



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PUNTO DE VENTA DE UN
CENTRO NATURISTA EN LA PARROQUIA DE GUALEA CRUZ DISTRITO METROPOLITANO
DE QUITO, PERÍODO 2019-2020

Tipo de Proyecto Incubadora Empresarial

Trabajo de titulación previo a la Obtención del Título de Tecnóloga en
Administración de Boticas y Farmacias

AUTORA: DANIELA BELÉN ALARCÓN ROSERO

TUTOR: Econ. Luis Sarauz

Quito, Marzo 2020

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo Daniela Belén Alarcón Rosero, declaro bajo juramento que la investigación es absolutamente original, autentica, es de mi autoría, que se ha citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigente. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Daniela Belén Alarcón Rosero

CC: 172514334-9

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Daniela Belén Alarcón Rosero portadora de la cédula de ciudadanía signada con el No. 172514334-9 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PUNTO DE VENTA DE UN CENTRO NATURISTA EN LA PARROQUIA DE GUALEA CRUZ DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERÍODO 2019-2020** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



Daniela Belén Alarcón Rosero

CC: 172514334-9

Quito Junio 2020

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE INTEGRACIÓN CURRICULAR EN EL REPOSITORIO DIGITAL

DATOS PERSONALES:

1. **NOMBRE COMPLETO DEL ESTUDIANTE**
ALARCÓN ROSERO DANIELA BELÉN
2. **CÉDULA DE CIUDADANÍA**
172514334-9
3. **FECHA DE NACIMIENTO**
07/09/1998
4. **NACIONALIDAD**
Ecuatoriana
5. **DIRECCIÓN DE RESIDENCIA**
ANDRÉS PAREDES Y BONIPACUMBA N4-81 EL TEJAR ALTO
6. **PROVINCIA DE RESIDENCIA**
Pichincha
7. **CANTÓN DE RESIDENCIA**
Quito
8. **CORREO ELECTRÓNICO**
daniela.alarcon98@hotmail.com
9. **TELÉFONOS**
02 3151677/ 0979578807
10. **FECHA DE SUSTENTACIÓN**
Julio del 2020

TEMA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PUNTO DE VENTA DE UN CENTRO NATURISTA EN LA PARROQUIA DE GUALEA CRUZ DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERÍODO 2019-2020.

EN CASO DE HABER REALIZADO INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA:

ESCRIBA LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

**COMPLETE Y AÑADA SU FIRMA DIGITAL A CONTINUACIÓN
TIPO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

☐

I+D+i

☐

INCUBADORA EMPRESARIAL

☒

PRODUCCIÓN ARTÍSTICA

☐

Yo Daniela Belén Alarcón Rosero portador de la cédula de identidad N° 172514334-9 autorizo al Instituto Tecnológico Superior Cordillera la publicación del Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital.



FIRMA DEL ALUMNO

ENTIDAD QUE AUSPICIO EL TRABAJO:

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL:

TELÉFONO Y/O CELULAR EMPRESA:

**Ing. William Patricio Parra López
ADMINISTRADOR DE BIBLIOTECA CENTRAL
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA**

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios en primer lugar por permitirme alcanzar un escalón más en mi vida profesional y a mi madre la cual ha sido un motor fundamental para que yo pudiese culminar con éxito una etapa tan importante, a mi hermano porque siempre me apoyado y ha sido mi inspiración, a mi tutor el Economista Luis Sarauz con quien estoy infinitamente agradecida por que supo guiarme y brindarme todos sus conocimientos para poder culminar con éxito esta investigación, a mi mejor amiga Michelle Taco por haberme apoyado y acompañado durante este proceso académico al igual que mis amigos de curso y al Instituto Tecnológico Superior Cordillera por permitirme realizar mi trabajo y por la formación humana que supo brindarme.

DEDICATORIA

Mi proyecto está dedicado a mi madre Carmen Rosero quien ha sido un pilar fundamental en mi vida y a quien amo, admiro, respeto y debo todos los esfuerzos que realizó durante estos tres años, no solo en mis estudios sino también en mi formación como una mujer de bien.

A mi hermano Alejandro Alarcón con quien he compartido toda mi vida y ha sabido brindarme su apoyo además de ser una inspiración durante este largo proceso.

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	ii
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE INTEGRACIÓN CURRICULAR EN EL REPOSITORIO DIGITAL	iii
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.	xv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvii
RESUMEN EJECUTIVO	xviii
Abstract	xix
Capítulo I.....	1
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Justificación	1
1.2. Antecedentes.....	2
Capítulo II	5
2. ANÁLISIS SITUACIONAL	5
2.1. Ambiente Externo	5
2.1.1. Factor Económico.	5
2.1.1.1. PIB del Sector Farmacéutico	6
2.1.1.2. Tasa de Inflación.....	7
2.1.1.3. Tasa de Interés.	8
2.1.1.4. Tasa de interés activa	9
2.1.2. Factor Social.....	10
2.1.2.1. Población económicamente activa en el Ecuador.	10
2.1.2.2. Tasa de Crecimiento	12

2.1.2.3.	Desempleo.....	13
2.1.3.	Factor Legal.....	15
2.1.3.1.	Reglamento y Control de Productos Naturales de Uso Medicinal.	15
2.1.3.2.	Reglamento de Clasificación de Medicamentos y productos Naturales	21
2.1.3.3.	Ministerio de Salud Pública Proceso de Control y Vigilancia Sanitaria. 22	
2.1.4.	Factor Tecnológico.....	23
	Sistemas Automatizados ERP (Enterprise Resource Planning)	24
2.2.	Entorno Local.....	25
2.2.1.	Amenaza de nuevos competidores.	26
2.2.2.	Poder de la Negociación con los Proveedores.	27
2.2.3.	Poder de Negociación de los Compradores.....	28
2.2.4.	Amenaza de Productos Sustitutos	28
2.2.5.	Rivalidad entre Competidores.....	29
2.3.	Análisis Interno.....	29
2.3.1.	Propuesta Estratégica.	29
2.3.1.1.	Misión.....	29
2.3.1.2.	Visión.....	30
	Objetivos.....	30
2.3.1.3.	Objetivo General.....	30
2.3.1.4.	Objetivos Específicos	30
	Principios o Valores.....	31
	Responsabilidad.....	31
	Iniciativa.....	31
	Compromiso.....	31
	Trabajo en equipo.....	31
	Respeto	31
	Políticas	32
2.3.2.	Gestión Administrativa	33
2.3.3.	Gestión Operativa.....	33
2.3.4.	Gestión Comercial.....	35
2.3.4.1.	Nombre del punto de venta del Centro Naturista.....	36

