



---

## **CAPITULO I**

### **1.0 El Problema**

#### **1.01 Planteamiento del Problema**

En el Ecuador el desconocimiento del poder curativo y el uso adecuado de las plantas y productos naturistas, ha permitido que la comunidad en su mayoría se oriente al consumo de medicamentos que contienen compuestos químicos, el cual en su defecto alivia las molestias que se presentan en el organismo, pero a su vez tiende a la destrucción de otros órganos internos, lo que nos lleva a contraer nuevas enfermedades que provocan cambios a la apariencia física.

En la actualidad los problemas de salud ha sido producto de la automedicación y la mala nutrición lo que ha provocado un desequilibrio en el organismo y en muchos casos problemas psicológicos, lo cual ha permitido que la ciencia y tecnología se enfoque en la medicina naturista llevando así a la investigación de nuestra flora y fauna que tengan poderes medicinales.

Los medicamentos naturales en si también son parte de algunos medicamentos químicos por el principio activo que las plantas tienen y son sustraídos para ser sintetizado en el laboratorio, es por lo que la tecnología en el país está enfocada en el estudio ancestral de las plantas y productos medicinales que son nativas de Ecuador con el único propósito de cuidar y trabajar en lo nuestro, evitando que científicos e industrias extranjeras hagan uso y se lleven el conocimiento medicinal de las plantas para formar medicamentos, que luego sean comercializados a nuestro país con precios excesivos que la mayoría de los ecuatorianos no podemos pagar.



---

La medicina natural está enfocada en aliviar las molestias que se presentan en el organismo vivo, sin causar daño en órganos o sistemas; existiendo este tipo de perjuicio al administrar fármacos químicos, además se podría mencionar que la medicina naturista en su totalidad no tiene efectividad o reacción rápida lo que ha sido un gran obstáculo para su desarrollo provocando así un gran desinterés por parte de la comunidad ecuatoriana.

Así centrados en la situación actual, en las necesidades de la comunidad y con muchas desventajas como la prescripción médica, la competencia de industrias farmacéuticas y la falta de conocimiento del poder curativo de medicina ancestral, se va a investigar y a estudiar teorías de plantas y productos naturistas con el objetivo de mantener una salud óptima y segura.



---

## **1.02 Objetivo General**

Identificar y determinar el índice de población que consume productos naturistas en el cuidado de su salud para la creación de un Centro Naturista en la parroquia de San José de Minas, Cantón Quito, 2014

## **1.03 Objetivos Específicos**

Conocer las preferencias del consumidor por los productos naturistas

Realizar un estudio de mercado para determinar el consumo del producto.

Evaluar el consumo de productos naturistas a través de una encuesta.

Identificar las posibles competencias.

## **1.04 Justificación**

---

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO NATURISTA EN LA PARROQUIA DE SAN JOSÉ DE MINAS, PROVINCIA DE PICHINCHA, CANTÓN QUITO 2013-2014.



---

La importancia de este estudio es proveer e informar a la comunidad de la parroquia de San José de Minas, cantón Quito, sobre los productos naturistas y el mantenimiento de nuestra salud, teniendo en cuenta que una persona enferma afecta al núcleo familiar y este a su vez a la sociedad siendo así un desequilibrio para el país. Razón por la cual este estudio se encamina a determinar los factores sociales, económicos y culturales que inciden la adquisición de estos productos puntualizando los elementos claves de cada uno de los factores.

El estudio planteado busca mediante una investigación, la creación de un centro naturista que permita la comercialización de productos naturales en la parroquia de San José de Minas, cantón Quito, aprovechando la oportunidad de negocio partiendo de un estudio de mercado.

El motivo de este proyecto además de estar enfocado en el plan del buen vivir también está centrado en la comercialización de medicamentos naturales que no causen efectos adversos en el consumidor, existiendo un problema general con el consumo de medicina quimioterapéutica que no solo afecta al Ecuador sino al mundo entero, siendo un factor principal para concientizar a que la gente no abandone el saber ancestral, siendo este un problema para la pérdida de culturas, permitiendo que especies vegetales desaparezcan o que industrias extranjeras se apoderen para luego comercializarlas.

La creación del centro naturista, a más de obtener fines económicos y brindar un servicio, su propósito es contribuir con la comunidad, en la oferta de productos que ayuden a mantener su organismo en condiciones saludables.



---

### **1.05 Antecedentes**

Desde el principio de los tiempos la humanidad ha tenido que satisfacer sus necesidades en cuanto al mantenimiento de su salud mediante el desarrollo de las culturas, llegando a una relación entre el hombre y las plantas medicinales a través de la historia.

Antiguamente se pudo identificar las propiedades curativas y virtudes que ciertas plantas poseen, lo cual fue tomado por el hombre para sus curaciones, considerado al mismo como Chamanes, quienes hasta hoy en la actualidad alcanzan puestos jerárquicos en ciertas tribus, con el conocimiento del poder curativo de hierbas, alimentos, extractos, que hoy en el siglo XXI es considerada como medicina natural.

Las ciencias de la naturaleza y de la vida iniciaron un cambio importante que les llevó a alcanzar la suficiente madurez como para convertirse en sólidos apoyos para la nueva ciencia médica. Por una parte el estudio químico de la composición de los productos naturales así como sus sustancias activas, y por otra el análisis de los mecanismos de acción, gracias a la excelente relación entre la química y la medicina, dieron lugar al gran avance de estas ciencias, de la patología y de la clínica.

Finalmente, la aparición de los antibióticos, la síntesis química de medicamentos y el surgimiento de grandes industrias farmacéuticas relegarían a un segundo plano los conceptos románticos de la medicina natural.

“La medicina natural es la ciencia que aborda la capacidad curativa de nuestro propio organismo, el uso terapéutico de las sustancias y elementos naturales de



---

nuestro entorno, y la aplicación de los procesos naturales y actividades fisiológicas con fines terapéuticos.”(Malte Bering y Pablo Saz)

La medicina natural es la primera en la existencia de la humanidad, lo que ha permitido la evolución hoy en la actualidad formando la medicina tradicional y dejando de lado la medicina alternativa, esto ha generado que industrias farmacéuticas potencialicen su venta y abarquen la mayor parte del mercado.

Durante los últimos años se ha desarrollado en la parroquia de San José de Minas una cultura relacionada con la medicina natural la misma que ha en crecimiento y de la salud de la comunidad y el cuidado de su estado físico, lo que ha permitido que exista una demanda por este tipo de productos y medicinas por lo cual se podría determinar que la falta del centro naturista en esta parroquia es el problema que radica, y lleva a su adquisición se realice por precios elevados o tiempos insatisfechos.



## CAPITULO II

### 2.01 Aspectos Económicos

#### 2.01.01 Ambiente Externo

##### 2.01.01.01 la inflación.

Permite determinar el crecimiento o variación entre el precio al consumidor a partir de la canasta de bienes y servicios demandados por el consumidor, lo que nos permite calcular las tasas de variaciones mensuales, anuales o acumuladas.

Tabla 1, la inflación

AÑO	MILLONES DE USD
2008	8.3
2009	4.3
2010	3.3
2011	4.5
2012	4.2
2013	3.9

Figura #1 Inflación



**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado:** Jerson Navarro

La evidencia estadística señala que la inflación ha estado acompañada por un rápido crecimiento de la cantidad de dinero, y de precios o elevaciones salariales, lo que a su vez ha permitido que la sociedad tienda a consumir más y así permita el desarrollo de distintas industrias productoras y comerciales de medicina natural, siendo esta factor una oportunidad debido a que el recurso humano tiende a consumir más, si sus ingresos económicos se incrementan.

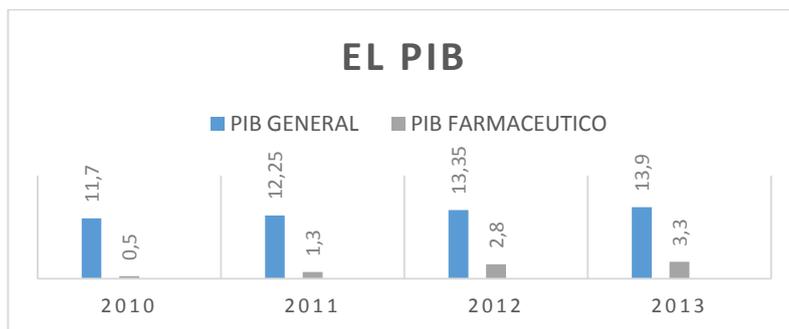


### 2.01.01.02 Producto Interno Bruto (PIB)

El mercado farmacéutico ecuatoriano en el año 2009, alcanzo ventas por un valor aproximado de \$523.4 millones de dólares, lo que representa casi 2% del PIB con un crecimiento del 6% en el último año. La participación del sector privado y público, fue de 86.86% y 13.14% respectivamente.

Es un mercado de unos 350 millones USD. De este total el 80% forma el mercado privado y el resto (20%) es la participación pública en el sector. Se calcula que entre un 25% y un 30% de los ecuatorianos ha tenido la posibilidad real de acceder a medicinas los últimos años.

Figura # 2 Producto Interno Bruto



Fuente: Banco Central del Ecuador

### ANAISIS

Este crecimiento a su vez ha permitido que aumente el nivel de vida de cada familia, siendo este factor una oportunidad para el desarrollo de este proyecto, conservando la medicina natural y el mantenimiento del saber ancestral.



### 2.01.01.03 Tasa de Interés Activa

La tasa de interés activa son las que la organización financiera aplica en los créditos que otorgue a sus asociados y el monto de intereses resultante representará su ganancia en las operaciones crediticias.

La tasa activa se encuentra en el 8.22% esto ha permitido que las entidades u organizaciones financieras realicen ciertas inversiones para su crecimiento y a su vez prestamos lo cual mediante este interés obtiene ingresos, por los cuales deben pagar impuestos y esto a su vez se convierte en un recurso más para el desarrollo y cubrimiento de ciertas necesidades que atraviese el país.

#### ANALISIS

Este factor externo puede ser una oportunidad en el desarrollo del proyecto, permitiendo así la realización de un crédito que permita la puesta en marcha del Centro Naturista.

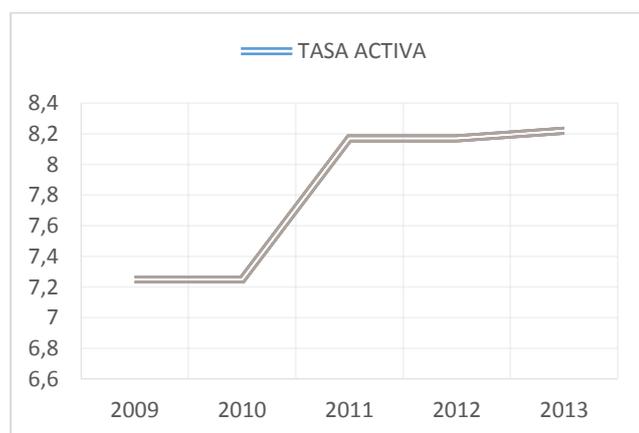
**Tabla 2: Tasa Activa del Ecuador**

AÑOS	TASA ACTIVA %
2009	7.25
2010	7.25
2011	8.17
2012	8.17
2013	8.17

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado:** Jerson Navarro

**Figura # 3 Tasa Activa del Ecuador**





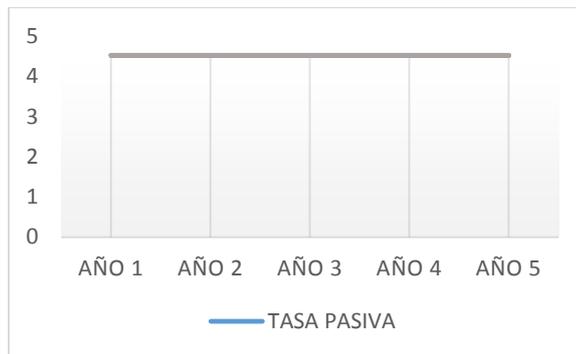
#### 2.01.01.04 Tasa de Interés Pasiva

La tasa de interés pasiva es la que la entidad financiera deba pagar a quienes le han prestado dinero para su desarrollo comercial, financiero o de inversiones, y el monto de intereses resultante que pague presentará una pérdida

**TABLA 3: Tasa Pasiva Referencial**

AÑOS	TASA PASIVA %
2010	4.53
2011	4.53
2012	4.53
2013	4.53
2014	4.53

**Figura # 4 Tasa Pasiva Referencial**



**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado:** Jerson Navarro

#### ANALISIS

La tasa pasiva se encuentra en 4.53%, lo que ha permitido que ciertas personas que tienen cantidades de recursos económicos que no están siendo producidos en algún negocio, inviertan en entidades financieras para el crecimiento de su capital, y a su vez ayuda a que la organización financiera se mantenga fluyente siendo un apoyo para determinados individuos que quieren montar su propia empresa y tienen la necesidad de un préstamo.



### 2.01.01.05 Factor Social

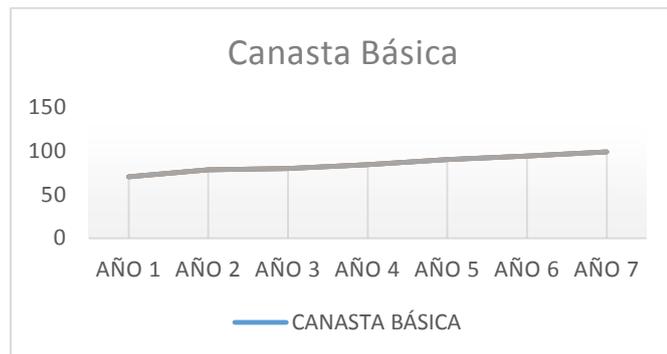
#### 2.01.01.05.01 Canasta Básica

La cobertura del presupuesto familiar (proporción de la Canasta Básica que está cubierta con el ingreso mínimo de 1,6 perceptores) llegó a 98,7% frente al 93,8% de enero del 2012, un aumento de 4,9 puntos, según el último reporte del Índice de Precios al Consumidor (IPC), publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

Tabla # 4 Nivel de Crecimiento de la Canasta Básica

AÑOS	CANASTA B. %
2007	70,12
2008	77,97
2009	79,47
2010	83,84
2011	89,82
2012	93,78
2013	98,67

Figura #5 Nivel de Crecimiento de la Canasta Básica



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado: Jerson Navarro

#### ANALISIS

La Canasta Básica se ubicó en 601,60 dólares, mientras el ingreso familiar mensual con 1,6 perceptores es de 593,6 dólares, es decir que los ingresos a través del sueldo básico actual solo cubriría el 50% de la canasta básica de una familia en el caso de que un hogar solo sea afrontado por una sola persona.



---

### 2.01.02 Aspectos Sociales

Los datos obtenidos se realizan con la información proporcionada por el INEC

#### 2.01.02.01 La Población

La población son todas las unidades sobre las cuales se busca información. Se define como un conjunto finito o infinito de elementos, seres o cosas que presentan características comunes entre sí.

La población constituyen en este caso los habitantes de San José de Minas, Chavezpamba, Giganta y Atahualpa pertenecientes a la provincia de Pichincha, según el INEC en el censo realizado en el 2010, los habitantes son:

**Tabla #5 Habitantes de la Parroquia de San José de Minas**

GENERO	HABITANTES
MUJERES	6,807.00
HOMBRES	7,193.00
TOTAL	14,000.00

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado:** Jerson Navarro

Estos datos proporcionados por el INEC son generales de la provincia de Pichincha, determinando que del total de habitantes 14.000 habitantes pertenecen a la parroquia de San José de Minas y sus aledaños. Lo que se puede determinar que la población de esta parroquia es una oportunidad debido a que está teniendo crecimiento y es un mercado potencial puesto que aquí se mantiene la cultura en distintos campos.

([www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec))

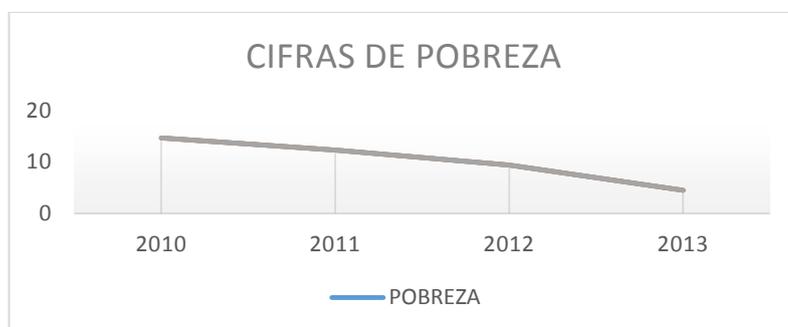


### 2.01.02.02 Nivel de Pobreza

La pobreza por ingresos rural bajó 4,23 puntos siendo una ventaja para el país y su desarrollo. Esta disminución se produce por la concientización de los pequeños productores en eliminar la migración a la ciudad y dedicarse a producir en sus propias tierras, generando recursos económicos que le permitan su crecimiento, convirtiéndose en una fuente de empleo para los habitantes de la comunidad.

Según los datos obtenidos por la INEC se puede determinar que la pobreza varía constantemente debido a distintos factores como el desempleo o la falta de preparación educativa, estos y otros factores son los que no permiten que la pobreza termine, por lo cual siempre la pobreza aunque en pequeño porcentaje se mantendrá.

**Figura # 6 Nivel de pobreza**



**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado:** Jerson Navarro

### ANALISIS

Según los datos demostrados en el cuadro anterior se puede determinar que en los últimos años la pobreza ha disminuido siendo una oportunidad para la creación del Centro Naturista, permitiendo que la comunidad tenga acceso al consume de medicamentos naturales que le permita llevar una salud equilibrada.



---

### **2.01.02.03 La Migración**

Los movimientos de entradas y Salidas de ecuatorianos y extranjeros es una investigación orientada a cuantificar el movimiento internacional ocurrido en el país, según las vías de transporte utilizadas.

La información de carácter individual es recolectada por las Jefaturas de Migración que funcionan en el territorio nacional a través de la Dirección Nacional de Migración.

La migración es producida por factores como la obtención de un buen salario o la falta de empleo así como otros factores, esto produce que el país pierda su mano de obra y a su vez exista una fuga de cerebros, permitiendo que los ciudadanos de nuestro país inviertan en otro lugar siendo una desventaja para la economía, lo que afecta a la sociedad.

Según datos se puede determinar que la migración en los anteriores años ha sido alta teniendo una gran salida de ecuatorianos a distintos países, lo cual puede ser un punto que determine cierta parte de pobreza, destrucción familiar, la falta de preparación en las nuevas generaciones del país, teniendo en cuenta que muchos migrantes no han vuelto y aún más dejaron de lado el sustento de sus familias en el Ecuador.



---

### **2.01.03 Aspectos Legales**

En la Constitución según la Ley Orgánica de Salud dice:

Art. 95.- La autoridad sanitaria nacional en coordinación con el Ministerio de Ambiente, establecerá las normas básicas para la preservación del ambiente en materias relacionadas con la salud humana, las mismas que serán de cumplimiento obligatorio para todas las personas naturales, entidades públicas, privadas y comunitarias.

