la creatividad se combinan para crear una presentación atractiva y práctica para los productos. El empaque no solo protege los productos, sino que a su vez comunica su valor, atrae la atención del consumidor y brinda una experiencia única. Los brasieres de mastectomía tendrán un empaque primario y un secundario, el cual brindara protección al mismo.

- **Empaque primario:** Empaque fabricado con PET 100% reciclado con un diseño atractivo y moderno para la industria de ropa interior femenina para la protección de las copas de los brasieres evitando que se deformen.

Figura 21. Empaque Primario



Fuente: (ELEMPAQUE, 2023)

- **Empaque secundario:** Bolsa de embalaje de plástico con cierre de cremallera.

Figura 22. Empaque Secundario



Fuente: (Ng, 2023)

La funcionalidad se combina para proteger, presentar y facilitar el transporte de los productos, el embalaje desempeña un papel crucial en la cadena de suministro, garantizando que los productos lleguen a su destino en óptimas condiciones.

- **Etiqueta:**

La etiqueta que se incorpora juega un papel esencial para proporcionar información valiosa y garantizar la satisfacción y comodidad de las usuarias, siendo esta un requerimiento desde el país de destino. Esta etiqueta está diseñada para ofrecer detalles sobre la talla, el cuidado y lavado adecuado del sujetador, así como instrucciones para el correcto uso de prótesis mamarias.

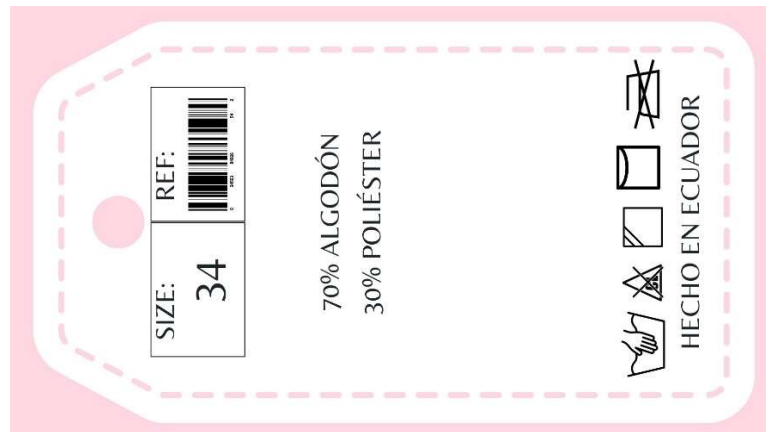
También incluye información sobre los materiales utilizados en su fabricación, asegurando que son hipoalergénicos y respetuosos con la piel sensible después de una mastectomía. Además de cumplir con los requisitos legales y de seguridad, esta etiqueta también puede ser una oportunidad para transmitir un mensaje positivo y de apoyo a las mujeres, brindando un toque de empatía y aliento en su proceso de recuperación y empoderamiento.

Figura 23. *Etiqueta Externa Frontal*



Autor: Elaboración propia

Figura 24. Etiqueta Externa Posterior



Autor: Elaboración propia

Figura 25. Etiqueta Adicional Externa



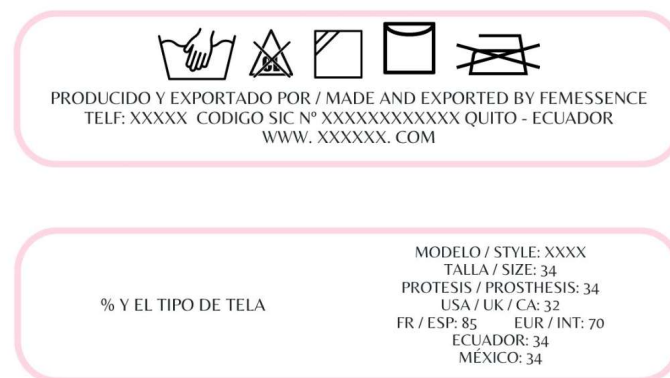
Autor: Elaboración propia

Figura 26. Etiquetas internas frontales



Autor: Elaboración propia

Figura 27.Etiquetas Internas Posterior

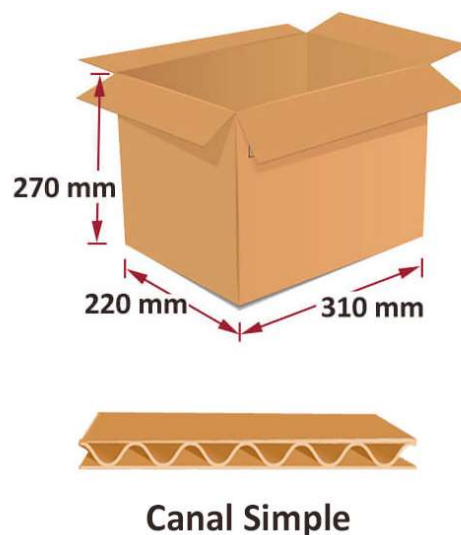


Autor: Elaboración propia

Las etiquetas internas tienen una medida de 6,3cm x 6,3cm, en la misma se especifica los cuidados de la prenda, además de la talla y el porcentaje de cada uno de los materiales que se usó, además de requisitos esenciales para el reconocimiento de la marca, incluyendo número de teléfono y país de origen (LEONISA, 2023) (RD, 2018).

Embalaje: Cartón ondulado de canal simple

Figura 28.Embalaje



Fuente: (Cajadecarton.es, 2023)

Este tipo de cajas solo cuentan con una lámina de cartón ondulado entre dos hojas que la cubren. El espesor suele ser de 3 a 5mm. Estas son recomendadas para embalar productos ligeros de no más de 12 kg, aunque puede llegar hasta 15-20 kg.

6.3.8 Seguros

El seguro se lo realizará con AIG, este seguro brinda respaldo ante cualquier daño o pérdida directa que sufra la carga durante el trayecto ordinario del viaje, este seguro es para transporte convencional. La compañía de seguros es responsable en su totalidad por pérdidas o daños que sufra la mercadería asegurada. Esto también aplica para la mercadería nueva.

Las ventajas de trabajar con esta aseguradora es que cuenta con profesionales con 25 años en la industria, la mayoría marítima, además de inspectores de carga, ex capitanes de puerto y especialistas en reclamaciones (AIG, 2022).

6.3.9 Actividades de desarrollo del mercado

Contacta a asociaciones y organizaciones relevantes: Investiga y ponte en contacto con asociaciones y organizaciones relacionadas con el cáncer de mama, la mastectomía y la salud femenina en Estados Unidos. Estas organizaciones pueden tener conexiones con distribuidores o pueden recomendar tu marca a sus miembros.

Establece relaciones con profesionales de la salud: Ponte en contacto con médicos, cirujanos y especialistas en salud femenina en Estados Unidos. Explícales los beneficios de tus brasieres para mastectomía y pídeles que recomienden tu marca a sus pacientes. Los profesionales de la salud pueden ser una fuente confiable de referencia para los distribuidores.

Generar lazos con farmacéuticas para la financiación para su distribución y de manera económica para realizar mejoras al producto.

6.3.10 Posibles distribuidores y/o intermediarios comerciales

Se exploraron diversas opciones de distribuidores comerciales con los que se establecerán alianzas estratégicas. Estos distribuidores representarán una pieza fundamental en la cadena de suministro y comercialización de los productos. Entre los posibles distribuidores comerciales que serán considerados se encuentran empresas reconocidas a nivel nacional e internacional, con una amplia red de distribución, sólida experiencia en el mercado. A través de la colaboración con estos distribuidores, se busca garantizar una distribución eficiente, una mayor visibilidad y un acceso más amplio a los mercados objetivo.