2.3.4.2.	Isotipo.....	36
2.3.4.3.	Logotipo.....	37
2.3.4.4.	Eslogan.....	38
2.3.5.	Marketing Mix.....	39
2.3.5.1.	Las 4P Del marketing.....	39
2.3.5.2.	Promoción y Publicidad.....	40
2.3.5.2.1	Tarjetas de presentación	41
2.3.5.2.2	Volantes.....	42
2.4.	Análisis FODA.....	43
2.4.1.	Matriz MEFI.....	43
2.4.2.	Matriz MEFE.....	45
2.4.3.	Matriz MAFE.....	46
Capítulo III.....		49
3. ESTUDIO DE MERCADO.....		49
3.1.	Análisis del Consumidor.....	49
3.2.	Determinación de la Población y Muestra.....	49
3.2.1.	Población.....	49
3.2.2.	Muestra.....	49
3.2.2.1	Muestro Probabilístico.....	50
3.3.	Técnicas de obtención de información.....	51
3.3.1.	Encuesta	51
3.3.1.1	Modelo de la Encuesta.....	52
3.3.2	Análisis de Resultados.....	54
3.4.	Oferta.....	67
3.4.1.	Oferta Histórica.....	67
3.4.2	Oferta Actual	68
3.4.3	Oferta Proyectada.....	69
3.5.	Productos Sustitutos.....	70
3.6.	Demanda	70
3.6.1.	Demanda Histórica	70
3.6.2.	Demanda Actual.....	71

3.6.3. Demanda Proyectada	72
3.7. Balance Oferta -Demanda.....	73
3.8. Balance Actual	73
Capítulo IV	75
4. ESTUDIO TÉCNICO.....	75
4.2. Capacidad Instalada	75
4.3. Capacidad óptima.....	77
4.4. Localización.....	79
4.4.1. Macro localización.	79
4.4.2. Micro Localización.....	80
4.4.3. Localización óptima.	81
4.5 Ingeniería del producto.....	82
4.5.1 Definición del B y S	82
4.5.2 Distribución de Planta	82
4.5.3 Proceso Productivo	83
4.5.4 Maquinaria.....	87
4.5.5 Equipos	87
Capítulo V	90
5. ESTUDIO FINANCIERO	90
5.1. Ingresos operacionales.....	90
5.2. Ingresos no operacionales.....	90
5.02. Costos y Gastos	91
5.02.01. Costo Directo.....	91
Tabla 43 Sueldo y Salario del Administrador	92
Tabla 44 Sueldo y Salario del Bioquímico.....	92
5.02.03. Gastos Administrativos.....	92
5.3.4 Gastos de Ventas	95
5.2.6 Gastos Financieros.....	96
5.2.7 Costos Fijos y Variables	96
5.3 Inversiones.....	97
5.3.1 Inversión Fija.....	97

5.3.1.1 Activos Fijos.....	97
5.3.1.2 Activos Nominales (Diferidos).....	97
5.3.2 Capital de Trabajo	98
5.4 Fuentes de Financiamiento.	99
5.4.1 Amortización de Financiamiento.....	100
5.5 Depreciaciones.....	103
5.6 Estado de Situación Inicial	104
5. 8. Flujo de Caja.....	106
5.8.1.1 Tasa Mínima aceptable de rendimiento TMAR	107
5.8.1.2. Valor actual neto (VAN)	108
5.8.1.3. Tasa interna de rendimiento	108
5.8.1.4. Periodo de recuperación de inversión.....	109
5.8.1.5. RBC (Relación Costo Beneficio)	110
5.8.1.6 Punto de Equilibrio.....	111
Capítulo VI.....	113
6. ANÁLISIS DE IMPACTOS	113
6.1. Análisis de Impactos.....	113
6.1.1. Impacto ambiental	113
6.2. Impacto económico.....	114
6.1.3 Impacto Social	114
6.1.4 Impacto Productivo.....	115
Capítulo VII	116
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	116
7.1 Conclusiones.....	116
7.2. Recomendaciones	117
REFERENCIAS Bibliográficas.....	118
ANEXOS.....	122
Anexo A. Informe de Culminación de las Tutorías Periodo 19-20.	122

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>PIB Salud</i>	6
Tabla 2. <i>Tasa de inflación</i>	7
Tabla 3. <i>Tasa de interés activa</i>	9
Tabla 4. <i>Población Económicamente Activa del Ecuador</i>	11
Tabla 5. <i>Tasa de Crecimiento</i>	12
Tabla 6. <i>Desempleo</i>	14
Tabla 7. <i>Proveedores</i>	27
Tabla 8. <i>Matriz MEFI</i>	44
Tabla 9. <i>Matriz MEFE</i>	45
Tabla 10 <i>Matriz MAFE</i>	47
Tabla 11 <i>Género</i>	55
Tabla 12 <i>Edades</i>	56
Tabla 13 <i>Pregunta 1</i>	57
Tabla 14 <i>Pregunta 2</i>	58
Tabla 15 <i>Pregunta 3</i>	59
Tabla 16 <i>Pregunta 4</i>	60
Tabla 17 <i>Pregunta 5</i>	61
Tabla 18 <i>Pregunta 6</i>	62
Tabla 19 <i>Pregunta 7</i>	63
Tabla 20 <i>Pregunta 8</i>	64
Tabla 21 <i>Pregunta 9</i>	65
Tabla 22 <i>Pregunta 10</i>	66
Tabla 23 <i>Cálculo de la oferta Histórica</i>	67
Tabla 24 <i>Cálculo de la Oferta Actual</i>	68
Tabla 25 <i>Cálculo de la Oferta Proyectada</i>	69
Tabla 26 <i>Cálculo de la demanda Histórica</i>	70
Tabla 27 <i>Cálculo de la demanda actual</i>	71
Tabla 28 <i>Promedio de Consumo</i>	71