Art. 155.- Los medicamentos en general, incluyendo los productos que contengan nuevas entidades químicas que obtengan registro sanitario nacional y no sean comercializados por el lapso de un año, serán objeto de cancelación de dicho registro sanitario.

Art. 164.- Los productos naturales procesados de uso medicinal, se producirán, almacenarán, comercializarán e importarán siempre que cuenten con registro sanitario nacional, de conformidad con la ley y el reglamento correspondiente y bajo las normas de calidad emitidas por la autoridad sanitaria nacional.

Art. 178.- Los establecimientos de producción, almacenamiento, envase o expendio de productos naturales de uso medicinal y de medicamentos homeopáticos, requieren para su instalación y funcionamiento del permiso otorgado por la autoridad sanitaria nacional.



---

Art. 189.- Los integrantes del Sistema Nacional de Salud respetarán y promoverán el desarrollo de las medicinas tradicionales, incorporarán el enfoque intercultural en las políticas, planes, programas, proyectos y modelos de atención de salud, e integrarán los conocimientos de las medicinas tradicionales y alternativas en los procesos de enseñanza - aprendizaje.

Art. 192.- Los integrantes del Sistema Nacional de Salud respetarán y promoverán el desarrollo de las medicinas alternativas en el marco de la atención integral de salud.

Las medicinas alternativas deben ser ejercidas por profesionales de la salud con títulos reconocidos y certificados por el CONESUP y registradas ante la autoridad sanitaria nacional.

Las terapias alternativas requieren para su ejercicio, el permiso emitido por la autoridad sanitaria nacional.

### **2.01.03.01 Requisitos de Apertura**

Los requisitos para obtener los permisos de apertura de un

Distribuidoras, Establecimientos Farmacéuticos y Centros de medicina natural son:

- Planilla de inspección
- Derecho por servicios de inspección
- Título de profesional responsable (Registrado en el Ministerio de Educación Pública)
- Certificado CONESUP del profesional responsable



- 
- Listado de productos
  - Certificados del CONSEP
  - Carné de salud Ocupacional
  - Copia de la Cedula del propietario
  - Copia del RUC del establecimiento
  - Copia del certificado Cuerpo de bomberos
  - Por tanto las Distribuidoras, Establecimientos Farmacéuticas y Centros de Medicina Natural, deberá regirse a la Normatividad de:
  - SRI (Servicio de Rentas Internas)
  - RUC
  - Cuerpo de Bomberos de Quito
  - Ministerio de Salud Pública del Ecuador
  - Ministerio de Educación Pública del Ecuador
  - Título del Profesional responsable (Químico Farmacéutico)
  - CONESUP (Consejo Nacional de Educación Superior) Registro del título del profesional responsable
  - CONSEP (Consejo Nacional de Control de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas)
- (Ley Orgánica De Salud- 2013)**



---

#### **2.01.04 Aspectos Culturales**

##### **2.01.04.01 Costumbres de la Parroquia de San José De Minas**

La comunidad de la parroquia de San José de Minas está constituida en su mayoría por personas de religión católica, lo que les ha llevado a mantener sus creencias en el poder curativo de ciertos insumos, plantas y productos naturistas, aprovechando la abundante vegetación.

Los productos naturistas para la salud, se definen como aquellos provenientes de elementos naturales (vegetales o animales), sin productos químicos, que casi siempre son utilizados como parte de un estilo de vida, un sistema de creencias o principios y/o como alternativa de las medicinas preventivas.

Las categorías principales de los productos naturales para la salud son:

- Vitaminas y minerales
- Complementos alimenticios.
- Herbolaria y botánica
- Productos de cuidado personal
- Productos y alimentos orgánicos
- Productos amigables con la naturaleza

Los productos naturistas se fabrican en diversas presentaciones, como: tabletas, cápsulas, líquidos, polvos, cremas y linimentos. A continuación se menciona una breve explicación de algunos productos naturistas.



---

#### **2.01.04.02 Tradiciones**

##### **2.01.04.02.01 Semana Santa**

En esta temporada se realiza una procesión para conmemorar la Semana Mayor. Las familias tienen la costumbre de preparar el plato típico de la fecha, la Fanesca, para luego compartir con los vecinos.

##### **2.01.04.02.02 Fiestas patronales de San José**

En esta celebración se realiza el desfile de la confraternidad, donde participan carros alegóricos y comparsas, con delegaciones de las instituciones educativas. Además, hay toros de pueblo, eventos artísticos y la Expo feria agrícola y artesanal.

##### **2.01.04.02.03 Fiestas de la Virgen de la Caridad**

Según una antigua leyenda, la Virgen libró a la parroquia de una plaga de ratas, favor que los vecinos retribuyeron con un pericote de plata. El obsequio está a los pies de la Virgen en el templo. En las fiestas de la Virgen, se quema una chamiza, se realiza un festival musical y el paseo del chagra. Los últimos días de la temporada de septiembre se realizan bailes y comparsas, toros populares y concurso de gallos.



---

#### **2.01.04.02.04 Fiestas de fundación y veneración a la Virgen de la Caridad**

Para esta fecha se organiza el pregón, la chamiza (gran fogata), elección de reina, posta atlética Quito-San José de Minas, Festival de la Canción Nacional El Morochillo de Oro, y el albazo mineño. ([www.sanjosedeminas.com/](http://www.sanjosedeminas.com/))

#### **2.01.05 Aspectos Tecnológicos**

Dentro de la tecnología se utilizara para conocer nuevas formas de la medicina natural que pueden ser implementadas en un futuro, aun mas sirve como factor de información de los beneficios y ventajas que tiene la medicina a través de las redes sociales.

Dentro de la estructura para el centro naturista son necesarios los siguientes elementos tecnológicos que ayuden al desarrollo del negocio y sea competitivo en el campo.

- Software
- Sistema de facturación
- Programa de inventario
- La tecnología formaría una gran ventaja en el mejoramiento de varios factores que influyen en el cliente como:
  - Disminución de tiempos en la adquisición
  - Mejoramiento de la atención al cliente
  - Mejoramiento del espacio físico
  - Entendimiento de la conducta del consumidor
  - Brindar información sobre el uso y aplicación del producto.



---

## 2.02 Entorno Local

Para el análisis del entorno local se toma en cuenta las 5 fuerzas de Porter.

### 2.02.01 Poder De Negociación de los Clientes

La población de la parroquia de San José de Mina es un grupo que mantiene las características culturales, lo que se ha determinado que no tiene mucha afinidad por la medicina tradicional y existe una mayor acogida a la medicina alternativa.

Los consumidores de productos naturistas en esta parroquia son considerados clientes que tienen el poder de negociación enfocados en que son la demanda dentro del desarrollo del proyecto, teniendo así el dominio y decisión de compra con sus ofertantes.

Este poder de negociación de los clientes puede ser considerado una amenaza para las nuevas competencias entrantes debido a que puede existir una disminución de precios debido a la facilidad de adquisición de los productos naturales.

Se puede determinar que para negociar con el cliente se debe marcar un equilibrio constante entre producto, precio y servicio, debido la existencia de productos sustitutos.

( [http://redatam.inec.gob.ec/.](http://redatam.inec.gob.ec/))

### ANALISIS

La población que está determinada al consumo son personas que se encuentran entre varias edades puesto que lo hacen por nutrición, por mantenimiento de su salud y por contrarrestar posibles enfermedades.



Dentro de la información recopilada en la encuesta en la aceptación para la creación del Centro Naturista se adoptaron ciertos testimonios como:

El Centro Naturista es de gran beneficio en la parroquia permitiendo una fácil adquisición de los productos, a más se puede obtener una información previa de su uso, debido a que existe un consumo constante, por los precios del producto y por salud.

**Tabla # 6 Variables**

<b>VARIABLES</b>	Nacionalidad	Ecuatoriana
<b>GEOGRÁFICAS</b>	Región	Sierra
	Provincia	Pichincha
<b>VARIABLES</b> <b>DEMOGRÁFICAS</b>	Número de habitantes	14000
	Densidad poblacional	Rural
	Sexo	Masculino – Femenino
	Nivel socioeconómico	clase media



Clientes, Parroquia de San José de Minas



---

### **2.02.02 Poder De Negociación de los Proveedores**

Este componente puede ser una amenaza para el Centro Naturista debido a la importancia del proveedor por sus productos o costos, por lo cual se ha optado por tener una diversidad de proveedores, que faciliten la sustitución de ciertos productos, teniendo en cuenta ciertos aspectos enfocados a la falta de posibilidades de abastecimiento en stock del Centro Naturista.

Dentro del análisis de proveedores se ha tomado en cuenta aspectos económicos, de calidad, promociones, precios y beneficios los cuales permitan el crecimiento del establecimiento, y a su vez cumplir con los deseos y necesidades del cliente, por lo cual se ha determinado los proveedores más importantes que son:

Los posibles proveedores para la conformación del centro naturista son:

- NATURAL VITALITI
- ANDESPIRULINA
- SWISSJUST SA.
- NATURES SUNSHINE
- AMARAKA CIA. LTA.
- LABORATORIOS NATU ALFA



Productos para la venta.

### 2.02.03 Rivalidad entre Competidores

Dentro de la rivalidad de los competidores se encuentran tres farmacias que se encuentran en la parte aledaña de la parroquia, siendo así una amenaza para la creación del Centro naturista, debido a que mientras más competidores existan, menos rentable puede ser el negocio y viceversa.



La competencia y rivalidad entre las tres farmacias existentes se han identificado una de la otra por su inversión, variedad de productos y la economía en la comercialización.

La competencia que se ha identificado dentro de la parroquia de San José de Minas, son establecimientos de salud que mantienen cierta rivalidad de venta, lo que sería una ventaja para la mejora en distintos factores dentro del negocio planteado y sea competitivo.

La competencia que se ha identificado son:

**Tabla # 7, Rivalidad de competidores**

<b>COMPETENCIAS</b>	<b>BIEN O SERVICIO</b>
La farmacia “Remanente de Jesús”	Comercialización de medicamentos
Farmacia FARMAREDS	Comercialización de medicamentos
Farmacia “SANTA MARIA”	Comercialización de medicamentos

---

FARMACIA REMANENTE DE JESUS

Propietaria Sra. Dolores Vilaña Terán

Calle Gabriel García Moreno y Antonio José de Sucre s/n





---

FARMACIA SANTA MARÍA

Propietario Dr. Luis Gracia

Calle 14 de Septiembre y Rigoberto Herrera



Ilustración.



---

FARMACIA FARMAREDS

Propietaria Lic. Martha León

Calle Eloy Alfaro y Alberto Larrea



Ilustración 11

ANALISIS

En la parroquia no existen Centros Naturistas que fomenten una competencia con un impacto significativo para el sector en el cual nos vamos a localizar, lo cual es una oportunidad porque entraríamos en el mercado como una fuente directa de distribución y comercialización de medicamentos naturales.



---

#### 2.02.04 Amenaza de Productos Sustitutos

Los medicamentos o fármacos tradicionales a través del tiempo han tenido gran evolución permitiendo mantener la salud de la humanidad, llegando a sustituir los saberes ancestrales y la medicina natural.

Este factor es tomado en cuenta debido a que los medicamentos tradicionales dentro del proyecto de creación del Centro Naturista serán los productos sustitutos de los productos naturistas, por lo cual para competir con esta amenaza se debe realizar un previo análisis de la evolución de precios y el nivel de diferenciación del producto.



Ilustración 12 Productos Sustitutos

#### ANALISIS

Los productos sustitutos en relación a productos que se va a comercializar dentro del Centro Naturista son todos los medicamentos elaborados por la industria farmacéutica.



### 2.02.05 Amenazas de Nuevos Entrantes.

La creación del Centro Naturista es una amenaza para las farmacias ya existentes que abarcan el mercado de la parroquia de San José de Minas, debido a que se puede convertir en un fuerte rival debido a la amplia demanda insatisfecha, provocando así una disminución de su rentabilidad y desequilibrando sus posibilidades de organización.





---

## **2.03 Análisis Interno**

### **2.03.01 Filosofía Institucional**

#### **2.03.01.01 Definición**

El Centro Naturista hoy en la actualidad se ha convertido en el pilar de la Medicina Natural, con el único objetivo de satisfacer la necesidad de cierta comunidad que mantiene el conocimiento de los Saberes Ancestrales, ofreciendo medicina desde productos herbarias hasta medicamentos de receta, permitiendo el desarrollo de esta industria y la buena apreciación dentro del mercado, convirtiéndose en una alternativa suplantando a la Medicina Tradicional

#### **2.03.01.02 Nombre del Local**

**CENTRO NATURISTA “PARAISO VERDE”**

DIRECCIÓN: Gabriel García Moreno y Rigoberto Herrera

#### **2.03.01.03 Misión**

Somos una ENTIDAD DE SALUD dedicada a comercializar productos que a nuestros clientes les brinde bienestar y salud, trabajando con honestidad y eficiencia.

#### **2.03.01.04 Visión**

En un tiempo de 5 años Ser líder competitivo con alta eficiencia en la comercialización de productos para la salud y bienestar de los clientes, manteniendo el crecimiento de la entidad y su rentabilidad.



---

### 2.03.01.05 Objetivo

- Satisfacer las exigencias de nuestros clientes, valorando sus necesidades, cumpliendo con todo el proceso de comercialización, esforzando en mejora cada día nuestros productos.
- Alcanzar un posicionamiento a futuro en el mercado como un centro naturista líder en la comercialización de productos naturales.

### 2.03.01.06 Objetivos Específicos

- Dar a conocer novedades medicinales en cuanto al Centro Naturista se refiere a las personas que concurran a comprar.
- Exponer una nueva alternativa en los medicamentos a las personas de ese lugar.
- Ofrecer la mejor atención a nuestros clientes de forma atenta y confiable.
- Dar importancia a cada uno de nuestros clientes pues de ellos depende nuestro éxito.

### 2.03.01.07 Valores Institucionales

El Centro naturista “Paraíso Verde” seguirá sus actividades basadas en los siguientes valores corporativos:

- **Honestidad:** este valor es aplicado en la empresa desde los directivos hacia los empleados con el fin de que exista un desarrollo transparente de la misma y su posterior crecimiento.



- 
- **Responsabilidad:** es un valor que permitirá cumplir los compromisos adquiridos y actividades que desempeñen los miembros de la empresa.
  - **Ética:** es un valor con alto sentido de compromiso forjado por la fidelidad, así como en el cumplimiento leal de políticas y leyes.
  - **El Respeto:** es un valor direccionado al recurso humano y al medio ambiente con el fin de conservar los recursos.

#### **2.03.01.08 Políticas Institucionales**

- Para el cumplir la misión del Centro Naturista “Paraíso Verde” la visión está proyectada con el fin de alcanzar los objetivos planteados, para lo cual se establecen las siguientes políticas:
- Los productos ofertados deben cumplir con las normas de calidad y registro sanitario que permita la adecuada comercialización.
- El área de dispensación y expendio de los productos naturistas debe de cumplir con todos los permisos necesarios.
- Brindar al consumidor seguridad en la adquisición del producto proporcionando una información clara y oportuna.
- Mantener las políticas de promociones y descuentos



### 2.03.01.09 Slogan y Logo

El slogan utilizado para el Centro Naturista es:

**“El poder de la Naturaleza, es salud”**

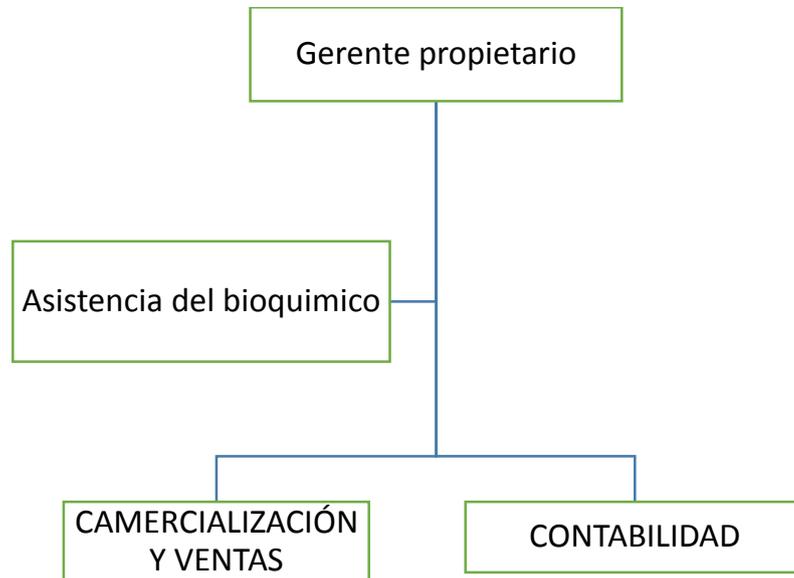
El logo de del Centro naturista es:



Ilustración



### 2.03.02 Gestión Administrativa



**Fuente:** Jerson Navarro

**Elaborado:** Jerson Navarro

#### 2.03.02.01 Funciones Personales

##### 2.03.02.01.01 Gerente Propietario

El Gerente Propietario del Centro Naturista “Paraíso Verde” será el encargado de administrar los recursos para el buen funcionamiento de local, permitiendo la ejecución de políticas administrativas y de calidad.

##### 2.03.02.01.02 Misión

Es el responsable de que el Centro Naturista crezca a través de una planeación, organización y control de sus actividades.



#### **2.03.02.01.03 Perfil**

- Título en Administración de farmacias.
- Disponibilidad de tiempo
- Conocimientos sobre contabilidad, finanzas, marketing, computación.
- Creatividad

#### **2.03.02.01.04 Responsabilidades**

Analizar los aspectos financieros

Negociar con proveedores y clientes

Aprobación y supervisión de la facturación

#### **2.03.02.02 Contadora.**

Es la encargada de llevar la contabilidad del Centro Naturista, verificando, revisando, registrando y elaborando comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos.

#### **2.03.02.02.01 Misión**

Organizar todo lo administrativo y contable del Centro Naturista, presentando mensualmente un informe adecuado del desarrollo económico en función de las actividades realizadas en el local.



#### **2.03.02.02.02 Perfil**

Título Universitario en Contador Público Autorizado

Conocimientos actualizados en Tribuciones, Código de trabajo

Buenas relaciones humanas

#### **2.03.02.02.03 Responsabilidades**

Manejo de clientes, nomina, bancos

Mantener un archivo de facturas y comprobantes de retención.