Tabla 18. Posibles Distribuidores

Nombre de la Empresa	N.º de categorías de productos	Ciudad
Comfortland Medical Inc	3	Mebané
Djo global	3	Vista
Mine Safety Appliances Co	3	Murryville
Victoria's Secret	-	Miami
Calvin Klein	-	Miami

Autor: Elaboración propia

Fuente: (TRADEMAP, 2023)

6.4 Formación legal de la empresa

La formación legal de una empresa es un aspecto fundamental que influye en su estructura y funcionamiento dentro del marco jurídico. Es esencial para garantizar el cumplimiento de las leyes y normativas aplicables, así como para establecer una base sólida que respalde las actividades comerciales. La formación legal abarca una serie de procesos, define su estructura interna, así como establecer los derechos y obligaciones de sus accionistas, directores y empleados.

- Inscripción del Registro Único de Contribuyente (RUC)

Es un trámite habilitado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) que permite a las personas naturales (ecuatorianas o extranjeras) residentes en el Ecuador que requieren la inscripción para iniciar sus actividades económicas.

Para realizar el trámite se necesitan los siguientes requisitos obligatorios:

Requisitos básicos:

- Cédula de identidad
- Certificado de votación
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente

Procedimiento para realizar el trámite

- Acudir al centro de atención del SRI
- Solicitar el turno
- Esperar el turno
- Acudir a la ventanilla de atención
- Presentar los requisitos y documentos de respaldo
- Recibir contestación

La formación legal de una empresa es un proceso crucial que define su estructura y operaciones dentro del marco jurídico. Desde la elección de la forma legal adecuada hasta la elaboración de documentos y cumplimiento normativo continuo, la formación legal es esencial para establecer una base sólida que respalde el crecimiento y éxito a largo plazo de las empresas ((SRI), Servicio de Rentas Internas, s.f.).

Requisitos para la Patente

Esto está dirigido para incluir el nombramiento del representante legal, todos los beneficios deben entregar la documentación completa que se estipula como requisitos para proceder el trámite.

Requisitos obligatorios:

- Formulario de solicitud para registro de patente.
- Certificado de no adeudar al municipio.
- Copia de cédula y certificado de votación.
- Copia del RUC o RISE.
- Copia de certificado de funcionamiento de bomberos del año actual.
- Impuesto predial del año en vigencia del terreno donde está funcionando o va a funcionar el negocio.
- En caso de tener RUC traer declaración de impuestos a la renta del ejercicio económico anterior para personas no obligadas a llevar contabilidad.

La formación legal continua es esencial para garantizar el cumplimiento normativo y evitar posibles sanciones legales que podrían perjudicar la reputación y estabilidad de la empresa (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Mocha (GADMC-MOCHA), s.f.).

7 PLAN FINANCIERO

En este capítulo, se llevará a cabo un análisis exhaustivo de la viabilidad económica del proyecto propuesto. Se abordarán aspectos críticos como la estimación de costos iniciales, la proyección de ingresos y gastos a lo largo de un horizonte temporal determinado, y la evaluación de posibles fuentes de financiamiento.

Para comenzar, se detallarán en profundidad los requerimientos financieros necesarios para la puesta en marcha del proyecto, contemplando inversiones en activos, recursos humanos, tecnología y otras áreas clave. Se realizará un análisis minucioso de los costos asociados a cada una de estas categorías, teniendo en cuenta factores como la inflación y las fluctuaciones del mercado.

7.1 Plan de ventas

Se establecerán objetivos de venta mensuales y anuales, y se realizará un seguimiento constante de las ventas y el rendimiento de las estrategias de marketing, para realizar ajustes y mejoras en el plan de ventas. En la tabla 19 se realizó un precio promedio para la venta a los mayoristas, este precio puede variar de acuerdo con los costos tanto fijos como variables, además del nivel de producción que se realice.

Tabla 19. Precio de Venta Mayorista Brasier con Prótesis

Costos variables por unidad	\$ 103,44
Costos fijos + Costos variables por unidad	\$ 118,74
Precio Mayorista	\$ 131,77

Autor: Elaboración propia

En la tabla 20 se realizó un precio promedio para la venta a mayorista, solo de brasieres sin la prótesis ya que se tiene una estrategia de venta de brasieres con la adaptabilidad a las prótesis antes adquiridas, para que el consumidor cuente con una variabilidad de diseños y colores.

Tabla 20. Precio Venta Mayorista Brasier sin Prótesis

Costos variables por unidad	\$ 33,44
Costos fijos + Costos variables por unidad	\$ 48,74
Precio Mayorista	\$ 54,77

Autor: Elaboración propia

De acuerdo con el cálculo del mercado potencial, el mercado efectivo es de 473.425 personas, se debe entender que la capacidad de producción actual solo permite atender al 0,97% anualmente. La proyección de ventas se la realizó con una estimación de 384 unidades al mes, donde se estimó un precio promedio de \$ 175,00, donde los costos de producción representan el 41%, como se puede observar en la tabla 21.

Tabla 21. Plan de Ventas

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
CANTIDAD	384,00	384,00	384,00	384,00	384,00	384,00
PRECIO DE VENTA	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00
TOTAL, DE INGRESOS	67.200,00	67.200,00	67.200,00	67.200,00	67.200,00	67.200,00
COSTO DE VENTAS	41,0%	27.552,00	27.552,00	27.552,00	27.552,00	27.552,00

	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL, ANUAL
CANTIDAD	384,00	384,00	384,00	384,00	384,00	384,00	4.608,00
PRECIO DE VENTA	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	
TOTAL, DE INGRESOS	67.200,00	67.200,00	67.200,00	67.200,00	67.200,00	67.200,00	806.400,00
COSTO DE VENTAS	27.552,00	27.552,00	27.552,00	27.552,00	27.552,00	27.552,00	330.624,00

Autor: Elaboración propia

7.2 Inversiones

Se contempla distintos rubros de inversión, incluyendo infraestructura, maquinaria especializada, adquisición de materia prima de alta calidad, costos de investigación y desarrollo para diseñar y mejorar los productos, así como gastos relacionados con el registro de patentes y certificaciones requeridas por los mercados objetivo.

Tabla 22. Rubros de Inversión

RUBROS DE INVERSIÓN	APLICACIÓN DE RECURSOS
ACTIVOS FIJOS	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 3.126
APLICACIÓN INFORMATICA WEB	\$ 1.000
TOTAL, ACTIVOS FIJOS	\$ 4.126
ACTIVOS NOMINALES	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 1.500
GASTO ELABORACIÓN DEL PROYECTO	\$ 3.200
TOTAL, ACTIVOS NOMINALES	\$ 4.700
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 44.186
TOTAL, CAPITAL DE TRABAJO	\$ 44.186
TOTAL, INVERSIONES	\$ 53.013

Autor: Elaboración propia

En la planificación de las inversiones se ha llevado a cabo un análisis exhaustivo de los factores económicos, sociales y culturales de los países de destino con el objetivo de optimizar la rentabilidad y mitigar los riesgos potenciales.

Se ha estimado una inversión en aplicación informática ya que se generará un sitio web donde las consumidoras del producto puedan contar sus historias de vida, además de encontrar los productos necesarios.