Tabla 29 <i>Cálculo de la demanda proyectada</i>	72
Tabla 30 <i>Cálculo del Balance Oferta-Demanda</i>	73
Tabla 31 <i>Cálculo del Balance Proyectado</i>	73
Tabla 32. <i>Capacidad óptima</i>	78
Tabla 33. <i>Gastos de sueldos y beneficios sociales (dependiente)</i>	79
Tabla 34. <i>Localización óptima</i>	81
Tabla 35. <i>Detalle localización óptima</i>	81
Tabla 36. <i>Proceso: Almacenamiento y Distribución de productos naturales</i>	84
Tabla 37. <i>Proceso de Control de Inventarios</i>	86
Tabla 38 <i>Equipos de computación</i>	88
Tabla 39. <i>Equipos de Oficina</i>	88
Tabla 40. <i>Muebles y Enseres</i>	88
Tabla 41 <i>Ingresos Operacionales</i>	90
Tabla 42 <i>Costos Directos</i>	91
Tabla 43 <i>Sueldo y Salario del Administrador</i>	92
Tabla 44 <i>Sueldo y Salario del Bioquímico</i>	92
Tabla 45 <i>Gastos Administrativos</i>	93
Tabla 46 <i>Permiso de funcionamiento</i>	93
Tabla 47 <i>Servicios Básicos</i>	94
Tabla 48 <i>Suministros de Oficina</i>	94
Tabla 49 <i>Útiles de Aseo</i>	94
Tabla 50 <i>Gastos de ventas</i>	95
Tabla 51 <i>Gastos de Marketing y Publicidad</i>	95
Tabla 52 <i>Gastos de Marketing y Publicidad</i>	95
Tabla 53 <i>Gastos Financieros</i>	96
Tabla 54 <i>Costos Fijos y Variables</i>	96
Tabla 55 <i>Activos Fijos</i>	97
Tabla 56 <i>Activos Nominales</i>	98
Tabla 57 <i>Capital de Trabajo</i>	98
Tabla 58 <i>Caja</i>	98
Tabla 59 <i>Capital de Trabajo-Activos Corrientes</i>	99
Tabla 60 <i>Fuentes de Financiamiento</i>	99

Tabla 61 <i>Tabla Amortización Cooperativa JEP</i>	101
Tabla 62 <i>Amortización Gastos de Constitución</i>	102
Tabla 63 <i>Depreciación de Muebles y Enseres</i>	103
Tabla 64 <i>Depreciación equipos de computación.</i>	103
Tabla 65 <i>Depreciación equipos de oficina</i>	104
Tabla 66 <i>Balance de Situación General</i>	105
Tabla 67 <i>Estado de Resultados Proyectado.</i>	106
Tabla 68 <i>Flujo de Caja</i>	107
Tabla 69 <i>TMAR</i>	108
Tabla 70 <i>VAN</i>	108
Tabla 71 <i>TIR</i>	109
Tabla 72 <i>PRI</i>	109
Tabla 73 <i>PRI</i>	110
Tabla 74 <i>PRI</i>	110
Tabla 75 <i>Relación Costo Beneficios</i>	110
Tabla 76 <i>Datos para calcular el punto de equilibrio</i>	111
Tabla 77 <i>Datos para el cálculo del punto de equilibrio</i>	111

ÍNDICE DE FIGURAS.

Figura 1 Representación gráfica de los valores del PIB Salud.....	6
Figura 2 Representación gráfica de la Tasa de inflación del Ecuador.....	8
Figura 3 Representación gráfica de los valores de la tasa de interés activa del Ecuador	10
Figura 4 Representación gráfica de la población económicamente activa del Ecuador.	11
Figura 5 Representación gráfica de la tasa de crecimiento poblacional.....	13
Figura 6 Representación gráfica de la tasa de desempleo	14
Figura 7 Representación gráfica de las Cinco fuerzas de Porter	26
Figura 8 Organigrama de Gestión Administrativa de un Centro Naturista	33
Figura 9 Representación gráfica del Logo de la empresa.....	36
Figura 10 Representación gráfica del Isotipo del Centro Naturista “Ginseng Pharma”	37
Figura 11 Logotipo de la Farmacia "Andaluz"	38
Figura 12 . Slogan del Centro Naturista “Ginseng Pharma”	38
Figura 13 Las 4P del marketing del del Centro Naturista "Ginseng Pharma".....	40
Figura 14 Tarjeta de presentación del Centro Naturista “Ginseng Pharma”	41
Figura 15 Representación gráfica de los volantes	42
Figura 16 Representación gráfica de los premios en el punto de venta	42
Figura 17 Matriz FODA del Centro Naturista "Ginseng Pharma”	43
Figura 18 Representación gráfica del género.	55
Figura 19 Representación gráfica de las edades.	56
Figura 20 Representación gráfica pregunta 1.	57
Figura 21 Representación gráfica pregunta 2	58
Figura 22 Representación gráfica pregunta 3	59
Figura 23 Representación gráfica pregunta 4	60
Figura 24 Representación gráfica pregunta 5	61
Figura 25 Representación gráfica pregunta 6	62
Figura 26 Representación gráfica pregunta 7	63
Figura 27 Representación Gráfica pregunta 8	64

Figura 28 Representación gráfica pregunta 9	65
Figura 29 Representación gráfica pregunta 10	66
Figura 30 Macro localización parroquia Gualea Cruz.....	80
Figura 31 Micro localización del Barrio Gualea Central.	80
Figura 32 Diagrama de Flujo del Proceso de Almacenamiento y Distribución	85
Figura 33 Diagrama de Flujo del proceso de control de inventarios.	87
Figura 34 Fuentes de Financiamiento.....	100

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A. Informe de Culminación de las Tutorías Periodo 19-20.....	122
Anexo B Plano Arquitectónico del punto de Venta del Centro Naturista “Ginseng Pharma”.	123

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación está orientada a un estudio de factibilidad para la creación de un punto de venta de un Centro Naturista con el fin de determinar las características de una microempresa de comercialización de productos naturales, cuyo objetivo es satisfacer las necesidades de una determinada población además de conocer las exigencias que demanda dicho mercado y poder aprovechar las distintas oportunidades que ofrece el Ecuador para este sector.

Es importante realizar un análisis situacional como económico, social, ambiental y legal para observar la situación real del país en los últimos años, además de examinar el entorno local en el que se va a situar el punto de venta del centro naturista, ya que a través de un modelo de completa gestión que son las cinco fuerzas de Porter se podrá identificar los factores que van a influir de manera directa en el estudio y tendrá un impacto al finalizar el proyecto, así también aplicar las 4p del Marketing ya que es una técnica eficaz de la comercialización del sector de la medicina natural.