## 2.04 Análisis Foda

Tabla # 8 Matriz FODA

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>MATRIZ FODA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primer Centro Naturista</li> <li>• Recursos Económicos</li> <li>• Servicio al cliente</li> <li>• Calidad del producto</li> <li>• Equipamiento tecnológico</li> <li>• Capacitación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Débil imagen en el mercado</li> <li>• No se cuenta con experiencia.</li> <li>• Cartera de productos limitada</li> <li>• Entidad nueva en el mercado.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>Estrategias FO</b>	<b>Estrategias DO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia débil</li> <li>• Necesidades del producto</li> <li>• Crecimiento en el consumo de productos naturales</li> <li>• Ampliación física del local</li> <li>• Facilidad de créditos financieros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechar el local propio para el crecimiento en la ampliación física e incrementar la variedad de medicamentos naturistas.</li> <li>• Aprovechar el capital propio para el centro naturista que sirve como un respaldo económico en caso de un</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechar que las instalaciones propias para aplicar herramientas publicitarias como rótulos, colores, iluminación, etc.</li> <li>• Realizar un previo análisis de proveedores para que la entrega sea directa y</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posibilidad de expandir el mercado</li> <li>• Tasa financiera</li> <li>• Disminución del nivel de pobreza</li> <li>• Inflación</li> </ul>	<p>financiamiento para mantener un stock.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Expandir el mercado implementando una cultura que lleve al consumo de productos naturales.</li> </ul>	<p>no exista retraso en la entrega del producto.</p>
AMENAZAS	Estrategias FA	Estrategias DA
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producto sustitutos</li> <li>• Aumento de precio en el producto</li> <li>• Competencia de otros productos fuertemente sustitutivos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beneficiarse de las falencias de la competencia, para potencializar ciertos factores que permita crear fidelidad en el cliente en el mercado.</li> <li>• Brindar una guía de utilización del producto adquirido al cliente, con el fin de su correcta administración evitando efectos desfavorables.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reducir los precios de algunos productos, como vitaminas, por debajo de algunos principios, que sería factible para conseguir un aumento de la demanda.</li> </ul>



### 2.04.01 Matriz Mafe – Factores Externos

Tabla # 9 Matriz MAFE

OPORTUNIDADES	PESO	CALIFI.	PESO POND.
<input type="checkbox"/> Competencia débil	0,15	4	0,6
<input type="checkbox"/> Necesidades del producto	0,01	3	0,03
<input type="checkbox"/> Crecimiento en el consumo de productos naturales	0,01	2	0,02
<input type="checkbox"/> Ampliación física del local	0,05	1	0,05
<input type="checkbox"/> Facilidad de créditos financieros	0,06	2	0,12
<input type="checkbox"/> Posibilidad de expandir el mercado	0,01	2	0,02
<ul style="list-style-type: none"><li>• Tasa financiera</li></ul>	0,12	3	0,36
<ul style="list-style-type: none"><li>• La disminución del nivel de pobreza</li></ul>	0,07	2	0,14
<ul style="list-style-type: none"><li>• Inflación</li></ul>	0,1	2	0,2
<b>Total</b>			<b>1,54</b>
<b>AMENAZAS</b>			
<input type="checkbox"/> Producto sustitutos	0,12	4	0,48
<input type="checkbox"/> Aumento de precio en el producto	0,15	3	0,45
<ul style="list-style-type: none"><li>• Competencia de otros productos fuertemente sustitutivos.</li></ul>	0,06	1	0,06
<ul style="list-style-type: none"><li>• Canasta Básica elevada</li></ul>	0,09	2	0,18
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>1,17</b>
			<b>2,71</b>

Según los resultados obtenidos en la matriz MAFE se puede determinar que la calificación ponderada de 1,54 obtenida en la Oportunidades del proyecto superan a



las Amenazas que tiene una calificación de 1,17, lo que indica que la creación del Centro Naturista tiene posibilidades de instalación y progreso.

#### 2.04.02 Matriz Dofa – Factores Internos

Tabla # 10 Matriz DOFA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>PESO</b>	<b>CALIF.</b>	<b>CALIF. POND.</b>
<input type="checkbox"/> Primer Centro Naturista	0,2	4	0,8
<input type="checkbox"/> Recursos Económicos	0,2	3	0,6
<input type="checkbox"/> Servicio al cliente	0,08	3	0,24
<input type="checkbox"/> Calidad del producto	0,05	2	0,1
<input type="checkbox"/> Equipamiento tecnológico	0,06	2	0,12
<input type="checkbox"/> Capacitación	0,05	2	0,1
<b>TOTAL</b>			<b>1,96</b>
<b>DEBILIDADES</b>			
<input type="checkbox"/> Entidad nueva en el Mercado	0,1	3	0,3
<input type="checkbox"/> Débil imagen en el mercado	0,09	3	0,27
<input type="checkbox"/> No contar con la experiencia mínima	0,09	2	0,18
<input type="checkbox"/> Cartera de productos limitada	0,08	2	0,16
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>0,91</b>
			<b>2,87</b>

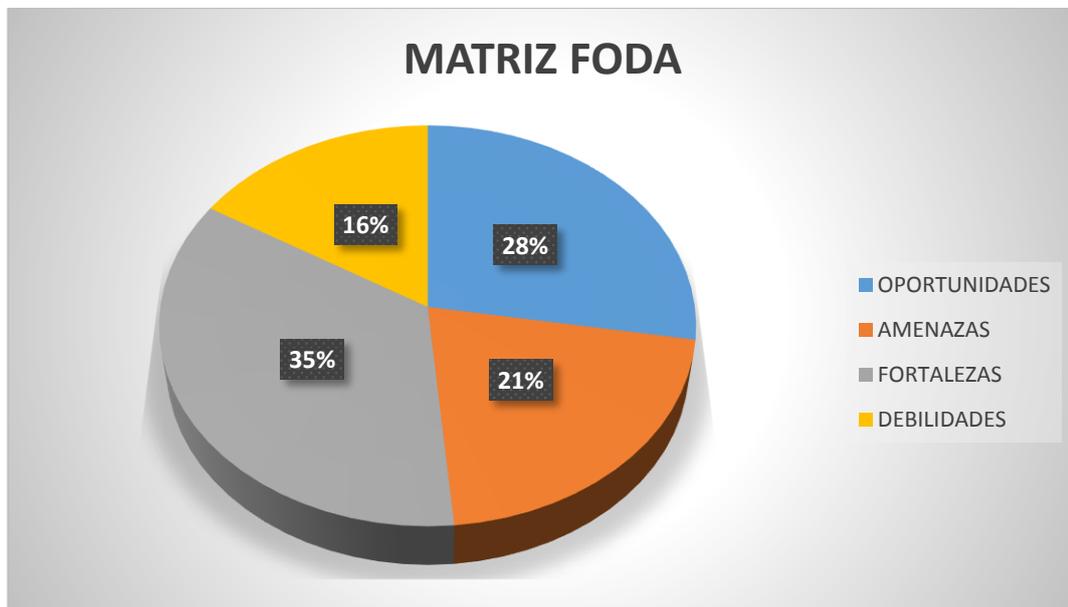
#### ANALISIS.

Los datos obtenidos en la Matriz DOFFA demuestran que la calificación ponderada de 1,96 de las Fortalezas del Centro Naturista están por encima de las Debilidades con una calificación de 0,91 lo que indica que se cuenta con los recursos necesarios para la constitución del Centro Naturista.

ANÁLISIS MEFE – DOFFA

La calificación ponderada de la Matriz de evaluación de los factores internos para la Creación del Centro Naturista es de 2,87 lo que indica que está por encima de la evaluación de los factores externos, forzando así al planteamiento de estrategias que permita aprovechar las oportunidades y evitar las amenazas con el fin de eliminar posibles efectos negativos que se pueden presentar en el desarrollo de la entidad.

Figura # 7 Matriz FODA





---

## CAPITULO III

### 3.01 Análisis Del Consumidor

El análisis del consumidor o segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La segmentación es conocer realmente a los consumidores. Uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado.

Determinación de la población y muestra

#### 3.01.01 El Muestreo

Es la parte que se encarga de capturar los datos relevantes provenientes de fuentes primarias para luego analizarlos y generalizar los resultados a la población, donde la idea generalmente consistirá en obtener muestras suficientemente representativas para generar conclusiones que se aplique a toda la población meta.

#### 3.01.02 Población

San José de Minas: 14.000 habitante

Posibles Consumidores: 3500 Familias



### 3.01.03 Muestra

Para el cálculo de la muestra, en la que aplicamos la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n= tamaño de la muestra

$\delta$ = varianza, valor constante que equivale a 0.50

N-1= corrección que se usa para muestra

E= límite aceptado de error

z= nivel de confianza

$$n = \frac{3500 \cdot 0,25 \cdot 3,8416}{(3500-1)0,0025 + 0,25 \cdot 3,8416}$$

$$N = \frac{3361,4}{8,7475 + 0,9604}$$

$$N = \frac{3361,4}{9,7079}$$

n = 346 encuestas



---

### 3.01.04 Técnicas de Obtención De Información

La información para el análisis del consumidor se puede obtener por varias fuentes como Las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener la información. Son ejemplos de técnicas; la observación directa, la encuesta en sus dos modalidades (entrevista o cuestionario), el análisis documental, análisis de contenido, etc.

### 3.01.05 La Observación

La observación es una técnica o un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. La observación es la herramienta más básica utilizada en un estudio de campo.

(<http://www.salgadoanoni.com> /2013)

Durante la investigación de campo por el cual se realizarán las respectivas encuestas, se efectuaran trabajos de observación en las distintas farmacias que constituyen nuestro mercado meta, así como a las personas que distribuyen productos naturistas en los diferentes lugares de la parroquia.

Indicador utilizado: Ubicación

### 3.01.06 La Encuesta

La encuesta es una técnica que se utiliza como herramienta de investigación con el único objetivo de obtener datos de varias personas cuyas opiniones personales interesan sirvan de relevancia en el proyecto planteado. Para ello, se realizará encuestas, utilizando un listado de preguntas con el fin de conocer de forma más



---

exacta cuales son las necesidades de los clientes y que porcentaje de clientes estarían dispuestos a comprar medicina natural en el Centro Naturista.

## ANALISIS

Para este proyecto utilizaremos la técnica de la encuesta, permitiendo facilitar la determinación de gustos y preferencias de las personas localizadas en San José de Minas en un tiempo considerable, utilizaremos la metodología cuantitativa para la tabulación de cada una de las preguntas lo que nos proporciona la obtención de resultados.

Para realizar el informe final, los datos obtenidos habrá que procesarlos, codificarlos y tabularlos hasta obtener los resultados de la encuesta que serán presentados en el informe y que servirán para posteriores análisis y toma de decisiones.

### **3.01.07 Obtención de la Información y Análisis**

La investigación de campo, consiste en la obtención de los datos sobre gustos y preferencias del consumidor con respecto al uso de Productos Naturistas. Para ello se precisó en un buen trabajo de obtención de datos, con información correcta y detallada de lo que deseamos determinar con este proyecto su factibilidad.

Los datos serán escritos y tabulados, en todos los casos complementando la información y documentación necesaria para la elaboración de los resultados finales.



### 3.01.08 Análisis De La Información

Tabla # 11 Pregunta N° 1

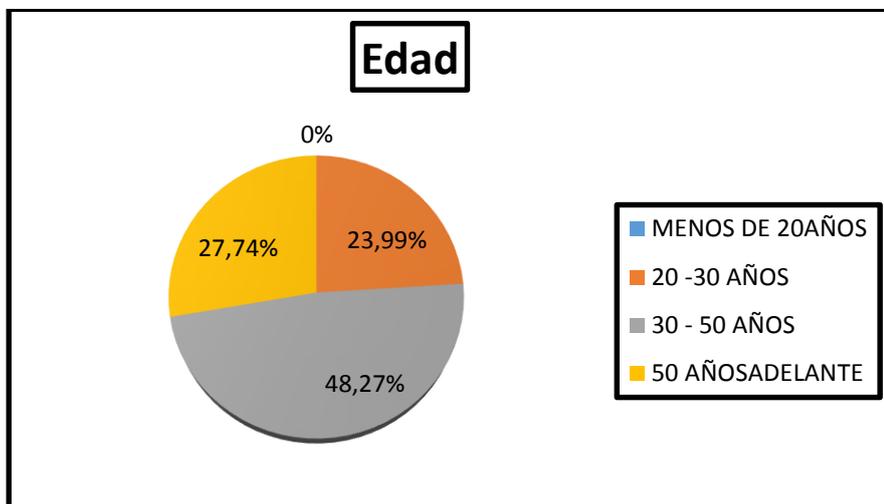
1.- Edad

PREGUNTA 1	N° P.	TOTAL %
Menos de 20 años	0	0%
Entre 20 años- 30 años	83	23,99%
Entre 30 años - 50 años	167	48,27%
50 en adelante	96	27,74%
<b>TOTAL</b>	<b>346</b>	<b>100%</b>

Fuente: La Encuesta

Elaborado: Jerson Navarro

Figura # 8 Pregunta N° 1



Conclusión: Se ha determinado que la gran mayoría de los habitantes de San José de Minas que consumen Productos Naturistas, se encuentra entre la edad de 30 a 50 años, lo que establece un 48,27% de posibles clientes.



2.- Ha consumido alguna vez Productos Naturistas?

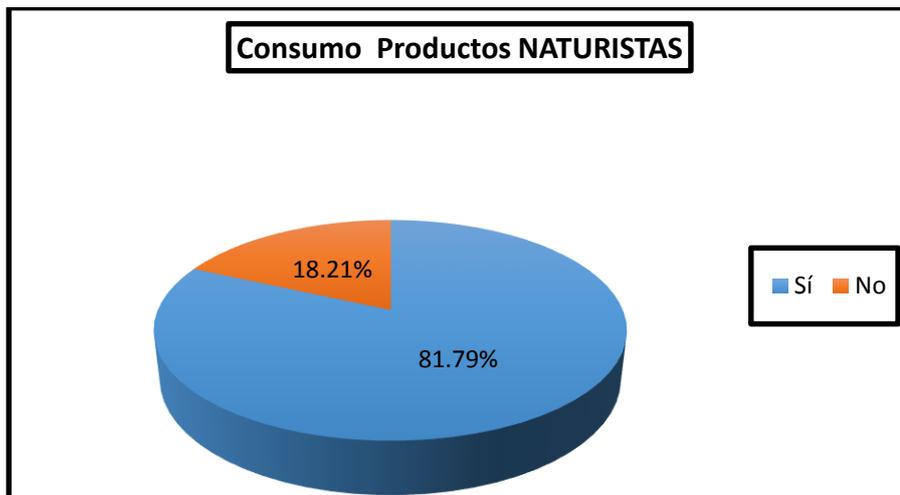
Tabla # 12, Pregunta N° 2

PT.	PERSONAS	TOTAL %
SI	283	81,79%
NO	63	18,21%
<b>TOTAL</b>	<b>346</b>	<b>100%</b>

Fuente: La Encuesta

Elaborado: Jerson Navarro

Figura # 9, Pregunta N° 2



Conclusión: Para el desarrollo de este proyecto nos interesa saber si las personas tienen gusto y necesidad de consumir Productos Naturistas, para lo cual esta pregunta nos sirve como apoyo para determinar el nivel de consumo, lo que ha permitido concluir con un índice de 81,79% de posibles consumidores potenciales.



3.- Qué tipo de productos naturistas consume o ha consumido?

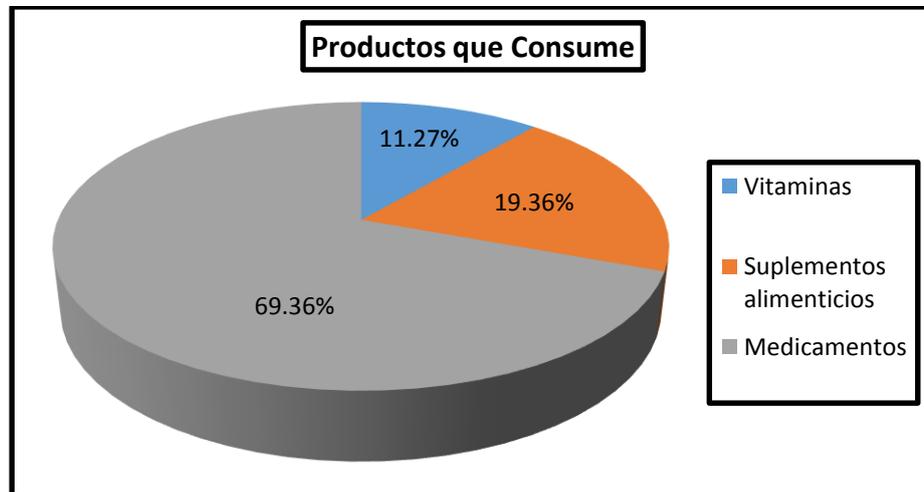
Tabla # 13, Pregunta N° 3

Pt. 3	P.	TOTAL %
Vitaminas	39	11,27%
Suplemento A.	67	19,36%
Medicamentos	240	69,36%
<b>TOTAL</b>	<b>346</b>	<b>100%</b>

Fuente: La Encuesta

Elaborado: Jerson Navarro

Figura # 10, Pregunta N° 3



Conclusión: Las personas del sector de San José de Minas consideran a los medicamentos naturales como un elemento básico y fundamental para el equilibrio de la salud diaria lo que significa un índice del 69,36% que es muy importante para el desarrollo del proyecto, ya que se cuenta con una posible población por satisfacer.



4.- Dónde compra usted los productos naturistas?

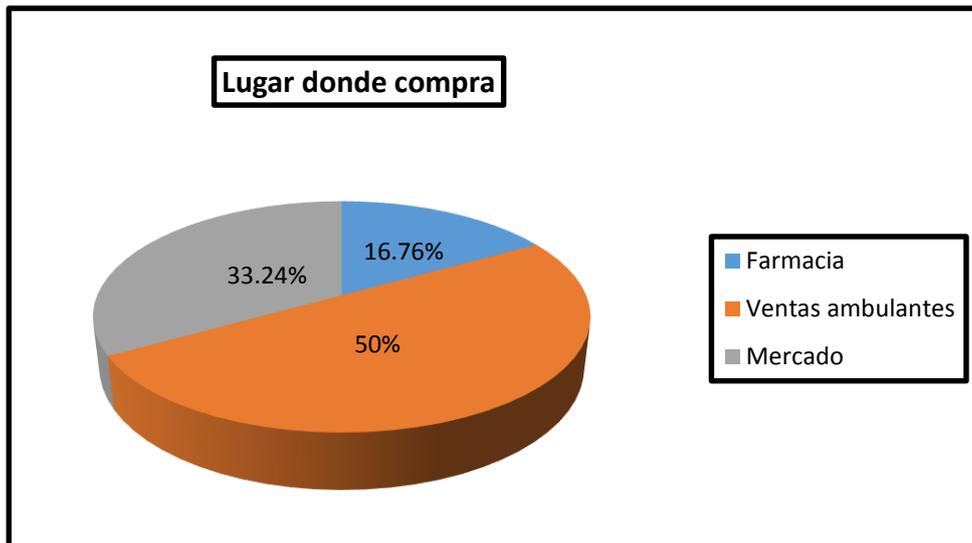
Tabla # 14, Pregunta N° 4

Pt	PERSONAS	TOTAL %
Farmacia	58	16,76%
Ventas Amb.	173	50%
Mercado	115	33,24%
<b>TOTAL</b>	<b>346</b>	<b>100%</b>

Fuente: La Encuesta

Elaborado: Jerson Navarro

Figura # 11, Pregunta N° 4



Conclusión: Aquí se puede identificar que los criterios de divididos a cerca del lugar de adquisición de los Productos Naturistas en las ventas ambulantes y esto se da a que las personas preferirían tenerlo en un lugar respectivo para este tipo de medicamentos como un Centro Naturista, pero la estrategia de este proyecto es ubicarse en un lugar central en el cual se permita satisfacer a la mayoría de clientes.