7.2.1 Capital de trabajo

Se estipuló que se trabajará con una caja mínima de 5 días de rotación, cuentas por cobrar de 15 días, cuentas por pagar de 30 días como se acostumbra la industria, e inventarios de 30 días. Esta información se encuentra expresada en días, donde se determinó que el capital de trabajo neto anual es de \$44.186,30 dólares, teniendo un incremento anual de aproximadamente \$2.000 dólares.

Figura 29. CTN

		AÑO 1						
CAJA MÍNIMA		5	DÍAS /VENTA					
CUENTAS POR COBRAR PROMEDIO		15	DÍAS					
INVENTARIO PROMEDIO		30	DÍAS					
PROVEEDORES DÍAS PROMEDIO		30	DÍAS					
VENTAS PROYECTADAS				806.400,00	846.720,00	889.056,00	933.508,80	980.184,24
COSTO DE VENTAS %				330.624,00	353.767,68	378.531,42	405.028,62	433.380,62
CAPITAL DE TRABAJO NETO				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAJA	VENTAS 365	5		11.046,58	11.598,90	12.178,85	12.787,79	13.427,18
CUENTAS POR COBRAR	VENTAS 365	15		33.139,73	34.796,71	36.536,55	38.363,38	40.281,54
INVENTARIOS	COSTO VENTAS 365	30		27.174,58	29.076,80	31.112,17	33.290,02	35.620,32
PROVEEDORES	COSTO VENTAS 365	30		27.174,58	29.076,80	31.112,17	33.290,02	35.620,32
CAPITAL DE TRABAJO NETO				\$ 44.186,30	\$ 46.395,62	\$ 48.715,40	\$ 51.151,17	\$ 53.708,73
CAPITAL DE TRABAJO INCREMENTAL				\$ 44.186,30	\$ 2.209,32	\$ 2.319,78	\$ 2.435,77	\$ 2.557,56

Autor: Elaboración propia

Con una inversión adecuada en capital de trabajo, se espera que el negocio pueda alcanzar sus objetivos de venta y consolidarse en el mercado de los brasieres de mastectomía, generando beneficios económicos y sociales para la empresa y sus clientes.

7.2.2 Propiedad planta y equipo

En este apartado se explica de manera más detallada, la maquinaria y el equipo necesario para la constitución de la empresa, estos valores fueron calculados de acuerdo

con la cantidad necesaria estipulada en cada uno de los puntos, obteniendo un total de \$3.026,48 dólares de inversión.

Figura 30. Propiedad, Planta y Equipo

DETALLE	TIPO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
MAQUINAS DE COSER	MAQUINARIA Y EQUIPO	3	\$ 363,00	\$ 1.089,00
ESCRITORIOS	EQUIPO DE OFICINA	4	\$ 109,00	\$ 436,00
COMPUTADORAS	EQUIPO DE CÓMPUTO	2	\$ 400,00	\$ 800,00
ORGANIZADOR HILAZAS DE MADERA	MUEBLES Y ENSERES	3	\$ 30,00	\$ 90,00
CINTAS METRICAS	MAQUINARIA Y EQUIPO	3	\$ 1,00	\$ 3,00
AGUJAS N°11	MAQUINARIA Y EQUIPO	12	\$ 11,04	\$ 132,48
CORTADORA DE TELA CIRCULAR	MAQUINARIA Y EQUIPO	1	\$ 180,00	\$ 180,00
TIJERAS INDUSTRIAL	MAQUINARIA Y EQUIPO	3	\$ 32,00	\$ 96,00
MATERIALES DE OFICINA	EQUIPO DE OFICINA	1	\$ 200,00	\$ 200,00
TOTAL				\$ 3.026,48

Autor: Elaboración propia

Se adquirirán maquinarias y tecnologías especializadas que permitan la fabricación de productos de alta calidad, y se realizará un mantenimiento constante de los equipos para garantizar su óptimo funcionamiento.

7.2.3 Depreciación

La inversión en la propiedad, planta y equipo donde se estimó que se necesitaba un total de \$3.026,48 dólares tienen una vida útil de 10 años, como se puede observar en la figura 31, del año 1 al 3 cuenta una depreciación de \$489,32 dólares y a partir del año 4 al 5 la depreciación disminuye a \$222,65 dólares, dándonos el total depreciado durante los 5 años de \$1.913,00 dólares.

Figura 31. Depreciación

DETALLE	TOTAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN AÑO 1	DEPRECIACIÓN AÑO 2	DEPRECIACIÓN AÑO 3	DEPRECIACIÓN AÑO 4	DEPRECIACIÓN AÑO 5	VALOR EN LIBROS DEL ACTIVO
EDIFICIOS	\$ 0,00	20	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
EQUIPO DE CÓMPUTO	\$ 800,00	3	\$ 266,67	\$ 266,67	\$ 266,67			\$ 0,00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 636,00	10	\$ 63,60	\$ 63,60	\$ 63,60	\$ 63,60	\$ 63,60	\$ 318,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 1.500,48	10	\$ 150,05	\$ 150,05	\$ 150,05	\$ 150,05	\$ 150,05	\$ 750,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 90,00	10	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 45,00
TERRENOS	\$ 0,00		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
VEHÍCULOS DE TRANSPORTE	\$ 0,00	5	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL	\$ 3.026,48		\$ 489,32	\$ 489,32	\$ 489,32	\$ 222,65	\$ 222,65	\$ 1.113,00
TOTAL DEPRECIACIÓN (5 AÑOS)	\$ 1.913,00							

Autor: Elaboración propia

7.3 Gastos Operativos

Los gastos operativos incluyen rubros de servicios básicos, mantenimiento, suministros, publicidad, nómina, logística, arriendo, entre otros. En las siguientes figuras se visualizará los gastos administrativos y de venta, estos valores pueden variar de acuerdo con la necesidad de la empresa.

Se estima que anualmente se necesitan \$1,260 dólares para solventar los gastos, este puede variar en los próximos años de acuerdo con el nivel de producción, esto aplica para agua y energía eléctrica.

Figura 32. Servicios Básicos

SERVICIOS BÁSICOS	MENSUAL	ANUAL
AGUA	\$ 20,00	\$ 240,00
ENERGÍA ELÉCTRICA	\$ 70,00	\$ 840,00
INTERNET	\$ 15,00	\$ 180,00
		\$ 1.260,00

Autor: Elaboración propia

Se estima que anualmente se necesitará \$3.000 dólares para realizar el mantenimiento a las máquinas, este valor puede variar en los próximos años si se llega a incluir más maquinaria.

Figura 33. *Mantenimiento*

MANTENIMIENTO	MENSUAL	ANUAL
CORRECTIVO	\$ 100,00	\$ 1.200,00
PREVENTIVO	\$ 150,00	\$ 1.800,00
		\$ 3.000,00

Autor: Elaboración propia

Se estima la cantidad de 9 ya que cada operario tendrá 3 uniformes, el mismo es una camiseta polo, bordado el nombre de la empresa, para el mismo se necesita \$270,00 dólares, este puede variar si se integra una persona más en el personal.

Figura 34. *Uniformes*

UNIFORMES	CANTIDAD	COSTO UNIT	TOTAL
PLANTA	9	30	\$ 270,00
			\$ 270,00

Autor: Elaboración propia

Se estableció el precio de acuerdo un contrato, donde se estipulo que el valor del arriendo puede cambiar a partir del año 3, incrementando en un 10%.

Figura 35. *Arriendo*

ARRIENDOS	MENSUAL	ANUAL
OFICINAS	\$ 300,00	\$ 3.600,00
		\$ 3.600,00

Autor: Elaboración propia

El primer año cuenta con una mayor inversión para llegar al consumidor y hacer conocer la marca, además de enseñar los beneficios y cómo el brasier transformará la vida de las mujeres que utilicen el producto.