Se empleó varias herramientas y técnicas, que determinaron las necesidades que aquejan a los habitantes con el fin de satisfacerlas a través de la inserción de un establecimiento que expendía productos naturales ya que la parroquia de Guala Cruz, barrio Guala Centro es una zona donde no hay este servicio puesto que es una comunidad que durante los últimos años ha tenido un notable crecimiento poblacional lo que amerita la creación de un punto de venta de un Centro Naturista.

Abstract

The present investigation is oriented to a feasibility study for the creation of a point of sale of a Naturist Center in order to determine the characteristics of a micro-enterprise for the commercialization of natural products, whose objective is to satisfy the needs of a certain population in addition to, know the demands that this market demands and to be able to take advantage of the different opportunities that Ecuador offers for this sector.

It is important to carry out a situational analysis such as economic, social, environmental and legal to observe the real situation of the country in recent years, in addition to examining the local environment in which the point of sale of the naturist center is going to be located, since Through a complete management model that are the five forces of Porter, the factors that will directly influence the study can be identified and will have an impact at the end of the project, as well as applying the 4p of Marketing since it is a technique effective marketing of the natural medicine sector.

Various tools and techniques were used, which determined the needs afflicting the inhabitants in order to satisfy them through the insertion of an establishment that sells natural products since the parish of Gualea Cruz, Gualea Centro neighborhood is an area where there are no This service since it is a community that in recent years has had a remarkable population growth, which merits the creation of a point of sale of a Naturist Center.

Capítulo I

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Justificación

El crecimiento en la Industria farmacéutica en el Ecuador está estrechamente relacionado con el gasto en salud que se ha venido dando en los últimos años, y su principal objetivo es cubrir las necesidades de dos sectores muy completos, el primero el sector privado lo que abarca, laboratorios y cadenas farmacéuticas y por otro lado la salud pública.

Es así que la Industria Farmacéutica es relativamente pequeña en relación al aporte de Producto Interno Bruto PBI y el incremento de la población lo cual ha ocasionado que surjan nuevas necesidades de los consumidores y que las grandes cadenas farmacéuticas sigan siendo una fuente estratégica de fidelización, pero a partir de ello nacen las microempresas en el Ecuador y el sector de la medicina natural ya que este es el punto principal de la investigación a desarrollar.

La medicina natural pretende brindar alivio a patologías por medio de productos con poca manipulación y de origen mineral, natural o vegetal y de esta manera los consumidores se sientan seguros de los productos que consumen.

En la Parroquia de Guala Cruz se puede evidenciar el crecimiento de sus habitantes y una demanda de necesidades por cubrir, esta parroquia no cuentan con una farmacia comunitaria y peor aún con un Centro Naturista, sus habitantes deben movilizarse a parroquias aledañas para adquirir sus productos y medicinas provocando

inconformidad por la lejanía de los establecimientos, es así que se tiene por objeto ayudar a mejorar la calidad de vida, brindar un servicio óptimo y de calidad, atención personalizada, precios accesibles, promociones a través, de cupones, asesoría en la compra de sus productos con el fin de obtener confianza y fidelizar clientes

Es por ello que se ve necesaria la creación de un punto de venta de un centro naturista que permitirá satisfacer las necesidades de los habitantes de la parroquia de Gualea Cruz.

1.2. Antecedentes.

La parroquia de Gualea Cruz comprende una población de acuerdo al CENSO 2010, de 2.025 habitantes de los cuales 1.073 son hombres y 952 son mujeres.

En Navarro (2014) con su tema “Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro Naturista en la Parroquia San José de Minas.” Enfoco su estudio en el plan del buen vivir también lo oriento a la comercialización de medicamentos naturales que no causan 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.

Este tema se relaciona directamente con la investigación, puesto que la creación de un Centro Naturista permitirá satisfacer las necesidades de los habitantes, y así surge el probar nuevas técnicas de medicina además del consumo y utilización de productos

naturales y de esta manera hacer permanecer culturas y costumbres, sin embargo se destaca el problema que acarrea el uso de la medicina tradicional tanto para el entorno que nos rodea como para el organismo y como las grandes cadenas farmacéuticas influyen en un consumidor.

Para Iza (2018) con su tema “Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia en la parroquia Yaruqui barrio de Oyambarillo. El nuevo establecimiento beneficiará a los habitantes del sector y sus alrededores brindando una atención de calidad la cual se consigue mediante una capacitación constante del personal que atiende el establecimiento, alcanzando de esta manera un margen atractivo de ventas y abarcando una clientela estable. El asesoramiento constante sobre el uso de las diferentes sustancias y la educación a sus clientes sobre el efecto de éstas, es una de las principales tareas que cumple una farmacia respaldada por un profesional en farmacología.

La investigación se enlaza con el proyecto para la creación de un centro naturista, siendo su objetivo principal satisfacer una necesidad otorgando un servicio de calidad y cumpliendo con sus expectativas, logrando una imagen atractiva hacia el cliente ofreciendo una atención personalizada y asesoría con los productos que va adquirir, de esta forma educando al cliente y fidelizándolo logrando que habitantes no se movilicen de su comunidad a otra para obtener un producto farmacéutico.

Según Molina (2014) con su tema “Creación de una tienda comercializadora de especias y productos naturales en la parroquia de Cotocollao” Es una oportunidad para contribuir a dinamizar el flujo de servicios, ya sea de manera personal o asociada, lo cual justifica y tiene importancia para la elaboración del presente proyecto. Del mismo modo, la existencia de facilidades de financiamiento bajo diferentes modalidades o la

posibilidad de desarrollar con-inversión con empresas o inversionistas dispuestos con el propósito del proyecto esto contribuirá a lograr la viabilidad económica, financiera y social de formalizar una empresa que genere empleo y mejorar los ingresos.

La investigación se vincula con el estudio de factibilidad para la creación de un centro naturista puesto que establece estrategias con la finalidad de analizar si es factible la inversión a realizar, además de ejecutar un estudio de mercado que permita identificar a los posibles competidores y factores externos que puede afectar a la empresa, el poder generar fuentes de trabajo y una estabilidad económica hacia los pobladores de la Parroquia de Guales Cruz ya que su única fuente de ingreso diario es la pesca, ganadería y agricultura, es por ende que la implementación de este proyecto beneficiara en aspectos sociales, culturales y financieros.