5.- Cuáles son las razones que le han llevado a consumir productos naturistas?

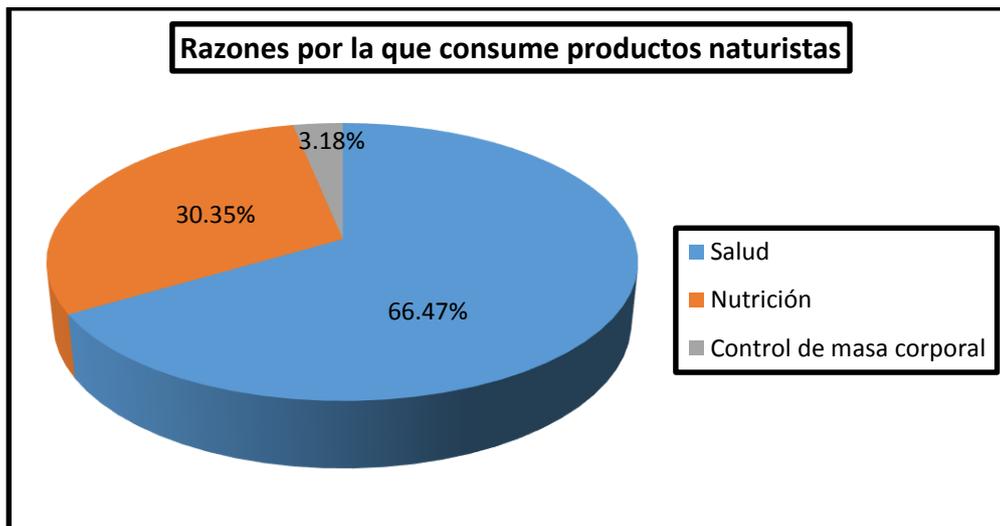
Tabla # 15, Pregunta N° 5

Pt.5	PERSONAS	TOTAL %
Salud	230	66.47%
Nutrición	105	30,35%
Control de masa corporal	11	3,18%
<b>TOTAL</b>	<b>346</b>	<b>100%</b>

Fuente: La Encuesta

Elaborado: Jerson Navarro

Figura # 12, Pregunta N° 5



Conclusión: Los habitantes del sector son personas que aún conservan culturas ancestrales, por lo que tienden a consumir en gran mayoría medicamentos naturales para el cuidado de su salud, determinando a través de la encuesta un índice del 66,47%, lo que nos favorece porque esa va a ser nuestra principal función.



6.- Con qué frecuencia compra productos naturistas?

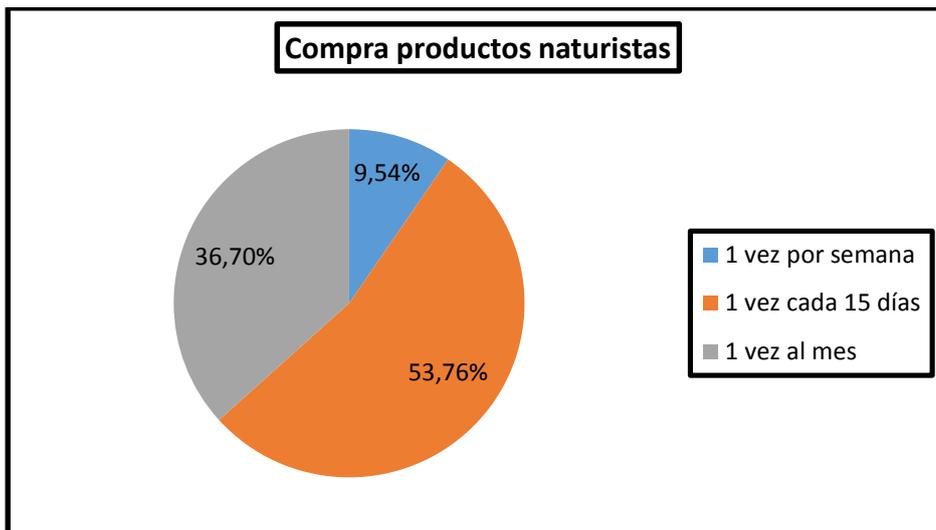
Tabla # 16, Pregunta N° 6

Pt. 6	Personas	TOTAL %
1 vez por semana	33	9,54%
u/c 15 días	186	53,76%
1 vez al mes	127	36,70%
<b>TOTAL</b>	<b>346</b>	<b>100%</b>

Fuente: La Encuesta

Elaborado: Jerson Navarro

Figura # 13, Pregunta N° 6



Conclusión: Las personas tienen preferencias de compra en un 53,76%, 1 vez cada 15 días y 36,70% compra mensual, esto se produce por el problema de adquisición de los Productos Naturistas en esta parroquia, es el motivo por el cual el consumidor hace su compra para determinado tiempo.



7.- Cuanto dinero gasta al mes en la compra de Productos Naturistas?

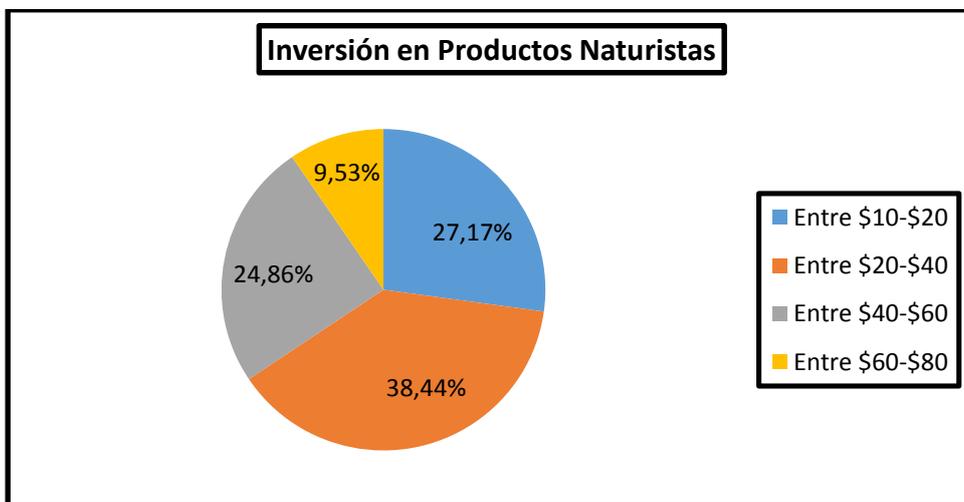
Tabla # 17, Pregunta N° 7

Pt.	Personas	TOTAL %
Entre \$10 - 20\$	94	27,17%
Entre \$20 - \$40	133	38,44%
Entre \$40 - \$60	86	24,86%
Entre \$60 - \$80	33	9,53%
<b>Total</b>	<b>346</b>	<b>100%</b>

Fuente: La Encuesta

Elaborado: Jerson Navarro

Figura # 14, Pregunta N° 7



Conclusión: Las personas tienen un alto consumo de Productos Naturistas lo que es una oportunidad porque se tiene un mercado bastante amplio por satisfacer, teniendo en cuenta que nuestro objetivo es captar el mercado potencial afianzarlo y hacerlos nuestros clientes reales a través de nuestros productos y de esta manera atraer más mercado real.



8.- Cree usted que sería de gran beneficio la creación de un Centro Naturista en el sector?

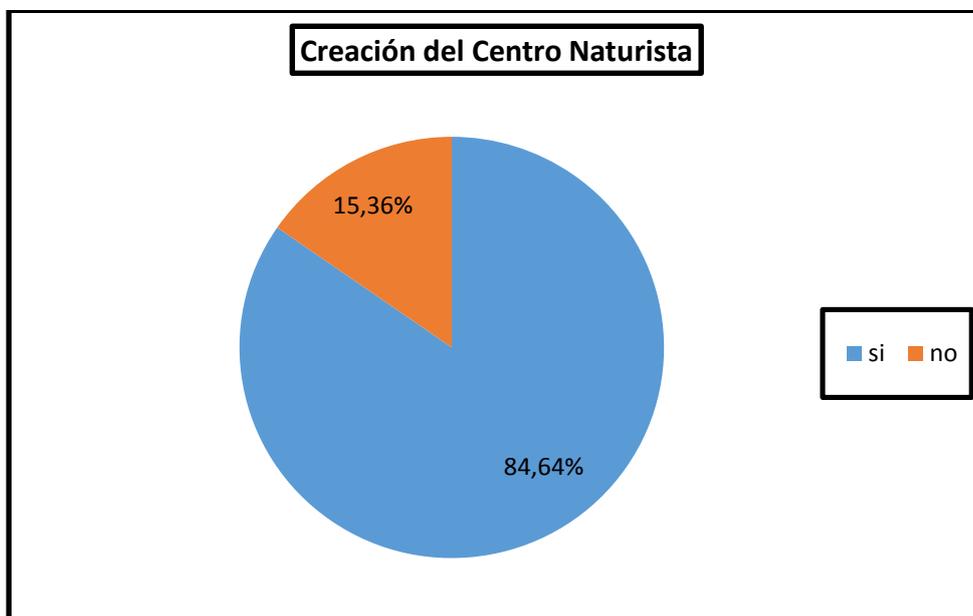
Tabla #18, Pregunta N° 8

Pt.	PERSONAS	TOTAL %
SI	297	84,64%
NO	49	14,16%
TOTAL	346	100%

Fuente: La Encuesta

Elaborado: Jerson Navarro

Figura # 15, Pregunta N° 8



Conclusión: Podemos notar que es necesaria la creación del Centro Naturista, se tiene un índice alto de apoyo y un mercado bastante que está insatisfecho, lo que nos representa una oportunidad de poder abarcar todos estos posibles consumidores.



9.- Además de los Medicamentos Naturales, qué servicios adicionales le gustaría tener en un Centro Naturista?

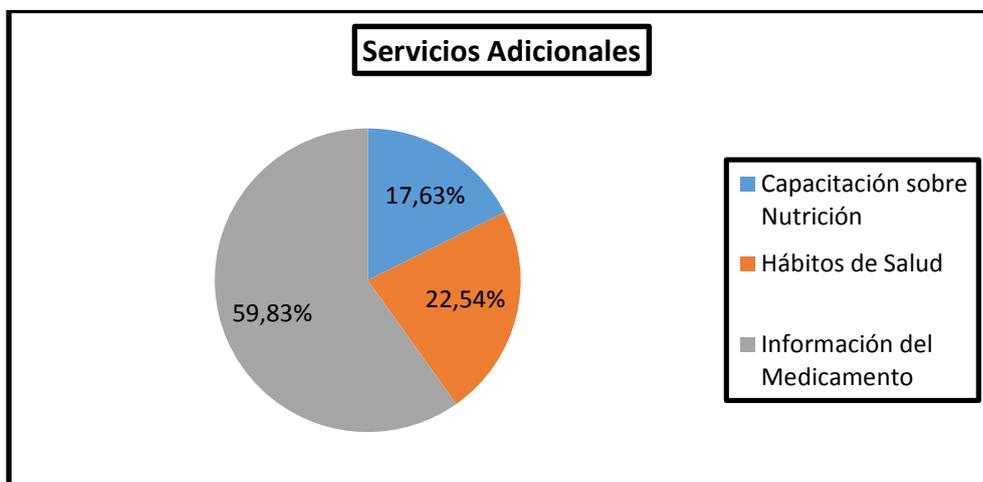
Tabla # 19, Pregunta N° 9

Pt.	PERSONAS	TOTAL %
Capacitación sobre nutrición	61	17,63%
Hábitos de salud	78	22,54%
Información del medicamento	207	59,83%
<b>Total</b>	<b>346</b>	<b>100%</b>

Fuente: La Encuesta

Elaborado: Jerson Navarro

Figura # 16, Pregunta N° 9



Conclusión: Observamos que para la gente es importante tener información acerca del medicamento que va a consumir por lo cual es el servicio que tienen más potencial y se irá mejorando con la contribución de expectativas del consumidor.



10.- Está conforme con los precios de los medicamentos?

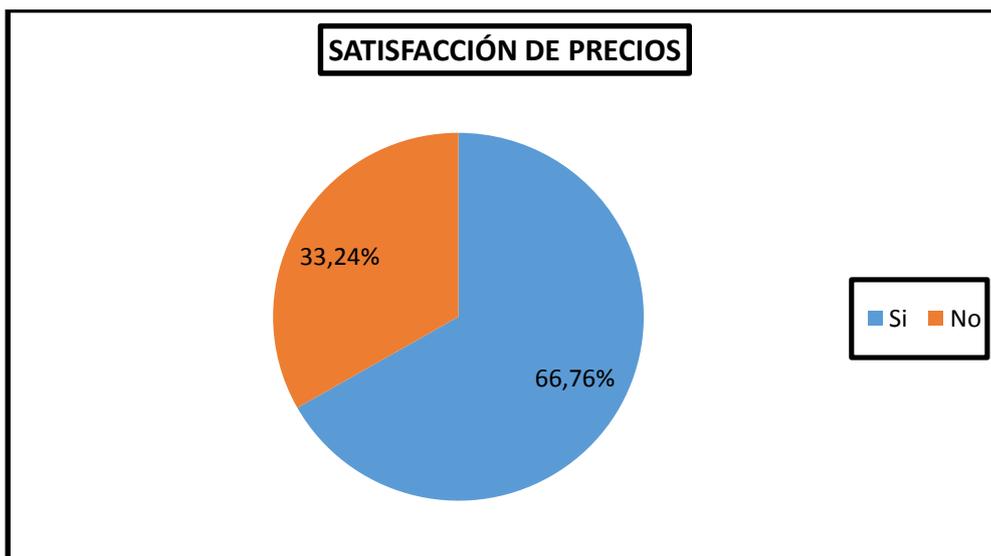
Tabla # 20, Pregunta # 10

Pt.	PERSONAS	TOTAL %
SI	231	66,76%
NO	115	33,24%
<b>TOTAL</b>	<b>346</b>	<b>100%</b>

Fuente: La Encuesta

Elaborado: Jerson Navarro

Figura # 17, Pregunta # 10



Conclusión: dentro de la encuesta para las personas es de gran importancia el precio, donde en la parroquia de San José de Minas se encuentran de acuerdo puesto que según testimonios estos productos no tienen altos costos y están conscientes de que el precio mejoraría con el Centro Naturista dentro de la parroquia.



### 3.02 Oferta

#### 3.02.01 Oferta histórica

Tabla # 21, Oferta Histórica

AÑOS	CANTIDADES
2009	95.549,70
2010	97.235,50
2011	99.759,40
2012	101.612,00
2013	103.248,50

Elaborado: Jerson Navarro

Para el desarrollo de la oferta histórica se ha tomado datos encontrados en proyectos y tesis realizados por otros estudiantes anteriormente, que tienen relación con el estudio que se está realizando para la creación del Centro Naturista en la parroquia de San José de Minas. (Tesis de CAROLINA NICOLALDE, Tesis de ADRIANO GORDON)

#### 3.02.02 Oferta Actual

Tabla # 22, Oferta Actual

N°	LOCALES FARMACEÚTICOS	VENTA			PORCENTAJE%
		DIARIA	MENSUAL	ANUAL	
1	REMANENTE	\$ 110.00	3,300.00	39,600.00	22.27%
2	FARMAREDS	\$ 218.00	6,540.00	78,480.00	44.13%
3	SANTA MARÍA	\$ 166.00	4,980.00	59,760.00	33.6%
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 494.00</b>	<b>14,820.00</b>	<b>177,840.00</b>	<b>100%</b>



---

ANALISIS

Para el análisis de la oferta actual se ha tomado en cuenta las ventas diarias de las farmacias ya existentes, debido a que son los oferentes que se encuentran abarcando el mercado.

**3.02.03 Oferta Proyectada**

**Tabla # 23, Oferta Proyectada**

AÑOS	% CRECIMIENTO DEL PIB	PROYECCIÓN
2013	1.52	177,840.00
2014	1.52	180,543.17
2015	1.52	183,287.43
2016	1.52	186,073.39
2017	1.52	188,901.71

ANALISIS

Para el análisis de la oferta proyectada, se tomó como dato el PIB del sector farmacéutico de los últimos cinco años.



### 3.03 Demanda histórica

En la siguiente tabla se puede determinar el crecimiento de la demanda.

Tabla # 24, Demanda Histórica

AÑOS	CONSUMIDORES APARENTES
2009	89281,00
2010	93489,00
2011	98826,00
2012	103483,00

Elaborado: Jerson Navarro

#### ANALISIS

Los datos obtenidos sobre la demanda histórica fueron adquiridos de tesis de estudiantes que realizaron anteriormente, tomando como punto de aplicación a la parroquia de San José de Minas

#### 3.03.01 Demanda Actual

Para la determinación de la demanda actual se ha tomado como referencia el nivel de satisfacción recopilado en la encuesta que es del 84.64% pero de lo cual para obtener datos enfocados a la realidad, trabajaremos con un 42.32 % de aceptación que viene a ser la segunda parte del total.



Figura # 18, Nivel de aceptación



**Fuente:** La Encuesta

**Elaborado:** Jerson Navarro

Formula:

**Tabla #25, Demanda Insatisfecha**

<b>Demanda Insatisfecha = 75261</b>
-------------------------------------

## ANALISIS

Para la determinación de la demanda insatisfecha se ha tomado como punto de referencia la segunda parte del nivel de aceptación siendo 42,32 %, siendo calculado teniendo como base el total de las ventas anuales de las tres farmacias existentes, siendo así la demanda insatisfecha el dato mostrado en la tabla anterior.