Figura 36. Publicidad

PUBLICIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLYERS	\$ 20.000,00	\$ 2.000,00	\$ 1.000,00		\$ 1.000,00
MEDIOS	\$ 10.000,00		\$ 5.000,00	\$ 6.000,00	\$ 7.000,00
REDES	\$ 2.500,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
	\$ 32.500,00	\$ 3.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 9.000,00

Autor: Elaboración propia

Anualmente para cubrir la nómina se necesitará \$86.581,80 dólares este valor va a variar cuando se vayan integrando más personas a las áreas que lo necesiten, de acuerdo con el ritmo de crecimiento de la empresa.

Figura 37. Nómina

NÓMINA								
SALARIO MÍNIMO VITAL		450,00	BENEFICIOS SOCIALES					
CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	TOTAL SUELDOS	12,15% APORTE PATRONAL =E*12,15%	FONDO DE RESERVA =E/12	XIII SUELDO =E/12	XIV SUELDO = \$450/12	VACACIONES =D/24
GERENTE	1	1.500,00	1.500,00	182,25	125,00	125,00	37,50	62,50
GERENTE ADMINISTRATIVO	1	1.100,00	1.100,00	133,65	91,67	91,67	37,50	45,83
MARKETING	1	350,00	350,00	42,53	29,17	29,17	37,50	14,58
VENTAS	2	450,00	900,00	109,35	75,00	75,00	75,00	37,50
OPERARIOS	3	450,00	1.350,00	164,03	112,50	112,50	112,50	56,25
TOTAL			5.200,00	631,81	433,34	433,34	300,00	216,66
		MENSUAL	7.215,15					
		ANUAL	86.581,80					

Autor: Elaboración propia

En la figura 38, el cálculo está realizado para las 2 exportaciones que se realizará en el año, esto será anualmente, los valores pueden cambiar, de acuerdo con los términos que se llegue con el mayorista, cambiando de Incoterm de CIF A FOB.

Figura 38. Logística

LOGÍSTICA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SEGURO	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 2.000,00	\$ 3.000,00	\$ 4.000,00
TRANSPORTE	\$ 8.500,00	\$ 8.500,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 15.000,00
	\$ 9.500,00	\$ 9.500,00	\$ 12.000,00	\$ 13.000,00	\$ 19.000,00

Autor: Elaboración propia

En la figura 39, se estipula los costos para la fabricación y empaque del producto, donde se incluye la prótesis mama, este valor va a variar, ya sea disminuyendo o incrementando de acuerdo con el nivel de producción que se tenga en los siguientes años.

Figura 39. *Otros*

OTROS	MENSUAL	ANUAL
ETIQUETAS Y CAJAS	\$ 200,00	\$ 2.400,00
TELA Y ACCESORIOS	\$ 1.152,00	\$ 13.824,00
PROTESIS	\$ 26.800,00	\$ 321.600,00
		\$ 337.824,00

Autor: Elaboración propia

7.3.1 Resumen de gastos operativos

Como se observó en el punto anterior, existen muchos factores a analizar necesarios, en la siguiente figura los tenemos detallados de una mejor manera donde se observa que a partir del año 2 disminuyen estos costos y en el año 5 vuelve a incrementar ya que la logística y la publicidad aumenta, en esta tabla de igual manera se contempla los gastos financieros.

Tabla 23. Resumen Gastos Operativos

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 434.835,12	\$ 434.835,12	\$ 434.835,12	\$ 434.568,45	\$ 434.568,45
Servicios Básicos	\$ 1.260,00	\$ 1.260,00	\$ 1.260,00	\$ 1.260,00	\$ 1.260,00
Mantenimiento	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Gasto Uniformes	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00
Útiles de Aseo y limpieza	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Útiles de Oficina	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Sueldos y beneficios	\$ 86.581,80	\$ 86.581,80	\$ 86.581,80	\$ 86.581,80	\$ 86.581,80
Depreciaciones	\$ 499,32	\$ 499,32	\$ 499,32	\$ 232,65	\$ 232,65
Gasto Arriendo	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00
Otros gastos	\$ 337.824,00	\$ 337.824,00	\$ 337.824,00	\$ 337.824,00	\$ 337.824,00
GASTOS DE VENTAS	\$ 42.000,00	\$ 12.500,00	\$ 19.000,00	\$ 20.000,00	\$ 28.000,00
Logística	\$ 9.500,00	\$ 9.500,00	\$ 12.000,00	\$ 13.000,00	\$ 19.000,00
Publicidad	\$ 32.500,00	\$ 3.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 9.000,00
GASTOS FINANCIEROS	\$ 4.843,24	\$ 4.069,57	\$ 3.208,78	\$ 2.251,08	\$ 2.251,08
Intereses pagados	\$ 4.843,24	\$ 4.069,57	\$ 3.208,78	\$ 2.251,08	\$ 2.251,08
SERVICIO DE LA DEUDA	\$ 11.714,20	\$ 11.714,20	\$ 11.714,20	\$ 11.714,20	\$ 11.714,20
TOTAL, EGRESOS	493.392,55	463.118,89	468.758,10	468.533,72	476.533,72

Autor: Elaboración propia

7.4 Estructura de financiamiento

El total de la inversión es de \$53.013 dólares donde el capital propio es del 18,86% que es \$10.000, el resto que representa el 81,14% será financiado por el Banco del Pichincha, el cual estableció una cuota de interés del 11,26%, financiando un total de \$43.013 dólares.

Tabla 24. Estructura de Financiamiento

TOTAL, INVERSIONES	\$ 53.013
CAPITAL PARA FINANCIAR	\$ 43.013
% CAPITAL PROPIO	18,86%
% CAPITAL A FINANCIAR POR TERCEROS	81,14%
CAPITAL PROPIO	\$ 10.000

Autor: Elaboración propia

La inversión de \$53.013 dólares para el proyecto es un hecho positivo, ya que demuestra la capacidad de emprendimiento y la búsqueda de oportunidades de crecimiento económico. Además, contar con un capital propio del 18,86% (equivalente a \$10.000 dólares) muestra una solidez financiera inicial y la disposición del inversor para asumir cierto riesgo.

7.4.1 Amortización de la deuda

El financiamiento consta de \$43.013 dólares, en el cual se maneja una tasa del 11,26%, teniendo un periodo de pago de 5 años, con pagos programados anuales hasta el año 4 de \$11.714,20 dólares, teniendo un total de intereses generados de \$15.558,20 dólares.

Tabla 25. Amortización

Nº. DE PAGO	FECHA DE PAGO	SALDO INICIAL	PAGO PROGRAMADO	IMPORTE TOTAL DEL PAGO	PRINCIPAL	INTERÉS	SALDO FINAL	INTERÉS ACUMULADO
1,00	02/07/2020	43.012,78	11.714,20	11.714,20	6.870,96	4.843,24	36.141,82	4.843,24
2,00	02/08/2020	36.141,82	11.714,20	11.714,20	7.644,63	4.069,57	28.497,20	8.912,81
3,00	02/09/2020	28.497,20	11.714,20	11.714,20	8.505,41	3.208,78	19.991,79	12.121,59
4,00	02/10/2020	19.991,79	11.714,20	11.714,20	9.463,12	2.251,08	10.528,67	14.372,67
5,00	02/11/2020	10.528,67	11.714,20	10.528,67	9.343,14	1.185,53	0,00	15.558,20

Autor: Elaboración propia

7.4.2 Tasa de descuento

De acuerdo con el cálculo realizado en la figura 41, la tasa de descuento se establece a través de WACC (Costo Medio Ponderado de Capital) donde se detalló que la tasa de la inflación es del 0,85% y el costo de oportunidad en promedio es del 9,84% como se lo detallo en la parte de abajo.