Capítulo II

2. ANÁLISIS SITUACIONAL.

2.1. Ambiente Externo

Para Sáez Vacas. F (1997) menciona que el ambiente externo:

Es el sistema de nivel superior en el que se inserta la empresa, está formado por aquellos factores, fuerzas o variables que influyen, directa o indirectamente, es esencial para conocer el origen de las oportunidades y amenazas con las que se encuentra la empresa (p.3).

El ambiente externo es un factor que indicara las fuerzas positivas y negativas que influirá en la investigación y así conocer las oportunidades y amenazas que podría tener el proyecto en un futuro.

2.1.1. Factor Económico.

Según Moya.M (2012) un factor económico “Hace referencia a la medición estadística de fenómenos económicos como el crecimiento económico, la inflación, el desempleo, la demanda y la oferta agregada” (p.89).

El factor económico es una herramienta que permitirá evaluar distintos aspectos económicos del proyecto y hacer un análisis del impacto sobre la investigación. Dentro del factor económico se analizara los siguientes indicadores como el PIB del Sector Farmacéutico, Tasa de Inflación, Tasa de Interés Activa.

2.1.1.1. PIB del Sector Farmacéutico

Es un indicador financiero que tiene gran impacto en el mercado, por lo que su análisis es importante para conocer si existe un incremento de la economía en el área de salud y la adquisición de medicamentos es por ello este factor influye en la creación de un centro naturista.

Tabla 1. PIB Salud

Porcentaje	Años
4,51%	2014
5,07%	2015
5,62%	2016
6,23%	2017
9,60%	2018

Fuente. Se describe los valores del PIB en Salud del Ecuador cuyos datos fueron recopilados del Banco Central del Ecuador. Elaborador por. Daniela Alarcón

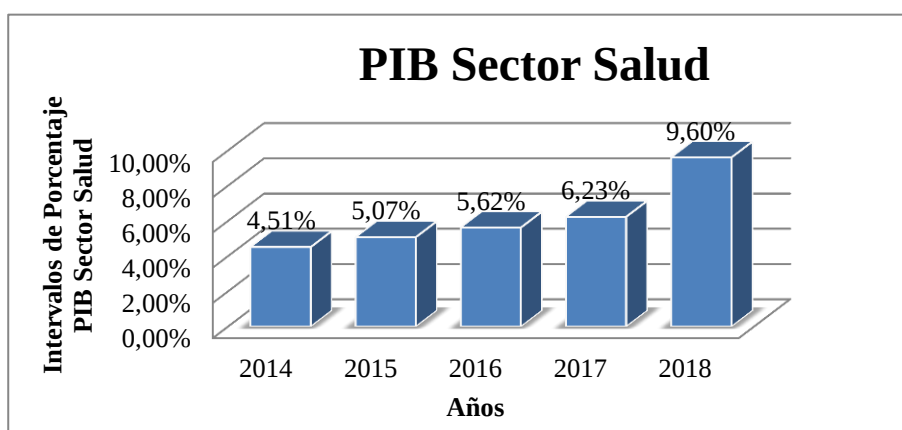


Figura 1 Representación gráfica de los valores del PIB Salud

Fuente de investigación. Banco Central del Ecuador. Elaborado por Daniela Alarcón.

Análisis.

En comparación con los años anteriores se aprecia un gran crecimiento del PIB en salud lo que significa que existe un aumento en la actividad económica, ocasionando mayor movimiento de dinero, y que haya mayor probabilidad de factibilidad en la creación del establecimiento.

2.1.1.2. Tasa de Inflación.

Gutiérrez & Zurita (2006) señala que la tasa de inflación:

Un aumento generalizado y continuo en el nivel general de precios de los bienes y servicios de la economía. La inflación usualmente se calcula como la variación porcentual del Índice de Precios al Consumidor (IPC), que mide los precios promedio de los principales artículos de consumo (p.81)

Es un indicador importante ya que permite conocer el aumento en porcentaje de precios en productos o servicios, este indicador apoyara en el conocimiento de la variación que se ha tenido durante los últimos cinco años.

Tabla 2. Tasa de inflación

Porcentaje	Años
3,60%	2014
4,00%	2015
2,17%	2016
-0,20%	2017
0,27%	2018

Fuente. Se detalla los valores de la Tasa de Inflación del Ecuador Banco Central del Ecuador. Elaborado por Daniela Alarcón

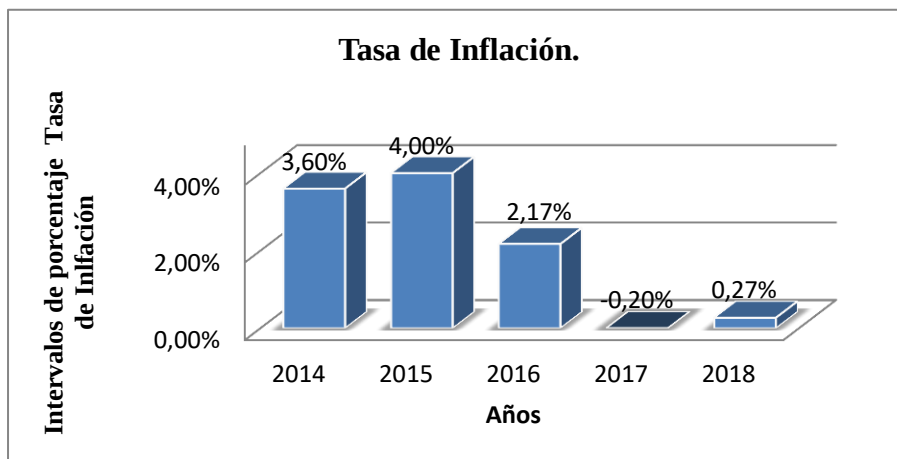


Figura 2 Representación gráfica de la Tasa de inflación del Ecuador

Fuente de investigación. Banco Central del Ecuador. Elaborado por Daniela Alarcón

Análisis.

En el sector salud la inflación ha tenido una variación notable, considerando una oportunidad para las pequeñas empresas como los Centros Naturistas frente a las grandes cadenas farmacéuticas tomando en cuenta la disminución de precios al igual que el abastecimiento de productos de origen natural o mineral y por supuesto el servicio que oferten, es por ello que compara la variabilidad durante el año 2014 con 3,60% a comparación con el último año 2018 con 0,27%, es decir, la tasa de inflación disminuyo de acuerdo a lo que señala el INEC.