Dentro de este análisis se puede demostrar que el ingreso del Centro Naturista al mercado produce un porcentaje de disminución a la competencia siendo este el 14,11% donde se quedaría posesionado así:



Tabla # 26, Entrada al mercado

N°	LOCALES FARMACEÚTICOS	VENTA			PORCENTAJE%
		DIARIA	MENSUAL	ANUAL	
1	REMANENTE	\$ 40.32	1,209.31	14,511.74	8.16%
2	FARMAREDS	\$ 148.30	4,448.00	53,387.57	30.02%
3	SANTA MARÍA	\$ 96.31	2,889.00	34,678.80	19.50%
4	PARAISO VERDE	\$ 209.07	6271.82	75,261.88	42.32%
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 494.00</b>	<b>14,820.00</b>	<b>177,840.00</b>	<b>100%</b>

Figura # 19 Competencia

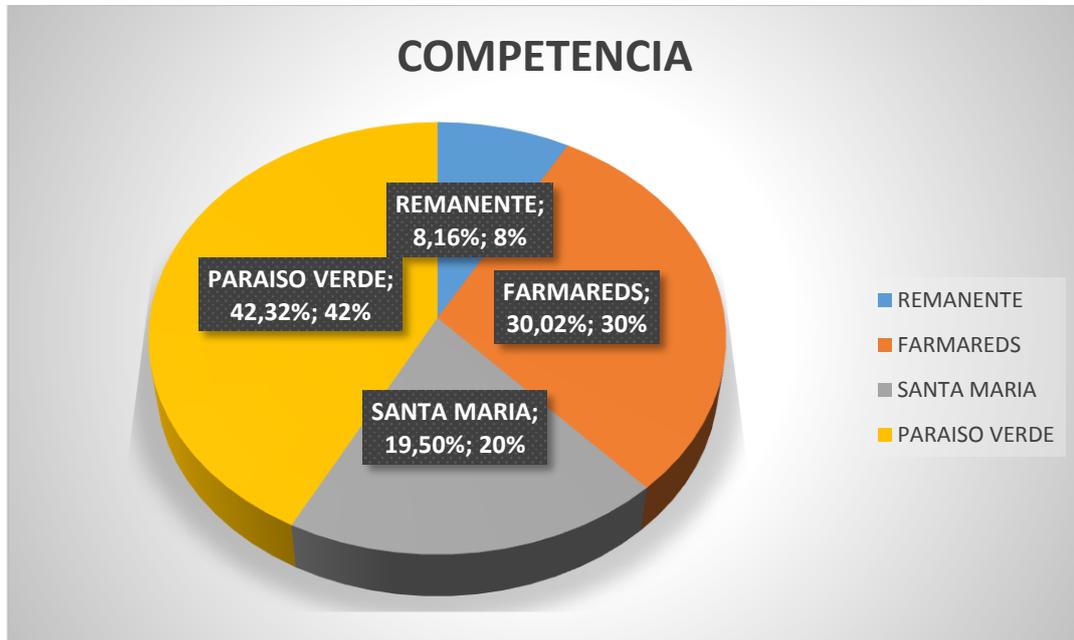




Tabla # 27, Oferta + Demanda Insatisfecha

Oferta	+	Demanda Insatisfecha	=	<b>Demanda</b>
177840	+	75261		<b>253101,00</b>

### 3.03.02 Demanda Proyectada

Tabla # 28, Demanda Proyectada

<b>AÑOS</b>	<b>% DE CRECIMIENTO POBLACIONAL</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA \$</b>
		253101,00
2013	4.50%	264490,55
2014	4.50%	276392.62
2015	4.50%	288830.29
2016	4.50%	301827,65
2017	4.50%	315409,89

Elaborado: Jerson Navarro

Para realizar la proyección de la demanda se ha tomado en cuenta el % de crecimiento poblacional de la parroquia de San José de Minas, que de los últimos años, se ha tomado la media y es del 4.5%



### 3.04 Balance Oferta – Demanda

Tabla # 29, Balance Actual

Oferta - Demanda = <b>Demanda Insatisfecha</b>
177,840.00 - 253,101.00 = <b>75261</b>

Tabla # 30, Balance Proyectado

AÑOS	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA I.
2013	177,840.00	253101,00	-75261
2014	180,543.17	264490,55	-83947.38
2015	183,287.43	276392.62	-93105.19
2016	186,073.39	288830.29	-102756.9
2017	188,901.71	301827,65	-112925.94

Elaborado: Jerson Navarro

Figura #20, Demanda Insatisfecha





## ANALISIS

Según los datos anteriores mostrados se puede determinar la existencia de una demanda insatisfecha para cada año, esto se debe al crecimiento poblacional que existe en la parroquia de San José de Minas con un índice porcentual del 1.52% anual.



---

## CAPITULO IV

### 4.0 Estudio Técnico

#### 4.01 Tamaño Del Proyecto

##### 4.01.01 Capacidad Instalada

Para tener éxito, es importante destacar la calidad de los productos que se va vender, ya que se empezará con un negocio no muy amplio, puesto que no se cuenta con una liquidez bastante alta como para implementar un local.

Teniendo en cuenta este punto reduciremos gastos los más relevantes y tendremos en cuenta los más necesarios como una buena iluminación, fresco y con una buena presentación, ya que se manejará medicamentos y la comodidad será lo prioritario para los clientes.

##### 4.01.01.01 Planta Única

**Área de comercialización:** Aquí se realizara la venta de los distintos productos y medicamentos que se ofrecerán en el Centro Naturista.

**Baño:** Es necesario la implementación de un baño para la higiene del personal.

**Área demostrador al público:** Aquí tendremos la caja registradora, exhibición de productos naturales y medicamentos, a más existirá un área para aquellas personas que deseen consumir productos de tipo nutricional.



#### 4.01.02 Capacidad Óptima

Para la conformación de la capacidad óptima se debe tomar en cuenta la distribución de la planta, los equipos y maquinarias que se va a utilizar.

Por lo cual es importante la determinación del tamaño de la inversión que se relaciona con las proyecciones sobre tendencias de la demanda sobre la medicina natural, generado con el proyecto.

Tabla # 31 Muebles

N°	DETALLES	CANTIDAD	VALOR U \$	TOTAL \$
1.1	Góndolas	2	\$ 115,00	\$ 230,00
1.2	Perchas metálicas	3	\$ 105,00	\$ 315,00
1.3	Vitrinas	2	\$ 110,00	\$ 220,00
1.4	Mostradores	2	\$ 170,00	\$ 340,00
1.5	Sillas plásticas	6	\$ 7,00	\$ 42,00
1.6	Escritorio	1	\$ 210,00	\$ 210,00
1.7	Silla movible básica	1	\$ 120,00	\$ 120,00
1.8	Mueble de caja	1	\$ 380,00	\$ 380,00
				<b>\$ 1.857,00</b>



Tabla # 32, Equipos oficina

N°	DETALLES	CANTIDAD	VALOR U \$	TOTAL \$
1	Caja Registradora	1	\$ 360,00	\$ 360,00
2	Computadora	1	\$ 650,00	\$ 650,00
3	Teléfono	1	\$ 12,00	\$ 12,00
4	Facturador	1	\$ 45,00	\$ 45,00
5	Esterilizador de agua	1	\$ 28,00	\$ 28,00
6	Impresora	1	\$ 200,00	\$ 200,00
7	Lámparas de luz blanca	8	\$ 38,00	\$ 304,00
				<b>\$ 1.599,00</b>

Tabla # 33 Materiales En General

N°	DETALLE	CANTID.	Costo./u	Costo./T
1	Escobas plásticas	2	\$ 8,00	\$ 16,00
2	Trapeadores	2	\$ 7,50	\$ 15,00
3	Franelas	6	\$ 2,00	\$ 12,00
4	Recipientes plásticos	4	\$ 6,00	\$ 24,00
5	Materiales de aseo	1	\$ 32,70	\$ 32,70
6	Botellón de agua	1	\$ 5,00	\$ 5,00
7	Basureros	3	\$ 4,50	\$ 13,50
8	Toallas de mano	3	\$ 6,00	\$ 18,00
9	Espejos	3	\$ 40,00	\$ 120,00
10	Rodapiés de goma	2	\$ 4,50	\$ 9,00
				<b>\$ 265,20</b>

En los cuadros anteriores se ha detallado lo necesario para implementar el local, puesto que para un buen funcionamiento es necesario, y lo que permitirá tener una buena oportunidad de mercado.



#### 4.01.03 Número de Trabajadores

Tabla # 34, Número de Trabajadores

PERSONAL	NUMERO	SUELDO
ADMINISTRADOR	1	\$ 600,00
AUXILIAR	1	\$ 340,00
BIOQUÍMICO	1	\$ 200,00

Elaborado: Jerson Navarro

#### 4.02.03.01 Rol De Pagos

Tabla # 35, Rol De Pagos

PERSONAL	NUMERO	SUELDO	A. PATRONAL 11,15%	A. INDIVIDUAL 9,45%
ADMINISTRADOR	1	\$600,00	\$66,90	\$56,70
AUXILIAR	1	\$340,00	\$37,91	\$32,13
BIOQUÍMICO	1	\$200,00	–	–

DECIMO 3ro	DECIMO 4to	FONDOS R.	VACACIONES	T. MENSUAL	T. ANUAL
\$50,00	\$28,33	–	\$25,00	\$826,93	\$9.923,20
\$28,33	\$28,33	–	\$14,17	\$480,87	\$5.770,48
–	–	–	–	\$200,00	\$2.400,00
			<b>TOTAL</b>	<b>\$1.507,81</b>	<b>\$18.093,68</b>



---

Se ha formulado el Rol de Pagos, teniendo en cuenta que el Factor Humano es uno de los más importantes e indispensables para la conformación del Centro Naturista, permitiendo así tener un personal que trabaje de forma eficiente en la labor cotidiana.

#### ANALISIS

La capacidad óptima del local está enfocada en la prestación de un buen servicio, que pretende brindar al cliente comodidad y rapidez, por lo cual el local está constituido por 42 m<sup>2</sup> lo que a su vez está distribuido en distintas áreas, como almacenamiento, recepción, información y un baño, permitiendo así su perfecta atención a los 493 clientes que se tendrá mensualmente.

#### **4.02 Localización Del Proyecto**

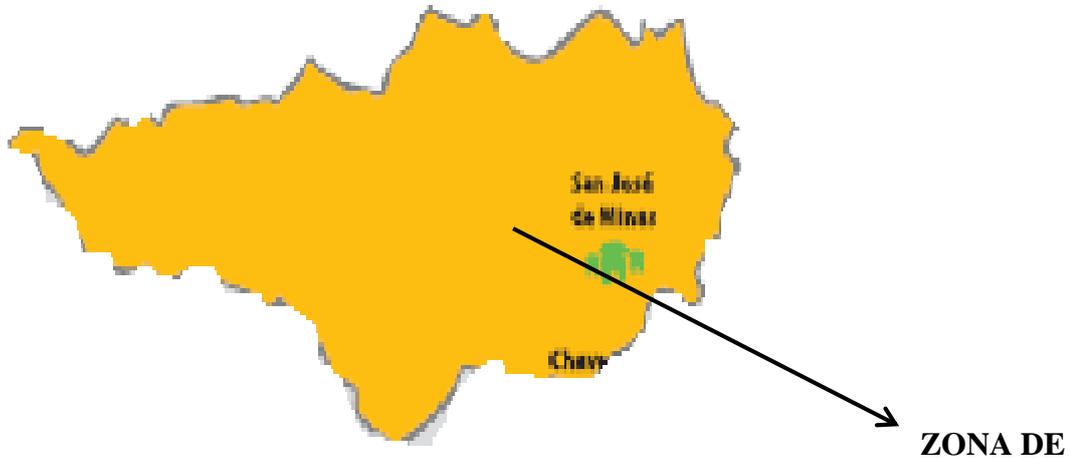
El estudio de localización del proyecto debe definir claramente cuál será el mejor sitio para ubicar del local que se dedicará a la dispensación y expendio de medicamentos naturistas. La localización óptima es aquella que permite obtener una máxima comercialización, maximizando los beneficios y reduciendo a lo mínimo posible los costos.

La localización obedecerá a las variables que le permitan obtener un mejor desarrollo además de un sitio estratégico, ubicado en un lugar céntrico, mediante el cual pueda existir una comercialización más efectiva, de los productos naturistas, disminuyendo los costos, pero sobretodo que el tiempo de adquisición sea el menor.





#### 4.02.02 Micro Localización



#### ESTUDIO

##### Ilustración

Se ha tomado como punto de investigación a la Parroquia de San José Minas escogido por varias razones entre ellas la aglomeración de personas y otra muy importante es que las personas cuenten con un local Naturista cercano para realizar sus compras lo más cómodamente posible.

#### 4.02.03 Localización Óptima

Dentro del proyecto, se ha determinado la ubicación optima en la parroquia de San José de Minas, tomando como ubicación principal a las calles ( García Moreno y José Rigoberto Herrera), este sector es uno de los más concurridos y por ende obtenemos cercanía con nuestras fuentes de abastecimiento de materias primas e insumos.

La parroquia está servida por un sin número de tradicionales tiendas de vecindad, ferreterías, restaurantes, tiendas de ropa, fruterías y los fines de semana se puede

observar la feria de textiles y artesanías.



Esta ubicación ha sido la más óptima por los resultados mostrados en la tabla de ponderación que esta mostrada más adelante.

#### 4.02.03.01 Tabla de Ponderación

##### LUGARES

- A. Calle García Moreno y Rigoberto Herrera
- B. Calle Manuel Larrea y San Francisco
- C. Calle José Ascasubi y Alfredo Pérez.

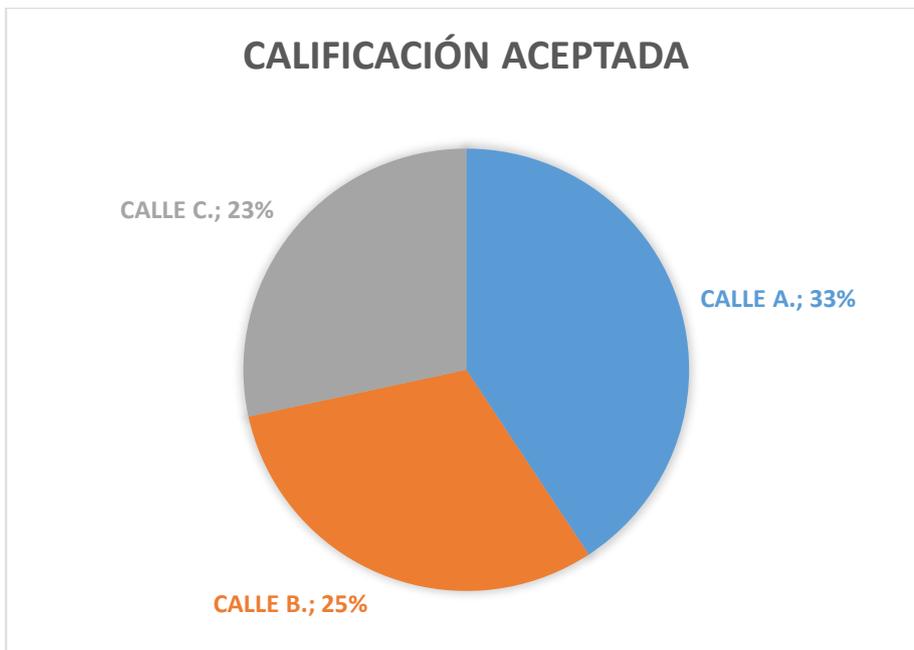
Tabla # 36, Tabla De Ponderación

FACTORES	A	B	C
Demanda	5	4	3
Vta. Comerciales	5	3	2
Serv. Básicos	4	4	4
Arriendo	4	3	4
Nivel competencia	3	2	2
Vías de Acceso	4	2	1
Proveedores	4	3	3
Permisos legales	4	4	4
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>25</b>	<b>23</b>



1	Malo
2	Regular
3	Bueno
4	Muy Bueno
5	Excelente

Figura # 21, Calificación Aceptada de las calles

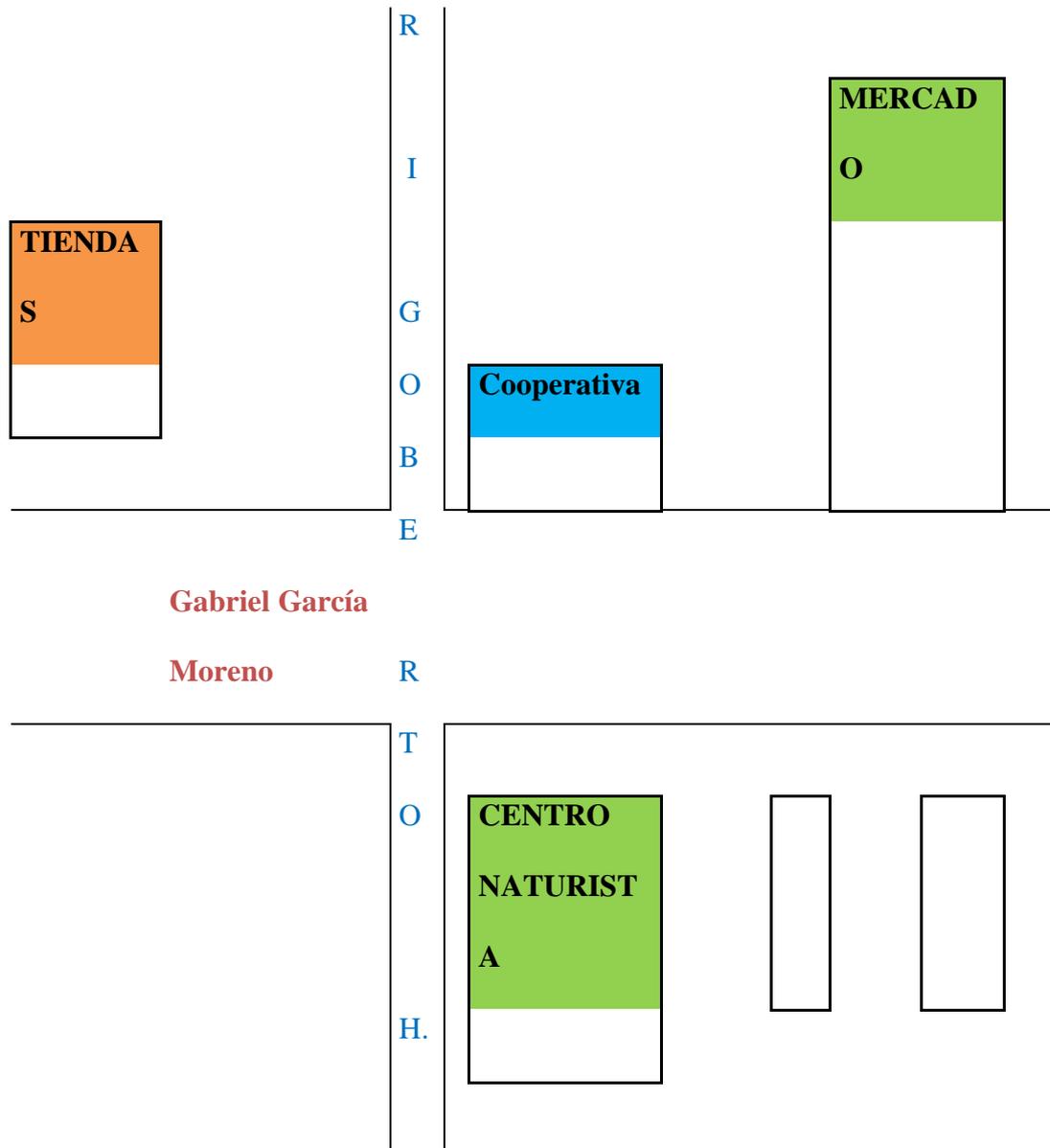


### ANALISIS

La razón más importante por la cual el Centro Naturista estará ubicado en esta zona específica es porque al ser un lugar comercial existe una gran fluidez por parte de la comunidad, puesto que a su alrededor se encuentra conformado por locales que comercializan productos de primera necesidad.