Figura 40. Tasa de Descuento

Kd (costo financiero de la deuda)	11,26%		
Ks (costo de oportunidad para el accionista)	15,00%		
Inflación (tasa de inflación acumulada anual)	0,72%		
Inversion Total = VALOR DE LA EMPRESA	\$ 53.012,78		
DEUDA A VALOR DE LA EMPRESA	81,14%		
CAPITAL A VALOR DE LA EMPRESA	18,86%		

TMAR ACCIONISTA	Ks	INFLACIÓN	Prima
	15,00%	0,72%	0,11%
TMAR PONDERADA ACCIONISTA (1)	15,83%	18,86%	2,99%

COSTO DE DEUDA	Kd		
	11,26%		
TASA PONDERADA DEUDA (2)	11,26%	81,14%	9,14%

WACC	2,99%	6,85%	9,84%
-------------	--------------	--------------	--------------

Autor: Elaboración propia

Una tasa de inflación relativamente baja del 0,85% indica una situación de estabilidad económica, lo que puede brindar cierta confianza en la proyección de los flujos de efectivo futuros. Por otro lado, un costo de oportunidad promedio del 9,84% muestra la rentabilidad esperada en inversiones alternativas de riesgo similar

7.5 Flujo de caja

De acuerdo con lo estipulado en los puntos anteriores, se estimó que existirá un incremento en los ingresos del 5%, con un incremento del 7% en los costos de manera anual, un incremento en la participación de los trabajadores del 15% y un 25% en el impuesto a la renta, esto ya se encuentra estipulado por la ley, esta información se la puede ver detallada en el anexo 3.

7.5.1 Punto de equilibrio

Para determinar el punto de equilibrio, se detallaron los costos fijos y variable para los 5 años en el anexo 4.

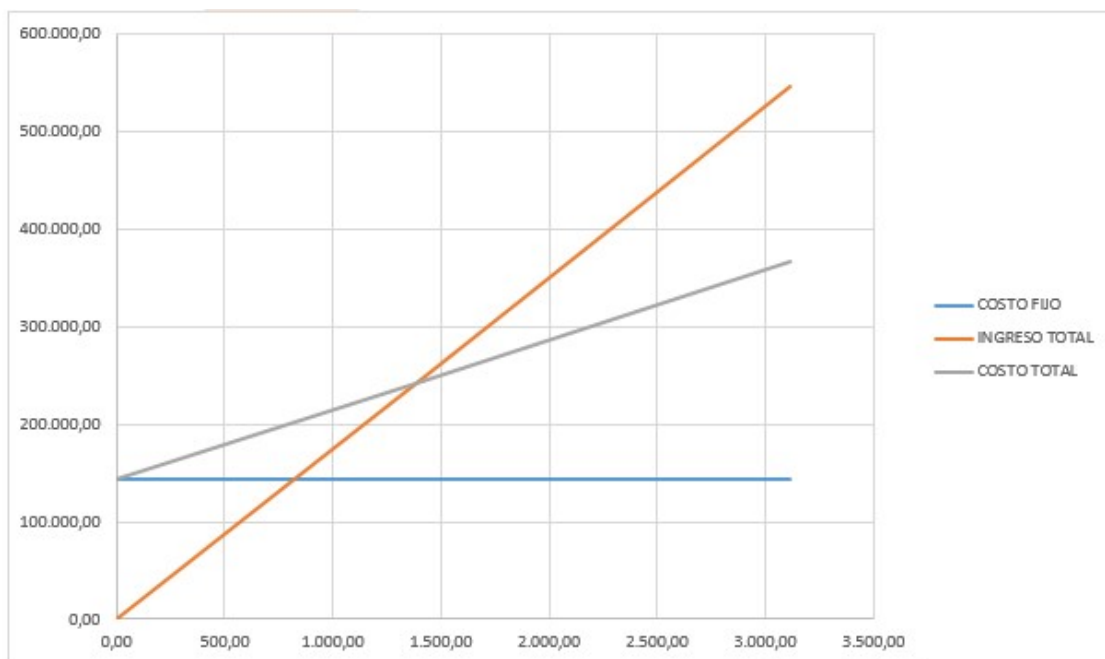
Tabla 26. Punto de Equilibrio

AÑOS	CANTIDAD	INGRESO TOTAL	COSTO TOTAL	COTO FIJO
1	1.385,00	806.400,00	474.478,36	142.594,36
2	1.091,00	806.400,00	444.204,69	112.320,69
3	1.146,00	806.400,00	449.843,90	117.959,90
4	1.144,00	806.400,00	449.619,53	117.735,53
5	1.222,00	806.400,00	457.619,53	125.735,53

Autor: Elaboración propia

Con una meta de ventas del 125%, el punto de equilibrio se puede visualizar en la tabla 28, donde se visualiza la cantidad mínima de ventas, siendo en el primer año 1.385 unidades, las mismas se ven reflejadas en la figura 41. La cantidad por año no está siendo comparada con años anteriores o posteriores.

Figura 41. Punto de Equilibrio-Año 1



Autor: Elaboración propia

7.6 Evaluación financiera

Para conocer si el proyecto es viable o no se ha calculado el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno y su índice de retorno, se la puede visualizar en la figura 42.

Una rentabilidad del 2,47% indica que el proyecto es capaz de generar ganancias y superar el costo de capital. Además, el periodo de recuperación de 3 años sugiere que la inversión inicial se recuperará en un plazo razonable.

El Valor Actual Neto (VAN) de \$77.776,79 es positivo, lo que significa que el proyecto generará un flujo de caja positivo y aumentará el valor de la empresa. Además, una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 37,84% es una tasa de rendimiento muy atractiva, superando claramente el costo de oportunidad y señalando una inversión rentable.

Figura 42. Evaluación Financiera

VAN		AÑOS						
		0	1	2	3	4	5	
WACC	9,84%	-53.012,78	-4.919,11	20.445,55	24.267,66	29.790,06	61.205,42	77.776,79
TIR	37,84%							
PERÍODO DE RECUPERACIÓN	3,04	AÑOS						
ÍNDICE DE RENTABILIDAD	2,47							

Autor: Elaboración propia

De acuerdo con el anexo 3 donde se reflejan las utilidades obtenidas desde el año 1 al año 5 y la figura 42 la cual representa factores que engloban todo el estudio financiero se llegó a la conclusión que este plan de negocio es positivo, ya que los indicadores presentados muestran que el proyecto es viable y prometedor.