2.1.1.3. Tasa de Interés.

Moya,M (2012) señala que la tasa de interés es el Porcentaje al que está invertido un capital en una unidad de tiempo. (p. 89)

Emplear este indicador financiero en el desarrollo del proyecto es importante porque permitirá identificar la tasa de interés que tendrá que aportar la investigación durante el tiempo que se haya determinado.

2.1.1.4. Tasa de interés activa

Pazmiño & Delgado (2007-2013) define la tasa de interés activa como: “El porcentaje que cobran las instituciones sometidas al control de la Superintendencia de Bancos a los ahorristas, sean personas naturales o jurídicas” (p.41)

Este indicador permitirá identificar si es factible realizar un préstamo a una entidad bancaria puesto que el financiamiento de este proyecto es netamente externo y es necesario conocer la tasa de interés que se deberá cancelar de acuerdo al tiempo del préstamo y las ganancias obtenidas.

Tabla 3. Tasa de interés activa

Porcentaje	Años
5,18%	2014
5,14%	2015
5,12%	2016
4,95%	2017
5,43%	2018

Fuente. Se describe los valores de la Tasa de Interés pasiva del Ecuador. Banco Central del Ecuador.
Elaborado por Daniela Alarcón

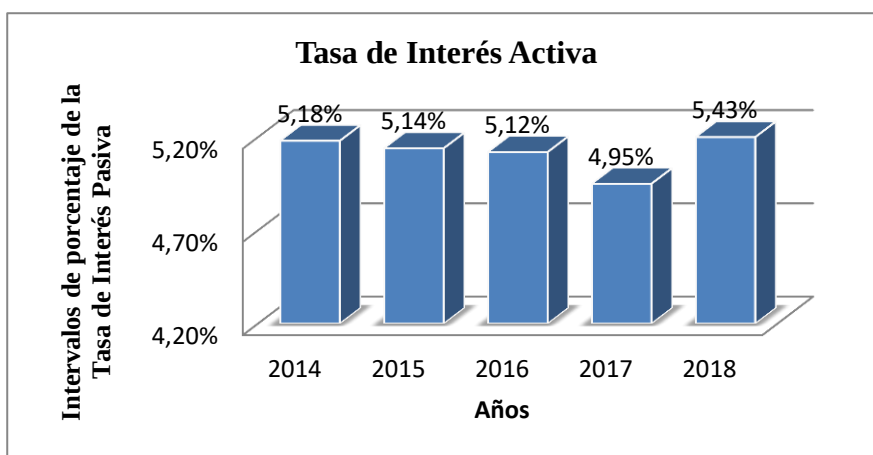


Figura 3 Representación gráfica de los valores de la tasa de interés activa del Ecuador

Fuente de investigación. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos –
Elaborado por Daniela Alarcón.

Análisis.

La tasa de interés activa se ha mantenido estable lo da como resultado la posibilidad de la creación de un Centro Naturista, además se prevé tener un porcentaje alto de utilidad dando una oportunidad para ejecutar el proyecto el mismo que sería viable y factible.

2.1.2. Factor Social

El factor social es un indicador que se incluye en la investigación puesto que se refiere a los aspectos sociales y culturales que se encuentran en el entorno y que puede favorecer o afectar a la investigación.

2.1.2.1. Población económicamente activa en el Ecuador.

El Instituto Nacional de estadísticas y Censos (INEC, 2018) afirma que: la Población Económicamente Activa son aquellas personas de 15 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia o aunque no trabajaron, tuvieron

trabajo (empleados); y personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (desempleados).

Tabla 4. Población Económicamente Activa del Ecuador

Porcentaje	Año
64,50%	2014
65,80%	2015
67,30%	2016
67,70%	2017
66,40%	2018

Fuente. Se describe los valores de la población económicamente activa del Ecuador. Banco Central del Ecuador. Elaborado por Daniela Alarcón

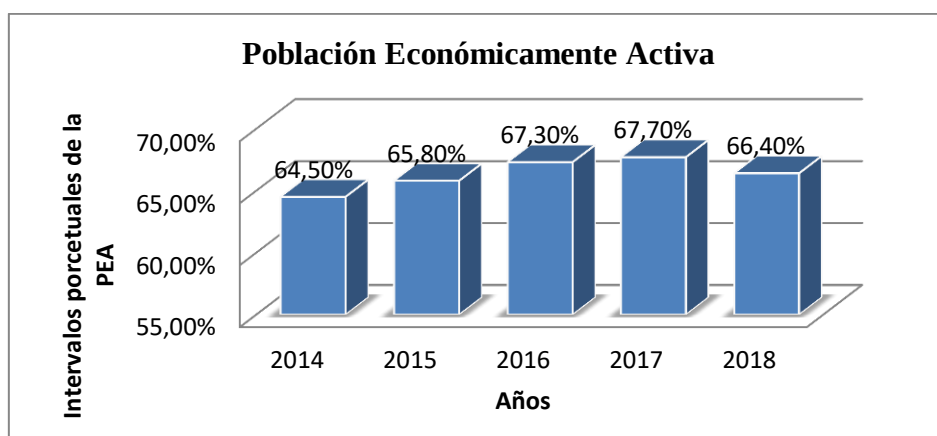


Figura 4 Representación gráfica de la población económicamente activa del Ecuador

Fuentes de investigación. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Análisis.

La población Económicamente Activa del Ecuador es un indicador que influye en varios aspectos que pueden llegar afectar al sector como la demanda, considerando el crecimiento poblacional de las personas que se encuentran realizando una actividad

tanto comercial como industrial y así considerando una oportunidad para la población, es por ello que se toma en cuenta el porcentaje de (PEA) más bajo en el año 2014 con 64,50% y su crecimiento en el año 2017 con 67,70%.

2.1.2.2. Tasa de Crecimiento

(Ecuador, 1987) Define que es el Aumento (o disminución) de la población por año en un determinado período debido al aumento natural y a la migración neta, expresado como porcentaje de la población del año inicial o base.

La medida hace referencia a una variación intercensal. Las tasas, para cada unidad geográfica-administrativa (país, provincia y cantón).

Este indicador permite saber el aumento o disminución de la población en un territorio en el transcurso de cierto tiempo, el conocimiento de este indicador es muy importante ya que ayuda a planear las actividades a realizar e identificar a que número de habitantes para dirigida la investigación.