4.02.03.02 Calles Óptimas



Gabriel García

Moreno

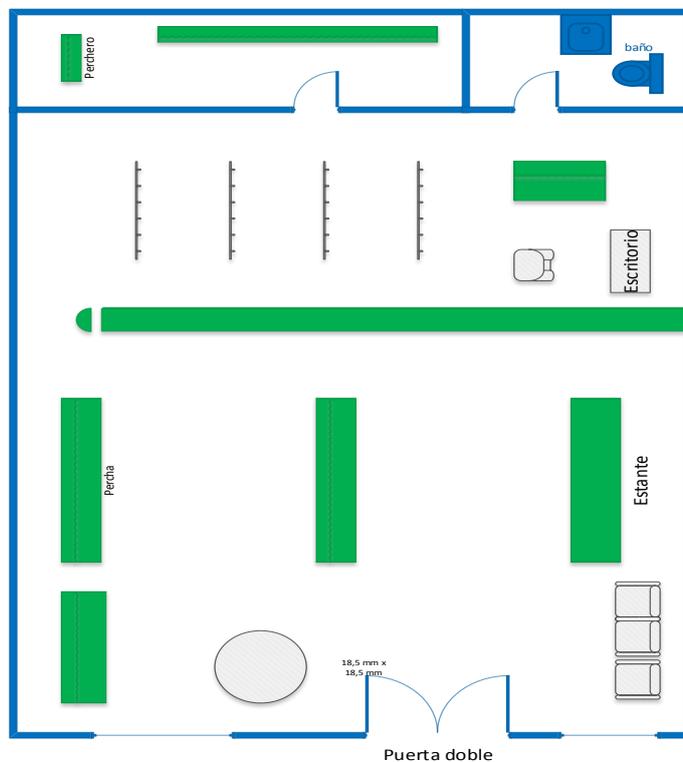
Ilustración

## 4.03 Ingeniería Del Producto

### 4.03.01 Distribución De Planta

- Área de recepción
- Área de almacenamiento
- Área de dispensación y expendio
- Área de información
- Caja
- Baño

### 4.03.02 Estructura Del Local





### 4.03.03 Proyección En 3D



#### 4.03.03.01 Proyecciones Laterales



HomeByMe



HomeByMe



Tabla # 37, Centro Naturista

 CENTRO NATURISA	<b>CENTRO NATURISTA PARAISO VERDE</b>		DISEÑO	3D
	Propietario: Jerson Navarro		Dirección: Calle García	
	Área 42 m <sup>2</sup>		Moreno y Rigoberto H.	
	PROYECTO	Parroquia de San José de Minas.	ESCALA	1m=100mm
	TELEFONO	C.I. 1717783029	AÑO	Edición
	0983801463	Gráfico del Local	2013- 2014	1

En las presentaciones anteriores se muestra el diseño del Centro Naturista presentado en un plano 3D, donde se encuentran los activos necesarios para la estructura interna.



#### 4.03.04 Proceso de Comercialización



#### ANALISIS

Este proceso de comercialización se estima para la atención de mis posibles consumidores que se encuentran dentro de la comunidad de San José de Minas, este proceso de comercialización se lo realiza con el fin de brindar un servicio de calidad que llene las expectativas del cliente.

#### 4.03.05 Equipos y Muebles

Los muebles y equipos a utilizar son los activos que va a conformar el Centro Naturista, que tiene gran importancia para el desempeño laboral.



Tabla # 38 Muebles y Enseres

N°	DETALLES	CANTIDAD	VALOR U \$	TOTAL \$
1.1	Góndolas	2	\$ 115,00	\$ 230,00
1.2	Perchas metálicas	3	\$ 105,00	\$ 315,00
1.3	Vitrinas	2	\$ 110,00	\$ 220,00
1.4	Mostradores	2	\$ 170,00	\$ 340,00
1.5	Sillas plásticas	6	\$ 7,00	\$ 42,00
1.6	Escritorio	1	\$ 210,00	\$ 210,00
1.7	Silla movable básica	1	\$ 120,00	\$ 120,00
1.8	Archivador	1	\$ 130,00	\$ 130,00
1.9	Mueble de caja	1	\$ 380,00	\$ 380,00
				<b>\$ 1.987,00</b>

Tabla # 39, Equipos

N°	DETALLES	CANTIDAD	VALOR U \$	TOTAL \$
1	Caja Registradora	1	\$ 360,00	\$ 360,00
2	Computadora	1	\$ 650,00	\$ 650,00
3	Teléfono	1	\$ 12,00	\$ 12,00
4	Facturador	1	\$ 45,00	\$ 45,00
5	Esterilizador de agua	1	\$ 28,00	\$ 28,00
6	Impresora	1	\$ 200,00	\$ 200,00
7	Sistema Administrativo	1	\$ 850,00	\$ 850,00
8	Lámparas de luz blanca	8	\$ 38,00	\$ 304,00
				<b>\$ 2.449,00</b>



#### 4.03.05.03 Materiales en General

Para la adecuada atención al cliente se deberá procurar materiales que cubra las exigencias del mismo y a la vez sea funcional para la buena atención al cliente.

Tabla # 40, Materiales En General

N°	DETALLE	CANTID.	Costo./u	Costo./T
1	Escobas plásticas	2	\$ 8,00	\$ 16,00
2	Trapeadores	2	\$ 7,50	\$ 15,00
3	Franelas	6	\$ 2,00	\$ 12,00
4	Recipientes plásticos	4	\$ 6,00	\$ 24,00
5	Materiales de aseo	1	\$ 32,70	\$ 32,70
6	Botellón de agua	1	\$ 5,00	\$ 5,00
7	Basureros	3	\$ 4,50	\$ 13,50
8	Toallas de mano	3	\$ 6,00	\$ 18,00
9	Espejos	3	\$ 40,00	\$ 120,00
10	Rodapiés de goma	2	\$ 4,50	\$ 9,00
				<b>\$ 265,20</b>

#### 4.03.05.04 Equipos de Seguridad

Son materiales y equipos necesarios establecidos por parte de los reguladores legales para la apertura del Centro Naturista o locales dedicados al servicio de la salud.



Tabla # 41, Equipos de Seguridad

N°	DETALLE	CANTIDAD	Costo./U	Costo./T
1	Extintor	1	\$ 65,00	\$ 65,00
2	Botiquín	1	\$ 35,00	\$ 35,00
3	Candados	6	\$ 3,50	\$ 21,00
4	Detector de humo	1	\$ 122,00	\$ 122,00
5	Alarma Antirrobo	1	\$ 80,00	\$ 80,00
6	Mandiles	2	\$ 18,00	\$ 36,00
7	Mascarillas	20	\$ 0,50	\$ 10,00
8	Guantes desechables	30	\$ 2,80	\$ 84,00
9	Señalética	1	\$ 180,00	\$ 180,00
				<b>\$ 633,00</b>

Tabla # 42 Útiles

UTILES DE OFICINA			
Concepto	Cantidad	Valor U.	Valor T.
	Anual		
Papel (Resma)	4	\$ 7,00	\$ 28,00
Clips ( paquete)	3	\$ 1,38	\$ 4,14
Grapas ( paquete)	2	\$ 1,15	\$ 2,30
Grapadora	1	\$ 3,65	\$ 3,65
Perforadora	1	\$ 2,75	\$ 2,75
Sello empresa	1	\$ 12,00	\$ 12,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 52,84</b>



---

#### 4.03.06 Aspectos Legales

##### 4.03.06.01 Requisitos para la Apertura de Centros y Distribuidoras Naturistas

- Solicitud para permiso de funcionamiento
- Planilla de Inspección
- Título del profesional responsable (Bioquímico farmacéutico, copia) excepto para Distribuidoras Naturistas.
- Certificado del CONESUP
- Lista de productos con número de Registro Sanitario
- Carné del curso sobre manejo de productos naturales (solo para tiendas naturistas)
- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- Copia del RUC del establecimiento.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- Certificado de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos



---

## CAPITULO V

### 5.01 Ingresos Operacionales y no Operacionales

#### 5.01.01 Ingresos

Los ingresos son todos los incrementos de los beneficios económicos durante un determinado período contable, aumentando los activos, y disminuyendo los pasivos permitiendo el incremento del capital.

#### 5.01.02 Ingresos Operacionales

Son aquellos ingresos que se obtiene de forma directa de la producción de un bien o un servicio o con la actividad principal de la empresa, representando así una fuente interna de recursos.

Las ventas a obtener por la comercialización de los productos naturistas son las siguientes:

Población es: 14000 habitantes

Población económicamente activa: 5954, con una venta individual de \$ 12.70

**Tabla # 43, Ventas**

VENTAS DIARIAS	\$ 209,06
VENTAS MENSUALES	\$ 6271,82
VENTAS ANUALES	\$ 75261,88

**Elaborado:** Jerson Navarro



### 5.01.03 Ingresos no Operacionales

Son todos aquellos ingresos que se obtiene del desarrollo de otras actividades que no tengan relación con la parte productiva o con la actividad principal de la empresa.

### 5.02 Costos

#### 5.02.01 Costos Operacionales

Son aquellos costos que intervienen en la elaboración de un producto, bien o servicio permitiendo el desempeño de la empresa.

Tabla # 44, Mercadería

<b>Presupuesto Mercadería</b>	
<b>Conceptos</b>	<b>Precio Total</b>
Natural Vitality	\$ 450,00
NaturPharma	\$ 450,00
Arkopharma	\$ 300,00
Renase	\$ 350,00
Edina	\$ 300,00
Pronavit	\$ 350,00
Tibbet	\$ 350,00
Yerbanova	\$ 300,00
Natural Garden	\$ 600,00
<b>Sub Total</b>	<b>\$ 3.450,00</b>
<b>IVA</b>	<b>\$ -</b>
<b>Total</b>	<b>\$ 3.550,00</b>



### 5.02.01.01 Gastos Administrativos

Son aquellos gastos que permiten el desarrollo eficiente y coordinado de la actividad global de la empresa y se manifiesta contablemente en los denominados gastos de administración que tienen una naturaleza predominante fija. (Folleto ECO. LENIN PAREDES 2013)

Tabla # 45 Gastos administrativos

DESCRIPCIÓN	Mes	Anual
Sueldo Bioquímico	\$ 200,00	\$ 2.400,00
<b>Gastos generales</b>		
Agua	\$ 12,50	\$ 150,00
Luz	\$ 45,00	\$ 540,00
Teléfono	\$ 18,00	\$ 216,00
Arriendo	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Otros		\$ 898,20
Depreciaciones		\$ 717,13
Amortización		\$ 287,66
<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>\$ 6.648,99</b>

Elaborado: Jerson Navarro

### 5.02.02 Gastos Financieros

Para cubrir el total de la inversión del Centro Naturista, se realizará un préstamo en la Cooperativa Cooprogreso por la cantidad de \$ 8.000,00 con una tasa de interés del 11.63% mensual para tres años.

Tabla # 46, Gastos Financieros

Préstamo Bancario	\$ 8.000,00
Interés	11.63%
Período	36 mes



Tabla #47 rubros

Rubro	Mes
Gastos financieros	\$ 264,30

### 5.02.03 Costos de Ventas

#### 5.02.03.01 Gastos de Ventas

Son aquellos gastos que permiten ubicar a un producto, bien o servicio en el mercado afrontando el proceso de comercialización de sus diversos niveles, donde los gastos de ventas pueden ser fijos o variables, en mayor o menor proporción de acuerdo a las características de comercialización del producto.

(Folleto ECO. LENIN PAREDES 2013)

Tabla # 48, Gastos de Ventas

RUBROS	VALOR.
Gastos de marketing y publicidad	\$ 2.747,50
Sueldos y salarios del ADM. Y Auxiliar	\$ 15.693,68
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 18.441,18</b>

#### 5.02.03.02 Gastos De Marketing

Se ha tomado en cuenta ciertas estrategias para la comercialización, así como lo necesario para la inauguración del Centro Naturista.



Tabla # 49 Estrategias de Marketing

Estrategias de Marketing				
Estrategia	Concepto	Cantidad A.	Valor U.	Valor A.
Producto	información de nuevos productos naturales	3	\$ 15,00	\$ 45,00
Precio	Informar a los clientes sobre ofertas especiales	24	\$ 15,00	\$ 360,00
	Conocer precio (competencia)	4	\$ 25,00	\$ 100,00
Plaza	Capturar nuevos nichos de mercados	20	\$ 45,00	\$ 900,00
Promoción	Publicidad en el Mercado	2	\$ 50,00	\$ 100,00
	Descuentos	1	\$ 100,00	\$ 100,00
	Publicidad Contantes	1	\$ 100,00	\$ 100,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1.660,00</b>

Tabla # 50 Gastos de  
Marketing

Gastos de Marketing			
Concepto	Cantidad A.	Valor U.	Valor A.
Hojas Volantes	400	\$ 0,05	\$ 20,00
Publicidad Rodante	3	\$ 100,00	\$ 300,00
Valla Publicitaria	1	\$ 145,00	\$ 145,00
Publicidad pto vta. Interior	12	\$ 30,00	\$ 360,00
Publicidad Esfero	100	\$ 0,45	\$ 45,00
Tarjetas de Presentación	500	\$ 0,12	\$ 60,00
Proformas	150	\$ 0,05	\$ 7,50
Facturas	1000	\$ 0,15	\$ 150,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.087,50</b>



## 5.03 Inversiones del Proyecto

### 5.03.01 Activos Fijos

Aquí se describe todos los activos fijos que se va utilizar para la estructuración del Centro Naturista.

**Tabla # 51 Muebles y**

#### **Enseres**

CONCEPTO	CANTIDAD	Costo./U	Costo./T
Góndolas	2	\$ 115,00	\$ 230,00
Perchas Metálicas	3	\$ 105,00	\$ 315,00
Vitrinas	2	\$ 110,00	\$ 220,00
Mostradores	2	\$ 170,00	\$ 340,00
Mueble de Caja	1	\$ 380,00	\$ 380,00
		TOTAL	\$ 1.485,00

**Tabla # 52 Muebles de**

#### **Oficina**

CONCEPTO	CANTIDAD	Costo./U	Costo./T
Escritorio	1	\$ 210,00	\$ 210,00
Silla giratoria	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Silla plástica	6	\$ 7,00	\$ 42,00
Archivador	1	\$ 130,00	\$ 130,00
		TOTAL	\$ 502,00



Tabla # 53 Equipos y útiles de Oficina

CONCEPTO	CANTIDAD	Costo./U	Costo./T
Teléfono	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Papel (Resma)	4	\$ 7,00	\$ 28,00
Clips (paquete)	3	\$ 1,38	\$ 4,14
Grapas (paquete)	2	\$ 1,15	\$ 2,30
Grapadora	1	\$ 3,65	\$ 3,65
Perforadora	1	\$ 2,75	\$ 2,75
Sello C/N	1	\$ 12,00	\$ 12,00
		TOTAL	\$ 67,84

Tabla # 54 Equipos de Computación

CONCEPTO	CANTIDAD	Costo./U	Costo./T
Caja registradora	1	\$ 360,00	\$ 360,00
Computadora	1	\$ 650,00	\$ 650,00
Facturador	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Impresora	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Sistema Administrativo	1	\$ 850,00	\$ 850,00
		TOTAL	\$ 2.005,00



### 5.03.02 Capital De Trabajo

Dentro de los activos corrientes se describe todos los proveedores que se tendrá para el abastecimiento de mercadería del Centro Naturista y su nivel de compra a cada distribuidora.

Tabla # 55, Mercadería

<b>Presupuesto Mercadería</b>	
<b>Conceptos</b>	<b>Precio Total</b>
Natural Vitality	\$ 450,00
NaturPharma	\$ 450,00
Arkopharma	\$ 300,00
Renase	\$ 350,00
Edina	\$ 300,00
Pronavit	\$ 350,00
Tibbet	\$ 350,00
Yerbanova	\$ 300,00
Natural Garden	\$ 600,00
<b>Sub Total</b>	<b>\$ 3.450,00</b>
<b>IVA</b>	<b>\$ -</b>
<b>Total</b>	<b>\$ 3.550,00</b>



El valor total de mercadería es de \$ 3,450.00, pero se tomara el doble del valor debido a que se tendrá mercadería en stock para la reposición por rotación de ciertos productos que tienen una alta demanda, siendo así \$ 6,172.85 dólares.

### 5.03.03 Activos Diferidos

Son todos los costos y gastos que permiten la obtención de permisos legales para el funcionamiento del Centro Naturista, los cuales tienen un periodo de vida útil, los cuales deben ser renovados una vez concluido el periodo de validez.

Tabla # 56 Gastos de Constitución

Concepto	USD		
<i>Constitución del Centro Naturista</i>			
Reserva del nombre	\$ -		
Constitución (Honorarios Profesionales)	\$ 120,00		
Registro Mercantil	\$ 168,00		
Notaria	\$ 135,00	TOTAL. C	\$ 423,00
<i>Funcionamiento del local</i>			
RUC	\$ 35,00		
Permiso del MSP	\$ 25,00		
Patente Municipal	\$ 20,00		
Permiso de Suelo	\$ 35,00		
Uso de Suelo	\$ 15,00		
Permiso de Bomberos	\$ 20,00		
Permiso de Medio Ambiente	\$ 25,00	TOTAL. F/L	\$ 175,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 598,00</b>		



Tabla # 57 Gastos de Investigación

Gastos de Investigación			
Concepto	Cantidad	Costo./U	Costo./T
Anillados de tesis	3	\$ 1,30	\$ 3,90
Empastados de Tesis	1	\$ 9,80	\$ 9,80
Tutoría	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Seminario de fin de carrera	1	\$ 540,00	\$ 540,00
Internet	60	\$ 0,36	\$ 21,60
Borradores de la tesis	4	\$ 1,25	\$ 5,00
Impresiones	800	\$ 0,05	\$ 40,00
Otros Gastos	1	\$ 20,00	\$ 20,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 840,30</b>

Tabla # 58, Gastos diferidos

CONCEPTO	USD
Gastos de constitución	\$ 598,00
Gastos de investigación	\$ 840,30
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.438,30</b>



### 5.03.04 Otros Activos

Tabla # 59 Equipos De Seguridad

N°	DETALLE	CANTIDAD	Costo./U	Costo./T
1	Extintor	1	\$ 65,00	\$ 65,00
2	Botiquín	1	\$ 35,00	\$ 35,00
3	Candados	6	\$ 3,50	\$ 21,00
4	Detector de humo	1	\$ 122,00	\$ 122,00
5	Alarma Antirrobo	1	\$ 80,00	\$ 80,00
6	Mandiles	2	\$ 18,00	\$ 36,00
7	Mascarillas	20	\$ 0,50	\$ 10,00
8	Guantes desechables	30	\$ 2,80	\$ 84,00
9	Señalética	1	\$ 180,00	\$ 180,00
				<b>\$ 633,00</b>

Tabla # 60 Materiales En G.