8 BIBLIOGRAFÍAS

Bibliografía

- (SENAE), S. N. (s.f.). *Gob.ec*. Recuperado el 11 de Julio de 2023, de <https://www.gob.ec/senae/tramites/autorizacion-exportacion-definitiva-mercancias>
- (SRI), Servicio de Rentas Internas. (s.f.). *Gob.ec*. Recuperado el 11 de Julio de 2023, de <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-natural-ecuatoriana-extranjera-residente>
- AIG. (2022). Recuperado el 14 de Julio de 2023, de https://www.aig.com.ec/empresas/productos_y_servicios/transporte/cargo
- amazon. (2023). Recuperado el 04 de Julio de 2023, de https://www.amazon.com/s?k=elatico+picot&__mk_es_US=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&crd=15ZABYG2GLA8O&sprefix=elatico+picot%2Caps%2C160&ref=nb_sb_noss
- Amazon. (2023). Recuperado el 09 de junio de 2023, de <https://sell.amazon.com/es/beginners-guide>
- American Cancer Society. (s.f.). Recuperado el 09 de Julio de 2023, de <https://www.cancer.org/es/cancer/asuntos-financieros-y-cobertura/administracion-de-los-costos/programas-y-recursos-para-ayudar-con-los-gastos-relacionados-con-el-cancer.html>
- amoena. (2023). Recuperado el 27 de Junio de 2023, de <https://www.amoena.com/us-en/product-groups/recovery-care/>
- Anita. (2023). Recuperado el 27 de Junio de 2023, de ROSA FAIA: <https://www.anita.com/es/>
- Banco Mundial. (2022). Recuperado el 16 de JUNIO de 2023, de <https://archive.doingbusiness.org/es/data/exploreconomies/united-states>
- Banco Mundial. (2022). Recuperado el 12 de junio de 2023, de <https://www.worldbank.org/en/search?q=poblacion>
- Bella Moda. (2023). Recuperado el 04 de Julio de 2023, de <https://bellamoda.academy/que-maquina-de-coser-necesitas-para-lenceria/>
- biofemme. (2022). Recuperado el 26 de Julio de 2023, de <https://www.biofemme.com.mx/ventajas-del-uso-de-una-protesis-de-mama/>
- BREASTCANCER.ORG. (2022). Recuperado el 16 de JUNIO de 2023, de <https://www.breastcancer.org/es/datos-estadisticas>
- BREASTCANCER.ORG. (2023). Recuperado el 27 de Junio de 2023, de <https://www.breastcancer.org/es/tratamiento/cirugia/reconstruccion-mamaria/tipos/reconstruccion-con-implantes>
- BTC. (2022). Recuperado el 16 de JUNIO de 2023, de <https://www.noticieroficial.com/noticias/los-brasieres-con-protesis-para-uso-pos-mastectomiano-no-están-sujetos-al-gravamen-del-iva-2/247484>

- Cajadecarton.es.* (2023). Recuperado el 08 de Julio de 2023, de <https://www.cajadecarton.es/caja-carton-canal-simple-310x220x270mm>
- Centers for Disease Control and Prevention.* (2023). Recuperado el 05 de Julio de 2023, de <https://gis.cdc.gov/Cancer/USCS/#/AtAGlance/>
- CEREM.* (28 de Febrero de 2023). Recuperado el 12 de Julio de 2023, de Global Business School: <https://www.cerem.es/blog/que-es-un-contrato-internacional-de-compraventa>
- Cir. plást. iberolatinoam.-Vol. 45 - Nº 4.* (2019). Recuperado el 27 de Junio de 2023, de <https://scielo.isciii.es/pdf/cpil/v45n4/1989-2055-cpil-45-04-0369.pdf>
- comerciendo global.* (2020). Recuperado el 04 de Julio de 2023, de <https://com-global.es/es/blog-dificultades-para-entrar-en-el-mercado-de-los-ee-uu/>
- Correa, M. (2018). *SciELO.* Recuperado el 30 de Junio de 2023, de https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-12962017000300015
- DIANE & GEORDI.* (2022). Recuperado el 30 de Junio de 2023, de <https://dianeandgeordi.com/blogs/news/tendencias-en-bras>
- divina ONCO BEAUTY.* (2022). Recuperado el 27 de Junio de 2023, de <https://www.divinaoncobeauty.com/blog/sujetador-post-mastectomia-para-cancer-de-mama/>
- DSV.* (2020). Recuperado el 13 de Julio de 2023, de <https://www.dsv.com/es-es/ayuda/faq/tipos-de-incoterms-2020#Incoterms-2020-FCA>
- El sol de Mexico.* (2023). Recuperado el 27 de Junio de 2023, de <https://www.elsoldemexico.com.mx/mexico/sociedad/donde-puedo-conseguir-brasieres-para-sobrevivientes-cancer-de-mama-4299467.html>
- ELEMPAQUE.* (2023). Recuperado el 08 de Julio de 2023, de <https://www.elempaque.com/es/productos/copa-doble>
- Escotto, V. (2020). *BUSINESS INSIDER.* Recuperado el 27 de Junio de 2023, de <https://businessinsider.mx/liberate-te-damos-4-razones-para-no-utilizar-el-brasier-nunca-mas/>
- Export Potential Map.* (2023). Recuperado el 05 de Julio de 2023, de <https://exportpotential.intracen.org/es/markets/analyze?fromMarker=w&exporter=w&toMarker=j&whatMarker=k&what=902139>
- FEDERAL TRADE COMMISSION.* (2023). Recuperado el 04 de Julio de 2023, de <https://www.ftc.gov/legal-library/browse/rules/fair-packaging-labeling-act-regulations-under-section-4-fair-packaging-labeling-act>
- FIME.* (2023). Recuperado el 26 de Julio de 2023, de By Informa Markets: <https://www.fimeshow.com/es/general/informacion-de-la-feria.html>
- FLORIDA BREAST CANCER FOUNDATION.* (s.f.). Recuperado el 09 de Julio de 2023, de <https://www.floridabreastcancer.org/>

- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Mocha (GADMC-MOCHA). (s.f.). *Gob.ec*. Recuperado el 11 de Julio de 2023, de <https://www.gob.ec/gadmc-mocha/tramites/tramite-requisitos-obtener-patente-municipal>
- Guarderas, C. (2022). *Meythaler & Zambrano*. Recuperado el 02 de Julio de 2023, de <https://www.meythalerzambranoabogados.com/post/fijaci%C3%B3n-del-salario-b%C3%A1sico-unificado-del-trabajador-para-el-2023-en-us-450-00>
- Indigo*. (2020). Recuperado el 30 de Junio de 2023, de <https://www.reporteindigo.com/piensa/unichici-el-sosten-creado-por-labralette-para-mujeres-con-mastectomia/#:~:text=La%20inclusi%C3%B3n%20en%20la%20lencer%C3%ADa,con%20todo%20tipo%20de%20cuerpos>.
- Jodee*. (2023). Recuperado el 27 de Junio de 2023, de <https://www.jodee.com/mastectomy-bras>
- LARRABEZUA*. (2020). Recuperado el 22 de Julio de 2023, de GRUPO EMPRESARIAL: <https://www.larrabezua.com.mx/cuales-son-los-requisitos-para-exportar-mercancias-a-estados-unidos/>
- LEONISA*. (2023). Recuperado el 20 de Junio de 2023, de <https://leonisa.ec/products/brastop-ultra-confort-multiusos-y-de-mastectomia>
- LIDERES*. (s.f.). Recuperado el 16 de JUNIO de 2023, de <https://www.revistalideres.ec/lideres/obstaculos-alejan-pais-mantener-beneficios.html>
- Livit*. (2023). Recuperado el 20 de Junio de 2023, de Amanda Gonzales: <https://livit.com.co/producto/brasier-con-marco-en-m-118/>
- Lucero, N. (2014). *Universidad Tecnica del Norte*. Recuperado el 02 de Julio de 2023, de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/4080/2/04%20DTM%2004%20Informe%20T%C3%A9cnico.pdf>
- Mapa de acceso al mercado*. (2023). Recuperado el 14 de Julio de 2023, de ITC: <https://www.macmap.org/en//query/results?reporter=842&partner=218&product=902139&level=6>
- Merceria Mayorista La Paloma*. (2023). Recuperado el 04 de Julio de 2023, de <https://www.mercerialapaloma.com.ar/productos/detalles/553a2ee4-0f60-40bf-bd66-83bd1e9176dc/taza-corpino-soft-triangular-xpar>
- Mordor Intelligence*. (2023). Recuperado el 16 de JUNIO de 2023, de <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/lingerie-market>
- MORDOR INTELLIGENCE*. (2023). Recuperado el 25 de JUNIO de 2023, de <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/lingerie-market>
- Mosquera, A. R.-M. (2019). Recuperado el 27 de Junio de 2023, de https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/bitstream/handle/20.500.12746/4349/19.%20Alexis_Rojas%20Matilde_Mosquera.pdf?sequence=2&isAllowed=y