Tabla 5. Tasa de Crecimiento

Número de habitantes	Porcentaje	Años
15782,114	1,56%	2014
16023, 640	1,53%	2015
16272, 968	1,56%	2016
16526, 175	1,56%	2017
16783,322	1,56%	2018

Fuente. Se describe los valores de la tasa de crecimiento. Banco Central del Ecuador. Elaborado por Daniela Alarcón.

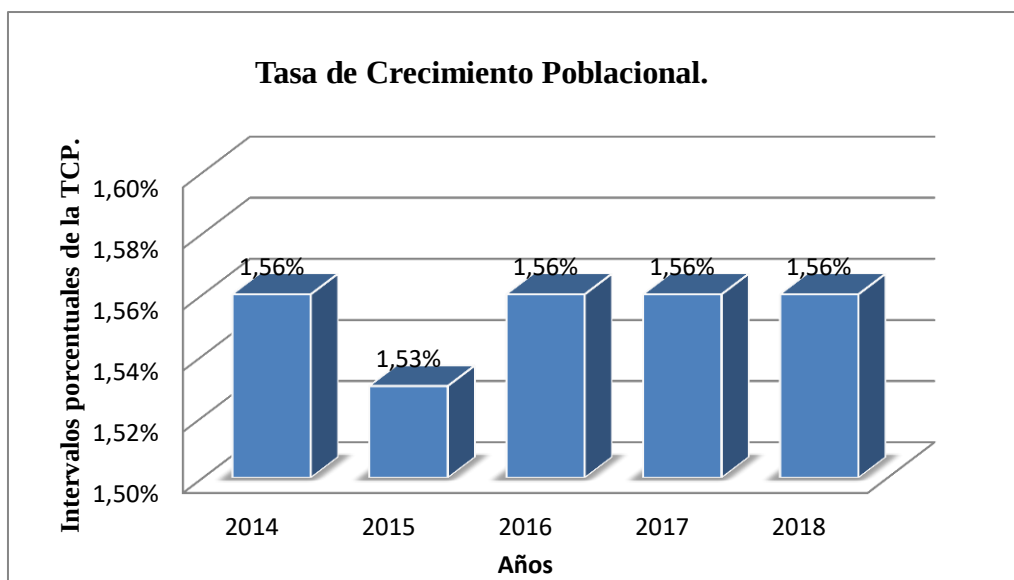


Figura 5 Representación gráfica de la tasa de crecimiento poblacional

Fuentes de investigación. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Análisis.

La tasa de crecimiento Poblacional se ha mantenido estable, dando una oportunidad para la creación de un punto de venta de un Centro Naturista, a través de la comercialización de productos naturales y así satisfaciendo la necesidad de los habitantes de la Parroquia de Gualea Cruz.

2.1.2.3.Desempleo.

Glejberman (2012) acota que el desempleo:

En el marco de la fuerza de trabajo se define como una situación extrema de la falta total de trabajo; Las personas desocupadas, no tienen un empleo ni han trabajado al menos una hora en actividades económicas (actividades dentro de la frontera de producción) (p. 4).

El desempleo es un factor importante dentro de la investigación puesto que en la Parroquia de Guala Cruz sus habitantes no mantienen un empleo estable y sus ingresos son propios, es decir, a través de pequeños huertos, cría de animales, emprendimientos y turismo.

Tabla 6. Desempleo

Porcentaje	Años
3,80%	2014
4,80%	2015
5,20%	2016
4,60%	2017
3,70%	2018

Fuente. Se describe el porcentaje de desempleo que existe en el país. Banco Central del Ecuador.
Elaborado por Daniela Alarcón.

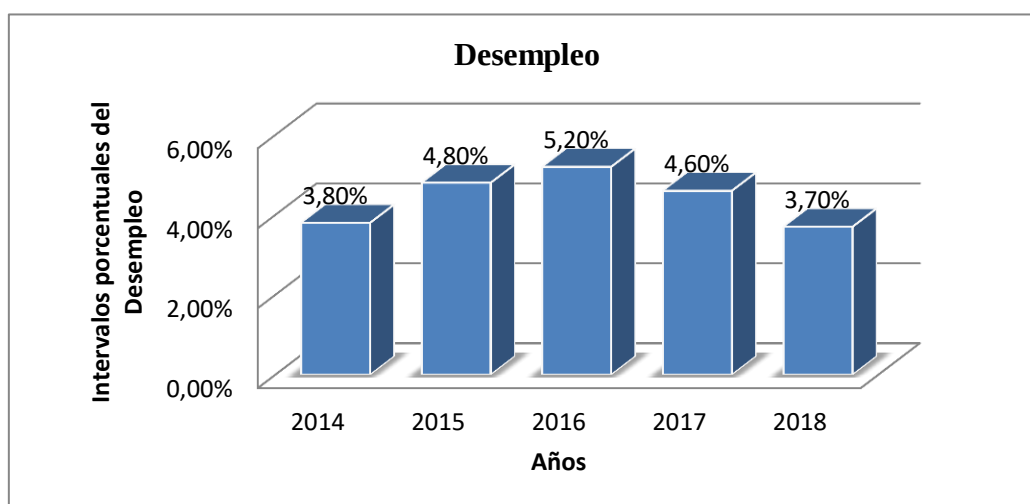


Figura 6 Representación gráfica de la tasa de desempleo

Fuentes de investigación. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Análisis.

Como se evidencia en la gráfica existe una variación en el desempleo durante los años señalados lo cual afectaría puesto que hay menos plazas de trabajo y la población busca obtener ingresos por si mismos a base de emprendimientos.

2.1.3. Factor Legal

El factor legal dispone de leyes, reglamentos y normativas (tributaria y laboral) los cuales se deben de cumplir para el funcionamiento de los distintos establecimientos farmacéuticos bajo las condiciones del Ministerio de Salud Pública y la ARCSA.

El factor legal es importante en este proyecto puesto que para crear un establecimiento es necesario disponer y cumplir con la normativa legal vigente del país

2.1.3.1. Reglamento y Control de Productos Naturales de Uso Medicinal.

Capitulo III

Categorías de Productos Naturales Procesados de Uso Medicinal.