N°	DETALLE	CANTID.	Costo./u	Costo./T
1	Escobas plásticas	2	\$ 8,00	\$ 16,00
2	Trapeadores	2	\$ 7,50	\$ 15,00
3	Franelas	6	\$ 2,00	\$ 12,00
4	Recipientes plásticos	4	\$ 6,00	\$ 24,00
5	Materiales de aseo	1	\$ 32,70	\$ 32,70
6	Botellón de agua	1	\$ 5,00	\$ 5,00
7	Basureros	3	\$ 4,50	\$ 13,50
8	Toallas de mano	3	\$ 6,00	\$ 18,00
9	Espejos	3	\$ 40,00	\$ 120,00
10	Rodapiés de goma	2	\$ 4,50	\$ 9,00
				<b>\$ 265,20</b>



Tabla # 61 Depreciaciones

Cuenta	Valor	AÑOS	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
Muebles y Enseres	\$ 875,00	10	10	\$ 87,50	\$ 87,50	\$ 87,50	\$87,50	\$ 87,50
Equipos de Computación	\$ 1.600,00	3	33,3	\$ 533,33	\$ 533,33	\$533,33	\$	\$ -
Muebles de Oficina	\$ 530,00	10	10	\$ 53,00	\$ 53,00	\$ 53,00	\$ 53,00	\$ 53,00
Equipos de Oficina	\$ 73,00	10	10	\$ 7,30	\$ 7,30	\$ 7,30	\$ 7,30	\$ 7,30
Adecuaciones del Local	\$ 180,00	5	20	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00	\$ 36,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.258,00</b>			<b>\$ 717,13</b>	<b>\$ 717,13</b>	<b>\$ 717,13</b>	<b>\$183,80</b>	<b>\$183,80</b>



### 5.03.04 Amortización del Préstamo Bancario

Tabla # 62 Amortización

Tabla de amortización				
Tiempo	Pagos	Interés	Capital P.	Capital
0				\$ 8.000,00
1	\$ 264,30	\$ 77,53	\$ 186,77	\$ 7.813,23
2	\$ 264,30	\$ 75,72	\$ 188,58	\$ 7.624,65
3	\$ 264,30	\$ 73,90	\$ 190,40	\$ 7.434,25
4	\$ 264,30	\$ 72,05	\$ 192,25	\$ 7.242,00
5	\$ 264,30	\$ 70,19	\$ 194,11	\$ 7.047,89
6	\$ 264,30	\$ 68,31	\$ 195,99	\$ 6.851,89
7	\$ 264,30	\$ 66,41	\$ 197,89	\$ 6.654,00
8	\$ 264,30	\$ 64,49	\$ 199,81	\$ 6.454,19
9	\$ 264,30	\$ 62,55	\$ 201,75	\$ 6.252,44
10	\$ 264,30	\$ 60,60	\$ 203,70	\$ 6.048,74
11	\$ 264,30	\$ 58,62	\$ 205,68	\$ 5.843,06
12	\$ 264,30	\$ 56,63	\$ 207,67	\$ 5.635,39
13	\$ 264,30	\$ 54,62	\$ 209,68	\$ 5.425,70
14	\$ 264,30	\$ 52,58	\$ 211,72	\$ 5.213,99
15	\$ 264,30	\$ 50,53	\$ 213,77	\$ 5.000,22
16	\$ 264,30	\$ 48,46	\$ 215,84	\$ 4.784,38
17	\$ 264,30	\$ 46,37	\$ 217,93	\$ 4.566,45
18	\$ 264,30	\$ 44,26	\$ 220,04	\$ 4.346,40
19	\$ 264,30	\$ 42,12	\$ 222,18	\$ 4.124,23
20	\$ 264,30	\$ 39,97	\$ 224,33	\$ 3.899,90
21	\$ 264,30	\$ 37,80	\$ 226,50	\$ 3.673,40

\$ 806,99



22	\$ 264,30	\$ 35,60	\$ 228,70	\$ 3.444,70	
23	\$ 264,30	\$ 33,38	\$ 230,92	\$ 3.213,78	
24	\$ 264,30	\$ 31,15	\$ 233,15	\$ 2.980,63	\$ 516,84
25	\$ 264,30	\$ 28,89	\$ 235,41	\$ 2.745,22	
26	\$ 264,30	\$ 26,61	\$ 237,69	\$ 2.507,52	
27	\$ 264,30	\$ 24,30	\$ 240,00	\$ 2.267,52	
28	\$ 264,30	\$ 21,98	\$ 242,32	\$ 2.025,20	
29	\$ 264,30	\$ 19,63	\$ 244,67	\$ 1.780,53	
30	\$ 264,30	\$ 17,26	\$ 247,04	\$ 1.533,48	
31	\$ 264,30	\$ 14,86	\$ 249,44	\$ 1.284,05	
32	\$ 264,30	\$ 12,44	\$ 251,86	\$ 1.032,19	
33	\$ 264,30	\$ 10,00	\$ 254,30	\$ 777,89	
34	\$ 264,30	\$ 7,54	\$ 256,76	\$ 521,13	
35	\$ 264,30	\$ 5,05	\$ 259,25	\$ 261,88	
36	\$ 264,30	\$ 2,54	\$ 261,76	\$ 0,12	\$ 191,09



### 5.03.05 Estado De Situación Inicial

Tabla # 63, Estado De Situación Inicial

<b>ACTIVOS</b>		
	-	-
<i>Activo Circulante</i>		
Caja	\$ 2.209,51	
Bancos	\$ 2.000,00	
Mercadería	\$ 5.800,00	
<b>Total A. Circulantes</b>		<b>\$ 10.009,51</b>
<i>Activos Fijos</i>		
Muebles y Enseres	\$ 1.485,00	
Equipos de Computación	\$ 2.005,00	
Muebles de Oficina	\$ 502,00	
Equipos de Oficina	\$ 67,84	
Adecuaciones del Local	\$ 180,00	
<b>Total A. Fijos</b>		<b>\$ 4.239,84</b>
<i>Activo Diferido</i>		
Gastos de Constitución	\$ 598,00	
Gastos de Investigación	\$ 840,00	
<b>Total A. Diferidos</b>		<b>\$ 1.438,00</b>
<b>Otros activos</b>		
Equipos de seguridad	\$ 633,00	
Materiales	\$ 265,20	
<b>Total. Otros A.</b>		<b>\$ 898,20</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>\$ 16.585,55</b>

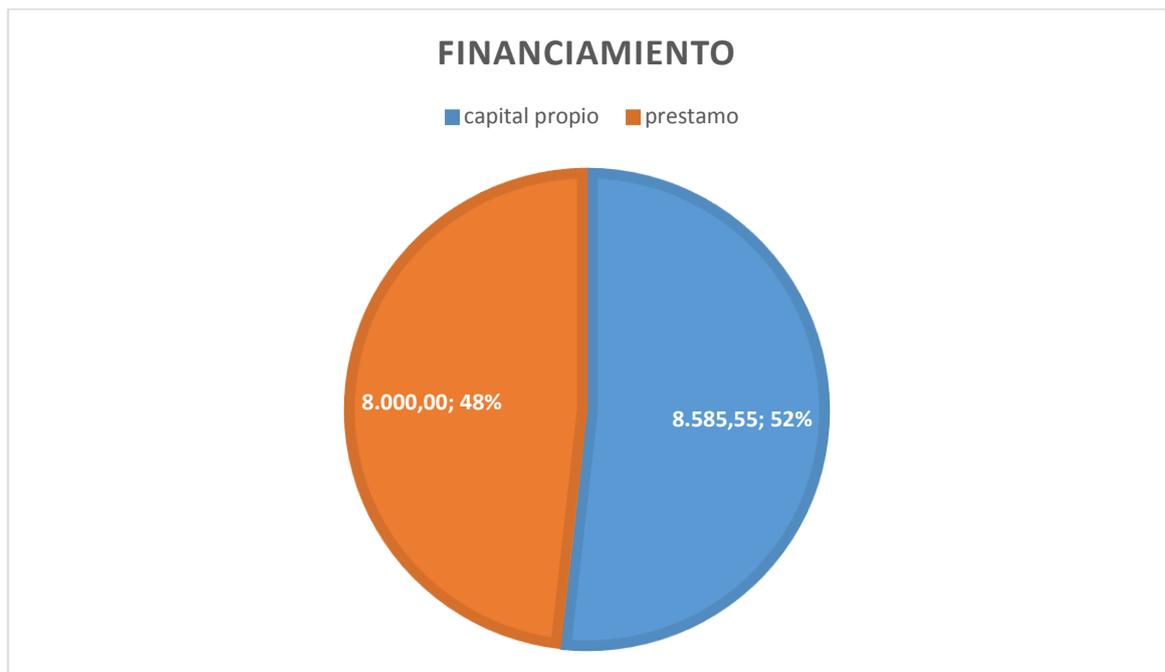
<b>PASIVOS</b>		
	-	-



<i>Pasivo Fijo</i>		
Créditos B.	\$ 8.000,00	
<b>TOTAL PASIVO FIJO</b>		<b>\$ 8.000,00</b>
<b><u>PATRIMONIO</u></b>	-	-
<i>Capital</i>	\$ 8.585,55	
<i>Total Capital</i>		\$ 8.585,55
<b>PASIVO + CAPITAL</b>		<b>\$ 16.585,55</b>

Elaborado: Jerson Navarro

Figura # 22, Financiamiento



Elaborado: Jerson Navarro



**CAPITULO VI**

**6.01 Pronostico Financiero**

**6.01.01 Estado de Pérdidas y Ganancias**

**Tabla # 64, Estado de Pérdidas y Ganancias**

Estado de Resultados					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo inicial					
Ventas	\$ 75.261,88	\$ 78.731,45	\$ 82.360,97	\$ 86.157,81	\$ 90.129,69
Costos de Ventas	\$ 41.394,03	\$ 43.302,30	\$ 45.298,53	\$ 47.386,80	\$ 49.571,33
<b>UTL. B VTAS.</b>	<b>\$ 33.867,85</b>	<b>\$ 35.429,15</b>	<b>\$ 37.062,44</b>	<b>\$ 38.771,02</b>	<b>\$ 40.558,36</b>
Gastos Ventas	\$ 18.441,18	\$ 19.014,70	\$ 19.606,06	\$ 20.215,81	\$ 20.844,52
<b>UTL. NETA VTAS.</b>	<b>15.426,67</b>	<b>16.414,45</b>	<b>17.456,38</b>	<b>18.555,21</b>	<b>19.713,84</b>
Gastos Administrativos	\$ 5.644,20	\$ 5.728,86	\$ 5.814,80	\$ 5.902,02	\$ 5.990,55
Gastos Depreciaciones	\$ 717,13	\$ 717,13	\$ 717,13	\$ 183,80	\$ 183,80
Gastos Amortizaciones	\$ 287,66	\$ 287,66	\$ 287,66	\$ 287,66	\$ 287,66
<b>UTL. OPERACIONAL</b>	<b>\$ 8.777,67</b>	<b>\$ 9.680,80</b>	<b>\$ 10.636,79</b>	<b>\$ 12.181,73</b>	<b>\$ 13.251,83</b>
Gastos Financieros	\$ 806,99	\$ 516,84	\$ 191,09	-	-
<b>UTL. ANTES DEL IMP.</b>	<b>\$ 7.970,68</b>	<b>\$ 9.163,95</b>	<b>\$ 10.445,70</b>	<b>\$ 12.181,73</b>	<b>\$ 13.251,83</b>
15% Trabajadores	\$ 1.195,60	\$ 1.374,59	\$ 1.566,85	\$ 1.827,26	\$ 1.987,78
<b>UTL. IMPUESTO</b>	<b>\$ 6.775,08</b>	<b>\$ 7.789,36</b>	<b>\$ 8.878,84</b>	<b>\$ 10.354,47</b>	<b>\$ 11.264,06</b>
Impuesto a la Renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 563,20
<b>UTL. DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 6.775,08</b>	<b>\$ 7.789,36</b>	<b>\$ 8.878,84</b>	<b>\$ 10.354,47</b>	<b>\$ 10.700,86</b>



### 6.01.02 Flujo De Caja

Tabla # 65, Flujo De Caja

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>FLUJO DE CAJA</b>						
UTIL		\$ 6.775,08	\$ 7.789,36	\$ 8.878,84	\$ 10.354,47	\$ 10.700,86
GASTO FIN.		\$ 806,99	\$ 516,84	\$ 191,09		
AMORTIZACIÓN		\$ 287,66	\$ 287,66	\$ 287,66	\$ 287,66	\$ 287,66
DEP		\$ 717,13	\$ 717,13	\$ 717,13	\$ 183,80	\$ 183,80
<b>FLUJO OP.</b>		<b>\$ 8.586,86</b>	<b>\$ 9.311,00</b>	<b>\$ 10.074,73</b>	<b>\$ 10.825,93</b>	<b>\$ 11.172,32</b>
CNT	\$ 12.345,71					\$ 6.172,86
ACTIVOS FIJOS	\$ 4.239,84				\$ (2.005,00)	\$ 2.518,99
<b>FLUJO NETO</b>	<b>\$(16.585,55)</b>	<b>\$ 8.586,86</b>	<b>\$ 9.311,00</b>	<b>\$ 10.074,73</b>	<b>\$ 8.820,93</b>	<b>\$ 19.864,16</b>

### 6.01.03 Cálculo del VAN (Valor Actual Neto)

Tabla # 66, Valor Actual Neto

CALCULO DEL VAN		
Años	Flujos Netos	FLUJO NETO ACT.
Inversión	\$ (16.585,55)	\$ (16.585,55)
1	\$ 8.586,86	\$ 7.666,84
2	\$ 9.311,00	\$ 7.422,67
3	\$ 10.074,73	\$ 7.170,99
4	\$ 8.820,93	\$ 5.605,86
5	\$ 19.864,16	\$ 11.271,46
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 22.552,28</b>



### 6.01.03 T (MAR)

Tabla # 67, T (mar)

<b>TMAR</b>	
RIESGO PAIS	6,15%
(+) TASA PASIVA	2,40%
INFLACIÓN	3,9%
<b>TMAR</b>	<b>12%</b>

### 6.01.04 TIR (Tasa interna de retorno)

Tabla # 68 Tir.

<b>CALCULO DEL TIR</b>		
<b>52,2%</b>		
<b>Años</b>	<b>Flujos Netos</b>	<b>TIR</b>
Inversión	\$ 16.585,55	\$ (16.585,55)
1	\$ 8.586,86	\$ 5.640,55
2	\$ 9.311,00	\$ 4.017,63
3	\$ 10.074,73	\$ 2.855,58
4	\$ 8.820,93	\$ 1.642,34
5	\$ 19.864,16	\$ 2.429,44
<b>TOTAL</b>		<b>\$ (0,00)</b>



---

**6.01.05 PRI (Periodo de la Recuperación de la Inversión)**

**Tabla # 69 PRI**

Años	Flujos netos	Flujos acumulados
Inversión	\$ (16.585,55)	
1	\$ 8.586,86	\$ 8.586,86
2	\$ 9.311,00	\$ 17.897,86
3	\$ 10.074,73	\$ 27.972,59
4	\$ 8.820,93	\$ 36.793,52
5	\$ 19.864,16	\$ 56.657,68

Tiempo de recuperación es:

**Tabla # 70 Periodo de recuperación**

AÑOS	1
MESES	10
DIAS	9
HORAS	6
MINUTOS	15
SEGUNDOS	40



### 6.01.06 Razón Beneficio Costo

Tabla # 71, Razón Beneficio Costo

	\$	\$
<b>RB/C</b>	412.641,81	(16.585,55)

DETALLE	INSTALACION	PRODUCCION				
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		\$ 75.261,88	\$ 78.731,45	\$ 82.360,97	\$ 86.157,81	\$ 90.129,69

<b>RC/B</b>	24,87959745
	<b>24,9</b>

**SI SUPERA LA TAZA DE  
RENTABILIDAD DEL 1.5**



### 6.01.07 Punto de Equilibrio

Se realiza con el único objetivo de conocer el monto de ventas o porcentaje de la utilidad requerida para que los costos totales se igualen a los ingresos. (ECO.

LENIN PAREDES)

También se puede decir que es el volumen mínimo de ventas que debe lograrse para comenzar a obtener utilidades. Es la cifra de ventas que se requiere alcanzar para cubrir los gastos y costos de la empresa y en consecuencia no obtener ni utilidad ni pérdida.

Tabla # 72 Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
TOTAL COSTOS FIJOS	24859,37
TOTAL COSTOS VARIABLES	41394,03
TOTAL COSTOS	66253,4
INGRESOS TOTALES	75621,88
PUNTO DE EQUILIBRIO	<b>54923,47</b>

Fórmulas:

$$\text{PUNTO E. U} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{PVU} - \text{CUV}}$$

$$\text{PUNTO E.} = \frac{24859,37}{210,06 - 114,98}$$



---

$$\text{PUNTO E.} = \frac{24859,37}{95,076}$$

$$\text{PUNTO E.} = 261 \text{ DIAS}$$

Fórmula:

$$\text{PUNTO E. M.} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\frac{1 - \text{CVU}}{\text{PVU}}}$$

$$\text{PUNTO E. M.} = \frac{24859,37}{1 - \frac{114,98}{210,06}}$$

$$\text{PUNTO E. M.} = 54.921,74$$

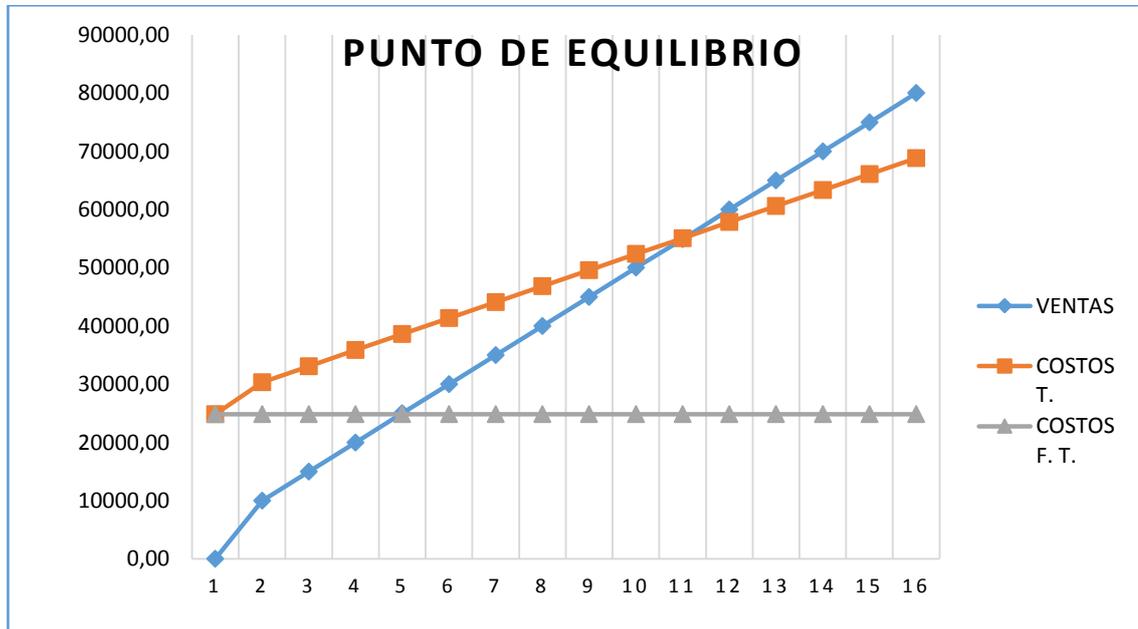


Tabla #73 Costos fijos y variables

VENTAS	COSTOS F. T.	COSTOS V. 0,55	COSTOS T.	INGRESOS - COSTOS
0,00	24859,37	0	24859,37	-24859,37
10000,00	24859,37	5500	30359,37	-20359,37
15000,00	24859,37	8250	33109,37	-18109,37
20000,00	24859,37	11000	35859,37	-15859,37
25000,00	24859,37	13750	38609,37	-13609,37
30000,00	24859,37	16500	41359,37	-11359,37
35000,00	24859,37	19250	44109,37	-9109,37
40000,00	24859,37	22000	46859,37	-6859,37
45000,00	24859,37	24750	49609,37	-4609,37
50000,00	24859,37	27500	52359,37	-2359,37
<b>54923,47</b>	<b>24859,37</b>	<b>30207,91</b>	<b>55067,28</b>	<b>-143,81</b>
60000,00	24859,37	33000	57859,37	2140,63
65000,00	24859,37	35750	60609,37	4390,63
70000,00	24859,37	38500	63359,37	6640,63
75000,00	24859,37	41250	66109,37	8890,63
80000,00	24859,37	44000	68859,37	11140,63



Figura #23 Punto de Equilibrio





## 6.02 Evaluación Financiera

### 6.02.01 Coeficientes Financieros

#### 6.02.01.01 Razon Corriente

Este indicador surge de la necesidad de medir la capacidad que tiene una empresa para cancelar sus obligaciones, se concidera que mientras mas alto sea este indicador tiene mejores posibilidades de pago, desde el punto de vista del acreedor, centrado en los parámetros de la rentabilidad y riesgo.

$$RC = \frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$$

$$RC = \frac{\$ 10.009,51}{\$ 8.000,00}$$

$$RC = \frac{\$}{1,25}$$

Se determina que por cada 1 dólar que debe la empresa tiene \$1,25 para cancelar sus obligaciones.