- Ng, A. (2023). *Alibaba.com*. Recuperado el 08 de Julio de 2023, de <https://baba-blog.com/es/packaging-for-underwear/>
- OPS. (2018). Recuperado el 05 de Julio de 2023, de <https://www.paho.org/sites/default/files/Cancer-mama-Americas-factsheet-ES%20%281%29.pdf>
- Organizacion Panamericana de la Salud. (2023). Recuperado el 27 de Junio de 2023, de <https://www.paho.org/es/temas/cancer-mama>
- patka studio. (2023). Recuperado el 04 de Julio de 2023, de <https://patkastudio.com/materiales-necesarios-para-coser-lenceria/>
- PROECUADOR. (2023). *n.ferias*. Recuperado el 08 de JUNIO de 2023, de <https://www.nferias.com/orlando/>
- Quiroa, M. (2020). *economipedia*. Recuperado el 04 de Julio de 2023, de <https://economipedia.com/definiciones/amenazas-de-una-empresa.html#:~:text=Sin%20duda%2C%20por%20lo%20regular,ser%20adversas%20para%20su%20desarrollo.>
- RD. (2018). Recuperado el 26 de Julio de 2023, de PRINTERSERVICE: <https://rdprinterservice.com.ar/cinco-consejos-para-implementar-etiquetas-para-ropa/>
- Revista Sanitaria de Investigación*. (30 de Noviembre de 2022). Recuperado el 07 de Julio de 2023, de <https://revistasanitariadeinvestigacion.com/impacto-emocional-en-mujeres-sometidas-a-mastectomia/>
- SBA. (11 de Julio de 2023). Recuperado el 22 de Julio de 2023, de La Agencia Federal de Pequeños Negocios: <https://www.sba.gov/es/guia-de-negocios/haga-crecer-su-empresa/exporte-productos/ventas-internacionales/conozca-las-leyes-y-reglamentos-de-importacion-y-exportacion#id-normas-de-exportacion-e-importacion>
- SCIELO. (2021). Recuperado el 27 de Junio de 2023, de https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0376-78922018000200011
- SEARATES. (2023). Recuperado el 13 de Julio de 2023, de <https://www.searates.com/es/services/distances-time/>
- studio costura. (2016). Recuperado el 04 de Julio de 2023, de <https://www.studiocostura.com/blog/2016/9/26/bramaking-elastic-guide>
- susan G. Komen. (s.f.). Recuperado el 09 de Julio de 2023, de https://www.komen.org/community/florida/?req_url=https://komenflorida.org/
- TRADEMAP. (2023). Recuperado el 16 de JUNIO de 2023, de https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=1%7c218%7c%7c%7c9021%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
- Turk, R. (04 de Marzo de 2019). *FASHIONUNITED*. Recuperado el 05 de Julio de 2023, de <https://fashionunited.mx/noticias/moda/5-tendencias-en-lenceria/2019030426303>
- Victoria's Secret. (2023). Recuperado el 20 de Junio de 2023, de <https://sp.victoriasssecret.com/ec/vs/bras->

catalog/5000008455?brand=vs&collectionId=7f622399-b192-4ac9-9a84-dcfd7d5862d7&limit=180&orderBy=REC&priceType=regular&productId=2b42536a-0d1f-4b88-894f-40df84f88bb8&stackId=a3669156-8448-46f7-bfcc-c84f851261af&ge

Kotler, P. (2016). *Dirección de Marketing*.

9 ANEXOS

ANEXO 1. Cotización Materia Prima

MILCOLORES CIA. LTDA.
 MILCOLORES SHYRIS
 SUCURSAL
 RUC 179141011400
 AV. LOS SHYRIS N33-08 Y ROSA
 TELEFONO 022461521 FAX 022224509
 PROFORMA # 000000007682
 VENDEDOR GETIAL DANIA YADIRA

Pag
 27/07/2023
 12:00:45

FECHA 27/07/2023

CLIENTE 1726515721 DOMENICA RAFAELA CAÑIZARES RODRIGUEZ
 DIRECCION CALDERON RUC 1726515721

CODIGO	PRODUCTO	# UNIDADES	CANTIDAD	PRECIO	%	10181
66PENTA/599	JERSEY PENTAURO C.10-160A NEGRO MTR	0.00	35.00	4.8750	0.00	170.6250
19ENCAS-G03/599	ENCAJE ELASTICO JACARDTRONIC 15MM NEGRO MTR	0.00	60.00	0.5804	0.00	34.8240
19ENCAS-K06/599	ENCAJE ELASTICO JACARDTRONIC 25MM NEGRO MTR	0.00	50.00	0.8036	0.00	40.1800
66HUMO/599	LUCRAMESH HUMO VALI.10 NEGRO MTR	0.00	35.00	4.4375	0.00	155.3125
43NEMIM/595	BENGALINA DENIM N03-147A NEGRO MADERA MTR	0.00	27.00	6.4375	0.00	173.8125
16MARA12	ELASTICO MARACAJA COLORES 12 MM MTR	0.00	50.00	0.4018	0.00	20.0900
11COPAR/000	COPA NIC CON REALCE 9-32 BLANCO UNIDAD	0.00	100.00	2.5893	0.00	258.9300
15RAZ05/599	CINTA RAZO 5MM NEGRO MTR	0.00	100.00	0.0446	0.00	4.4600
66PENTA/003	JERSEY PENTAURO C.APT-160A MARFIL IVORY MTR	0.00	35.00	4.8750	0.00	170.6250
		0.000	492.000			1028.95
EF	EFFECTIVO	1,152.32				0.00
						102.70
						0.00
						1152.32

SubTOTAL 1028.95
 DESCUENTO 0.00
 IMPUESTO 102.70
 FINANCIAMIENTO 0.00
 TOTAL 1152.32

solo preforma

DEBO Y PAGARE A MILCOLORES CIA. LTDA. DE CONTADO EL VALOR DE ESTA FACTURA, CASO CONTRARIO AUTORIZO MI

ANEXO 2. Estructura Contrato de Compraventa

CONTRATO DE COMPRAVENTA

Este contrato de exportación compraventa ("Contrato") se celebra en [ciudad], Ecuador, en la fecha [fecha], entre:

[Nombre de la empresa exportadora]

Dirección: [dirección de la empresa exportadora]

Representada por: [nombre del representante legal]

En adelante denominada "Exportador"

Y

[Nombre de la empresa importadora]

Dirección: [dirección de la empresa importadora]

Representada por: [nombre del representante legal]

En adelante denominada "Importador"

En conjunto, se les denominará como las "Partes".

Objeto del Contrato

El Exportador, con sede en Ecuador, se compromete a exportar y el Importador, con sede en Estados Unidos, se compromete a importar los siguientes productos de ropa (en adelante, los "Productos"):

[Descripción detallada de los productos a exportar, incluyendo especificaciones técnicas, cantidades, tallas, colores, etc.]

Términos y Condiciones**2.1 Precio y Pago**

El Importador se compromete a pagar al Exportador el precio total de [monto total] por los Productos, de acuerdo con las siguientes condiciones:

El pago se realizará en dólares estadounidenses.

[Condiciones de pago, por ejemplo, porcentaje inicial a la firma del contrato, pagos parciales durante la producción, saldo antes del envío, etc.]

2.2 Envío y Entrega

El Exportador se compromete a entregar los Productos al puerto de embarque especificado por el Importador en Ecuador, de acuerdo con los términos y condiciones acordados por ambas partes. Los costos y responsabilidades asociados con el transporte, seguro y trámites aduaneros serán asumidos por [Exportador/Importador] según se acuerde previamente.

2.3 Inspección de Calidad

Antes del envío, el Importador tiene derecho a realizar una inspección de calidad de los Productos por parte de una entidad independiente acordada por ambas partes. Si los Productos no cumplen con los estándares de calidad acordados, el Exportador deberá corregir las deficiencias o reemplazar los productos afectados antes del envío.

2.4 Documentación

El Exportador se compromete a proporcionar al Importador la documentación necesaria para la exportación de los Productos, incluyendo facturas comerciales, lista de empaque, certificados de origen, documentos de transporte y cualquier otro documento requerido para el despacho aduanero en Estados Unidos.

Derechos y Obligaciones**3.1 Del Exportador:**

Cumplir con todas las leyes y regulaciones aplicables a la exportación de los Productos desde Ecuador.

Embalajar los Productos de manera adecuada y segura para el transporte internacional.

Entregar los Productos dentro del plazo acordado y en las condiciones de calidad pactadas.

3.2 Del Importador:

Realizar los pagos acordados de acuerdo con las condiciones establecidas.

Proporcionar al Exportador la información necesaria para la importación de los Productos en Estados Unidos.

Cumplir con todas las leyes y regulaciones aplicables a la importación de los Productos en Estados Unidos.

Confidencialidad

Ambas partes se comprometen a mantener la confidencialidad de cualquier información o datos comerciales confidenciales revelados durante la ejecución de este Contrato.

Terminación

Este Contrato puede ser terminado por cualquiera de las partes mediante notificación por escrito a la otra parte con [cantidad de días] de antelación.

Ley Aplicable y Resolución de Conflictos

Este Contrato se regirá e interpretará de acuerdo con las leyes de Ecuador. Cualquier controversia o reclamo surgido de este Contrato será sometido a la jurisdicción exclusiva de los tribunales competentes de Ecuador.

Las Partes declaran que han leído este Contrato, comprenden su contenido y lo aceptan en su totalidad.

Firmado por:

[Nombre del Exportador]

[Nombre del representante legal]

[Fecha]

[Nombre del Importador]

[Nombre del representante legal]

[Fecha]

ANEXO 3. Tabla Flujo de Caja

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
VENTAS SERVICIOS		806.400,00	846.720,00	889.056,00	933.508,80	980.184,24
(-) COSTOS DE VENTAS		330.624,00	353.767,68	378.531,42	405.028,62	433.380,62
= UTILIDAD BRUTA EN VTAS		475.776,00	492.952,32	510.524,58	528.480,18	546.803,62
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		434.335,80	434.335,80	434.335,80	434.335,80	434.335,80
(-) DEPRECIACIONES		499,32	499,32	499,32	232,65	232,65
(-) GASTOS DE VENTAS		42.000,00	12.500,00	19.000,00	20.000,00	28.000,00
= UTILIDAD OPERACIONAL		-1.059,12	45.617,20	56.689,46	73.911,73	84.235,17
(-) GASTOS FINANCIEROS		4.843,24	4.069,57	3.208,78	2.251,08	2.251,08
Intereses pagados		4.843,24	4.069,57	3.208,78	2.251,08	2.251,08
= UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN		-5.902,36	41.547,63	53.480,68	71.660,66	81.984,09
Part. utilidades Trabajadores		0,00	6.232,14	8.022,10	10.749,10	12.297,61
UTILIDAD ANTES DE IMPTOS		-5.902,36	35.315,49	45.458,58	60.911,56	69.686,48
Impuesto a la Renta		0,00	8.828,87	11.364,64	15.227,89	17.421,62
=UTILIDAD NETA		-5.902,36	26.486,61	34.093,93	45.683,67	52.264,86
Flujo de Caja de Operaciones						
= UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN		-5.902,36	41.547,63	53.480,68	71.660,66	81.984,09
Part. utilidades Trabajadores		0,00	-6.232,14	-8.022,10	-10.749,10	-12.297,61
Impuesto a la Renta		0,00	-8.828,87	-11.364,64	-15.227,89	-17.421,62
(+) Depreciación		499,32	499,32	499,32	232,65	232,65
Total, Flujo de Caja Operacional		-5.403,04	26.985,93	34.593,25	45.916,32	52.497,51
Flujo de Caja de Inversiones o valor de liquidación						
Activos	-8.826,48					1.163,00
CTN INICIAL	-44.186,30	-2.209,32	-2.319,78	-2.435,77	-2.557,56	0,00
Recuperación CTN						44.186,30
Total, Flujo de Caja de Inversiones	-53.012,78	0,00	-2.319,78	-2.435,77	-2.557,56	45.349,30
Flujo de Caja del Proyecto	-53.012,78	-5.403,04	24.666,15	32.157,48	43.358,76	97.846,81

Autor: Elaboración propia

ANEXO 4. Tabla Punto de Equilibrio

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
COSTOS FIJOS	\$ 142.594,36	\$ 112.320,69	\$ 117.959,90	\$ 117.735,53	\$ 125.735,53
Sueldos y beneficios	\$ 86.581,80	\$ 86.581,80	\$ 86.581,80	\$ 86.581,80	\$ 86.581,80
Gasto Uniformes	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00
Depreciaciones	\$ 499,32	\$ 499,32	\$ 499,32	\$ 232,65	\$ 232,65
Mantenimiento	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Útiles de Aseo y limpieza	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Gasto Publicidad	\$ 32.500,00	\$ 3.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 9.000,00
Logística	\$ 9.500,00	\$ 9.500,00	\$ 12.000,00	\$ 13.000,00	\$ 19.000,00
Útiles de Oficina	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Intereses pagados	\$ 4.843,24	\$ 4.069,57	\$ 3.208,78	\$ 2.251,08	\$ 2.251,08
Gasto Arriendo	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00
COSTOS VARIABLES	\$ 331.884,00	\$ 331.884,00	\$ 331.884,00	\$ 331.884,00	\$ 331.884,00
Servicios Básicos	\$ 1.260,00	\$ 1.260,00	\$ 1.260,00	\$ 1.260,00	\$ 1.260,00
COSTO DE VENTAS	\$ 330.624,00	\$ 330.624,00	\$ 330.624,00	\$ 330.624,00	\$ 330.624,00
COSTO TOTAL	\$ 474.478,36	\$ 444.204,69	\$ 449.843,90	\$ 449.619,53	\$ 457.619,53
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 806.400,00	\$ 806.400,00	\$ 806.400,00	\$ 806.400,00	\$ 806.400,00
PE EN VENTAS	\$ 242.327,11	\$ 190.879,56	\$ 200.462,93	\$ 200.081,61	\$ 213.676,94
% CON RESPECTO A LAS VENTAS	30,05%	23,67%	24,86%	24,81%	26,50%
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	1.385	1.091	1.146	1.144	1.222

Autor: Elaboración propia