#### 6.02.01.02 Rentabilidad Neta Del Activo

Este tipo de indicador muestra la capacidad de los activos para producir utilidades, donde si la cantidad es positiva, demuesra que si hay utilidad, mientras que en ciertos casos es negativo por el alto indice de gastos presentados



Formula

$$\text{RNA} = \frac{\text{UTL. NETA} *}{\text{VENTAS}} \quad \frac{\text{VENTAS}}{\text{ACTIVOS T}}$$

$$\text{RNA} = \frac{15426,67 *}{75621,88} \quad \frac{75621,88}{16585,55}$$

$$\text{RNA} = 0,20399744 * \quad 4,55950391$$

$$\text{RNA} = \$ 0,93$$

Se determina que por cada 1 dólar que cuesta los activos, producira 0,93 dolares de utilidad.

### 6.02.01.03 Margen Bruto

Este índice permite conocer la rentabilidad de las ventas frente al costo de ventas y la capacidad de la empresa para cubrir los gastos operativos y generar utilidades antes de deducciones e impuestos. ([www.gerencie.com](http://www.gerencie.com). Web)

FORMULA

$$\text{MB} = \frac{\text{VENTAS} - \text{COSTOS VENTAS}}{\text{VENTAS}}$$

$$\text{MB} = \frac{75621,88 - 41394,03}{75621,88}$$

$$\text{MR} = \$ 0,45$$



---

Se determina que se tendrá un 45% de margen de utilidad de lo cual se restará los gastos.

### **6.03 Analisis De Impacto**

#### **6.03.01 Impacto Ambiental**

El propósito de la disminución del impacto ambiental es importante en los estudios de cualquier proyecto que se quiera llevar a cabo, puesto que dentro de cada investigación de estudio se puede encontrar efectos que actúen de forma positiva o negativa dentro del medio.

La tierra ecuatoriana es privilegiada por su diversidad geográfica, presentando excelentes condiciones ecológicas para la agricultura de varios productos y plantas ancestrales ricos en su poder curativo. Lastimosamente hay deterioro ambiental, por la excesiva contaminación provocada por la inconciencia de la humanidad, siendo un factor problema para el futuro.

Debido a estos problemas en la actualidad se han tomado medidas de prevención, donde se está empezando a desarrollar programas, proyectos y acciones para debilitar los daños al ambiente que estos pueden generar.

Este proyecto tiene un impacto positivo dentro del ambiente, debido a que se dedicará a la comercialización de productos y medicina natural, eliminando en desechos lo más mínimo, además dentro del cual se aplicarán estrategias para el apoyo de reciclaje, facilitando la clasificación de ciertos materiales reutilizables haciendo que disminuya el volumen de basura generada, reduciendo el nivel de contaminación.



---

### 6.03.02 Impacto Económico

El desarrollo de este proyecto dentro del factor económico es de gran aporte para el país debido a que es un proyecto de emprendimiento donde se considera importante los recursos económicos, y el retorno de sus inversiones, teniendo en cuenta que el proyecto es una actividad que generaran un mayor beneficio para la sociedad.

Por tal motivo este proyecto pretende contribuir a la economía del país con las fuentes de

trabajo para aquellas personas desempleadas lo que hará que estas familias tengan una

estabilidad económica decente, tomando como segundo beneficio que también se aportará en el sector de la salud, siendo uno de los sectores con una amplia economía.

Este proyecto tendrá un impacto medio positivo dentro del sector económico debido a que recién se está creando el negocio y está centrado en la toma de decisiones adecuadas que beneficien al propietario permitiendo cumplir con sus objetivos planteados en el proyecto.

### 6.03.03 Impacto Productivo

El Centro Naturista “PARAISO VERDE”, es un negocio que aportará al sector de la Salud, puesto que se dedicará a la comercialización de medicina natural y productos naturistas de excelente calidad, este proceso se realizará bajo las



---

buenas practicas de dispensación y expendio cubriendo las necesidades nutricionales y de salud que los consumidores demanden .

#### **6.03.04 IMPACTO SOCIAL**

Con la comercialización de este tipo de medicamentos naturales se observa un impacto social positivo, debido a que será un apoyo para el desarrollo de la industria dedicada a la elaboración de este tipo de productos, generando ingresos por parte de nuestro negocio para nuestros proveedores.

Al comercializar este tipo de medicamentos naturales se brinda nuevas oportunidades de trabajo, permitiendo mejorar su estilo de vida y a su vez brindar un buen servicio a los consumidores, dando a conocer los beneficios de consumir estos productos naturistas, para llevar una salud equilibrada.



---

## CAPITULO VII

### 7.01 Conclusiones

.-Después del amplio estudio realizado en este proyecto, se ha concluido la viabilidad de negocio, por lo que se cuenta con los recursos necesarios, siendo esto una oportunidad para ingresar al mercado dedicado a la comercialización de medicamentos, teniendo en cuenta que es el primer Centro Naturista en la Parroquia de San José de Minas.

.-El estudio de mercado a permitido identificar ciertos lugares que ofertan productos naturista, identificando así sus falencias como de instalaciones adecuadas, de procesos administrativos y la falta de personal calificado, siendo estos factores tomados en cuenta en el proyecto propuesto para formar una estructura eficiente.

.-Por medio de la encuesta se pudo apreciar que en la Parroquia de San José de Minas existe un alto índice de pobladores que consumen productos naturistas, donde se determinó un alto porcentaje de aceptación para la Creación del Centro Naturista debido a la facilidad para adquirir sus medicamentos.

.- Dentro de la Parroquia de San José de Minas se ha considerado la ubicación óptima para el Centro Naturista a travez de una tabla de ponderaciones, tomando como preferencia factores básicos para su estructura y las buenas prácticas de distribución y comercialización.



---

## **7.02 Recomendaciones**

.-Tener siempre en cuenta la filosofía del Centro Naturista, puesto que ahí se encuentra marcado su razón de ser y cuáles son sus metas futuras, con el fin de buscar mayores beneficios a largo plazo, lo que permitirá su constante funcionamiento cumpliendo con un servicio de calidad.

.-Tomar en cuenta que la importancia de brindar un medicamento natural de calidad como un servicio eficiente depende también de los trabajadores para lo cual se debe hacer concientizar a nuestros empleados que ellos representan un factor valioso dentro del Centro Naturista.

.- Se sugiere mantener un stock necesario de mercadería, con la única virtud de productos de calidad que garanticen las buenas normas de almacenamiento, facilitando así la reposición de productos que mantengan una rotación rápida.

.- Se considera necesario disponer de los sistemas tecnológicos actualizados, puede ser algo costosos pero le permitirá optimizar tiempo y brindar un buen servicio, así como también capacitar al personal con el fin de cumplir los objetivos planteados.



### 7.03 ANEXOS

#### ENCUESTA

El objetivo de esta encuesta es recopilar información sobre el consumo de productos naturistas, para la elaboración de un proyecto de grado, previo a la obtención de la Tecnología profesional.

1.-Género

Masculino  Femenino

2.- Edad

Menos de 20 años  Entre 20 años- 30 años  Entre 30 años - 50 años   
50 en adelante

3.- Ha consumido alguna vez productos naturistas?

SI  NO

4.- Que tipo de productos naturistas consume o ha consumido?

Vitaminas  Suplementos alimenticios  Medicamentos

5.- Donde compra usted los productos naturistas?

Farmacia  Ventas ambulantes  Mercado

6.- Cuáles son las razones que le han llevado a consumir productos naturistas?

Salud  Nutrición  Control masa corporal

7.- Con qué frecuencia compra productos naturistas?

1 vez por semana  1 vez cada 15 días  1 vez al mes

8.- Cuánto dinero gasta al mes en la compra de productos naturistas?

Entre \$ 1 - \$10  Entre \$ 10 - \$ 20  Entre \$ 20 - \$ 30  Entre \$30 - \$50

9.- Cree usted que sería de gran beneficio la creación de un Centro Naturista en el sector?

SI  NO

10.- Además de los medicamentos naturales, qué servicios adicionales le gustaría tener en un Centro Naturista?

Capacitación sobre nutrición  Hábitos de salud  Información del medicamento



## ESTANTERIAS Y GONDOLAS

**Me interesa: Percha 5 Servicios**

nombre:   
email:   
telefono:   
mensaje:

Copiar clave de Seguridad:  
**7HfeWe** >

**Estanterias y Gondolas:**  
**Percha 5 Servicios**



Medidas:  
200 cm alto\*93 cm  
ancho\*40cm  
fondo\*5divisiones

**Catálogo de Productos**

- Vitrinas y Exhibidores
- Frigoríficos
- Congeladores
- Autoservicios
- Estanterias y Gondolas
- Cocinas Industriales
- Hornos
- Muebles de Oficina
- Equipos de Panaderia
- Productos Varios

2483 015 - 2807 613 - 2807 614

**Estanterias y Gondolas:**

**Me interesa: Escritorio Gerencial**

nombre:   
email:   
telefono:   
mensaje:

Copiar clave de Seguridad:  
**3MZ9fv** >

**Muebles de Oficina:**  
**Escritorio Gerencial**



**Catálogo de Productos**

- Vitrinas y Exhibidores
- Frigoríficos
- Congeladores
- Autoservicios
- Estanterias y Gondolas
- Cocinas Industriales
- Hornos
- Muebles de Oficina

2483 015 - 2807 613 - 2807 614

**Muebles de Oficina:**



**Me interesa: Gondola Central**

nombre:   
email:   
telefono:   
mensaje:

Copiar clave de Seguridad:  
**7DPP5G** >

**Estanterías y Gondolas:**  
**Gondola Central**



www.vitrinasbuenano.com

2483 015 - 2807 613 - 2807 614

**Estanterías y Gondolas:**

**Medidas:**  
Alto: 165cm  
Ancho: 1cm  
Profundidad: 1cm

**Catálogo de Productos**

- Vitrinas y Exhibidores
- Frigoríficos
- Congeladores
- Autoservicios
- Estanterías y Gondolas
- Cocinas Industriales
- Hornos
- Muebles de Oficina
- Equipos de Panadería
- Productos Varios

593 2) 2807613 / 2483015 / 2807614 / 2474506 / 2482435 / 3320085 / 2424833

**VITRINAS BUENAÑO** Inicio Productos Servicios Empresa Locales Novedades Contacto

www.vitrinasbuenano.com Quito - Ecuador

**Me interesa: Silla para Recepción 3 Puestos**

nombre:   
email:   
telefono:   
mensaje:

Copiar clave de Seguridad:  
**V5LLLP** >

**Muebles de Oficina:**  
**Silla para Recepción 3 Puestos**



www.vitrinasbuenano.com

2483 015 - 2807 613 - 2807 614

**Muebles de Oficina:**

**Catálogo de Productos**

- Vitrinas y Exhibidores
- Frigoríficos
- Congeladores
- Autoservicios
- Estanterías y Gondolas
- Cocinas Industriales
- Hornos
- Muebles de Oficina
- Equipos de Panadería

**EXTINTORES DE PQS Y CO2** [Clic para ampliar](#)



ESPECIFICACION	EXTINTORES PQS			CO2
	2.5 libras	10 libras	20 libras	
Altura	28 cm	48 cm	60 cm	82
Diámetro	8 cm	13,5 cm	16,5 cm	16
Peso del Agente	1 kg	4 kg	8 kg	4,5 Kg
Peso Cargado	2 kg	5 kg	10 kg	16 Kg
Alcance Descarga	2,5 m	3 a 5 m	3 a 6 m	5 Mts
Duración Descarga	8 seg	18 seg	20 seg	15
Presión de Carga	150 - 190 lbs	150 - 190 lbs	130 - 195 lbs	2.000 lbs
AGENTE EXPULSOR	Nitrogeno	Nitrogeno	Nitrogeno	CO2
Presión Hidrostática	260 PSI	400 PSI	400 PSI	9.000 lbs
Conductor de Energía	NO	NO	NO	NO
Tipo Riesgo	Leve	Ordinario	Extraordinario	Ordinario

**Extintores De Pqs Y Co2**

[Me gusta](#)

**U\$S 26<sup>00</sup>**

Artículo nuevo - 5 vendidos - Pichincha ( Quito ) (Quito)

[Pago a acordar con el vendedor.](#)

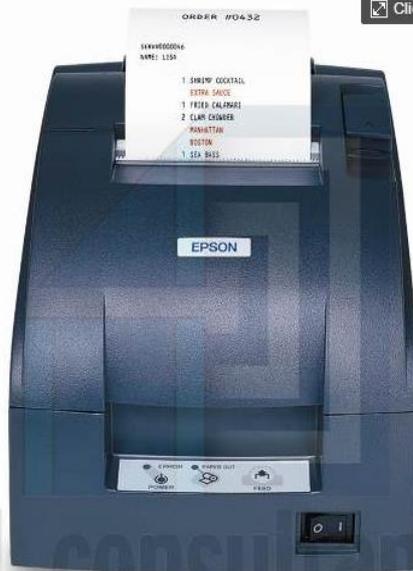
[Envío a acordar con el vendedor.](#)

[Ver calificaciones.](#)

[Comprar](#)



**Clic para ampliar**



mec-s2-p.mistatic.com/impresora-matricial-para-punto-de-venta-epson-tm220d-13309-MEC3161492



**Teléfono Panasonic Kx-ts500 Para Cabinas Oficina Casa Extens**  
Teléfono Panasonic Kx-ts500 Para Cabinas Oficina Casa Extens  
Me gusta  
**U\$S 15<sup>00</sup>**  
Artículo usado - Guayas (Guayaquil)

- Pago a acordar con el vendedor. Más información.
- Envío a acordar con el vendedor.
- Sus ventas aún no alcanzan para medir su reputación.

Comprar



## BIBLIOGRAFÍA

- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR (2013) estadísticas económicas. In <http://www.bce.fin.ec/>
- Nassir Sapag Chain (2007). Proyectos de inversión. in *books.google.com.ec/books?isbn=970260964X encontrado, Noviembre 2013, from* <http://books.google.com.ec>
- Estrella Gómez (2009). Mercado farmacéutico. In [www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/2961/1/5458](http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/2961/1/5458), from <http://www.dspace.espol.edu.ec/>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS (2010). Población, from [www.ecuadorencifras.gob.ec/](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/)
- LEY ORGANICA DE SALUD (2013) ART. Legales, from [www.cicad.oas.org/fortalecimiento.../PDF/.../ley\\_organica\\_de\\_salud.pdf](http://www.cicad.oas.org/fortalecimiento.../PDF/.../ley_organica_de_salud.pdf)
- San José de Minas. Costumbres y tradiciones in Diciembre 2013 [www.sanjosedeminas.com/](http://www.sanjosedeminas.com/)
- Michael Porter (1979). 5 fuerzas de Porter, Estrategias genéricas de Porter - Cadena de valor, in [astridlalomar0604gmailcom.blogspot.com/.../las-5-fuerzas-de-poter.html](http://astridlalomar0604gmailcom.blogspot.com/.../las-5-fuerzas-de-poter.html) from <http://redatam.inec.gob.ec/>.
- PROF. JORGE SALGADO ANONI (2013). *La observación, la encuesta in* [www.salgadoanoni.cl/wordpressjs](http://www.salgadoanoni.cl/wordpressjs) from (<http://www.salgadoanoni.com/>)
- <http://msig-ricardosalazar.blogspot.com/>. (2014). Obtenido de <http://msig-ricardosalazar.blogspot.com/>: <http://msiricardosalazar.blogspot.com/>
- <http://www.rppnet.com.ar/>. (2012). Obtenido de <http://www.rppnet.com.ar/>: <http://www.rppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm>
- <http://www.slideshare.net/>. (s.f.). Obtenido de <http://www.slideshare.net/>: [http://www.slideshare.net/kmpanita\\_91/definiciones-1047150](http://www.slideshare.net/kmpanita_91/definiciones-1047150)



- 
- <http://www.udlap.mx/>. (2010). Obtenido de [http://www.udlap.mx/intranetWeb/centrodeescritura/files/notascompletas/cuestionario.p df](http://www.udlap.mx/http://www.udlap.mx/intranetWeb/centrodeescritura/files/notascompletas/cuestionario.pdf)
  - Tesis de CAROLINA NICOLALDE (2013). Ampliación turística y el aporte cultural [repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8642/1/41243\\_1](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8642/1/41243_1).
  - Tesis de S. CHARANCHI (2012). Introducción al cuidado y tratamiento de plantas medicinales from. [www.dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3560/1/QT03155](http://www.dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3560/1/QT03155)
  - Folleto Eco. PAREDES LENIN (2013). Presupuestos
  - Folleto Eco. PAREDES LENIN (2013). Gerencia Financiera
  - CONSENTINO P.(2009), Marketing y gestión para farmacias, 1era ed.
  - [www.gerencie.com](http://www.gerencie.com) › *Economía y finanzas*