Art. 14.- Categorías.- Se consideran tres categorías de productos naturales procesados de uso medicinal: a) Productos de categoría A.- Aquellos respaldados por estudios farmacológicos, toxicológicos, experimentales preclínicos y clínicos; b) Productos de categoría B.- Aquellos respaldados por estudios farmacológicos y toxicológicos experimentales (preclínicos); y, c) Productos de categoría C.- Aquellos provenientes del recurso natural de uso medicinal, que no han sufrido transformaciones químicas, sólo procesos físicos (lavado, secado o molienda), y que estarán respaldados por referencias bibliográficas de su uso tradicional, estudios de toxicidad aguda y autenticación botánica, y que no presenten formas farmacéuticas definidas.

Art. 15.- El régimen de venta de los diferentes productos naturales procesados de uso medicinal se definirá en el proceso de otorgamiento del registro sanitario.

Capítulo IV

De los Establecimientos Naturistas

Art. 17.- Clases de establecimientos. - Los establecimientos sujetos a control sanitario serán: a) Laboratorios de producción; b) Establecimientos de envasado, almacenaje o distribución de productos nacionales o importados; y, c) Establecimientos de venta de productos nacionales o importados.

Art. 18.- Permiso de funcionamiento. - El establecimiento en donde se produzca, envase, almacene o comercialice productos a que se refiere este reglamento, deberá contar con el permiso de funcionamiento, expedido por el Ministerio de Salud Pública a través de las direcciones provinciales y cumplir con el Reglamento de derechos por servicios prestados por control sanitario y permisos de funcionamiento vigente.

Art. 19.- Instructivo. - Toda persona natural o jurídica para obtener el permiso de funcionamiento de un establecimiento naturista, deberá cumplir con los requisitos establecidos en el instructivo correspondiente (Anexo 1 Instructivo de permiso de funcionamiento).

Art. 25.- Vigencia. - El permiso de funcionamiento de los establecimientos naturistas tendrá vigencia de un (1) año, de acuerdo con lo establecido en el Reglamento de derechos por servicios por control sanitario y permiso de funcionamiento.

Art. 26.- Renovación. - Para renovar el permiso de funcionamiento de los establecimientos naturistas, el representante debe presentar una copia del permiso anterior, y los requisitos establecidos en el anexo 1 en el plazo establecido en reglamento respectivo.

Art. 30.- Obligación. - En ningún caso un establecimiento naturista de la clase a) y b) del Art. 17 de este reglamento; podrá funcionar sin la presencia del profesional químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico y para los que expenden productos de categoría C requieren disponer de personal capacitado. Los establecimientos de venta funcionarán bajo la responsabilidad de personal capacitado, para lo cual las direcciones provinciales de salud organizarán cursos especiales en coordinación con la Dirección de Control Sanitario, de las universidades y escuelas politécnicas debidamente aprobadas para su funcionamiento por el Consejo Nacional de Educación Superior "CONESUP". Los cursos de capacitación estarán relacionados con aspectos técnicos de adquisición, almacenamiento, conservación, distribución, etiquetado, procesos de extracción, normas de calidad, etc.

Capítulo V

Del Registro Sanitario

Art. 31.- Registro sanitario. - Los productos naturales procesados de uso medicinal, de las categorías A, B y C requerirán registro sanitario para su fabricación, comercialización, importación y exportación. (Anexo 3-A formulario para registro sanitario de productos naturales de uso medicinal categorías A y B y Anexo 3-B formulario para registro sanitario de productos naturales de uso medicinal categorías C).

Capítulo VII

De las Etiquetas y Empaques.

Art. 46.- Etiquetas y empaques.- Las etiquetas y empaques de los productos naturales de uso medicinal, deberán cumplir con lo dispuesto en el artículo 40 del Reglamento de

Medicamentos, Cosméticos y Productos Higiénicos y Perfumes, Registro Oficial 1008 del 10 de agosto de 1996, aplicado a los productos naturales de uso medicinal (Anexo

5.- Información que debe incluirse en las etiquetas) así como lo establecido en las normas técnicas tanto para el producto terminado como para las materias primas.

Art. 47.- Los fabricantes deberán comercializar los productos con la etiqueta aprobada durante el proceso de registro sanitario, cualquier cambio sin notificar a la autoridad correspondiente será objeto de sanción de conformidad con lo previsto en la ley.

Capítulo IX

De la Promoción y Publicidad.

Art. 51.- Publicidad. - De los productos naturales procesados de uso medicinal que se expendan bajo el régimen de "Venta Libre"; se podrá hacer publicidad en los diferentes medios de comunicación social, previa aprobación y autorización de la Dirección General de Salud a través de la Dirección Nacional de Control y Mejoramiento en Vigilancia Sanitaria y de conformidad con lo previsto en el Código de Salud vigente.

Capítulo XII

Disposiciones Generales

SEGUNDA: Autorización previa del CONSEP. - La utilización de material vegetal, mineral o animal que se encuentre dentro de las listas de productos considerados como estupefacientes, psicotrópicos, precursores y sustancias químicas controladas, requerirán de la autorización previa del CONSEP.

TERCERA: Prohibiciones. - La preparación de extractos de órganos animales está sujeta a las mismas prohibiciones establecidas en las normas farmacológicas vigentes en el país.

Disposiciones Transitorias

PRIMERA: Los productos que a la fecha vienen comercializándose bajo la presentación de té o tisanas que en su composición tienen recursos naturales de uso medicinal o combinaciones de éstos, que cuentan con registro sanitario de alimentos o licencia sanitaria de venta y que en sus etiquetas llevan proclamas con indicaciones terapéuticas; a partir de la publicación de este reglamento en el Registro Oficial, se les concede plazo de un año calendario para que sus fabricantes, envasadores o importadores cumplan con las disposiciones del presente reglamento de productos naturales procesados de uso medicinal. Se exceptúa de esta disposición el té de las especies del género thea y la lista aprobada de hierbas aromáticas (Anexo 9).

SEGUNDA: Los productos naturales de uso medicinal que han sido clasificados como de categoría "C" por el Instituto Nacional de Higiene "Leopoldo Izquieta Pérez", a partir de la publicación de este reglamento, deberán obtener el registro sanitario previo la presentación del certificado de categorización que fue otorgado por esta institución y los requisitos contemplados en el anexo 3 B de este reglamento.

Anexo 1

Instructivo de Permiso de Funcionamiento de Establecimientos Naturistas

1. Solicitud en papel simple dirigido al Director Provincial de Salud de la jurisdicción, en la que se hará constar:
 - a) Nombre o razón social del establecimiento;
 - b) Ubicación del establecimiento, señalando la ciudad, sector y dirección;
 - c) Nombres y apellidos del propietario o representante legal;
 - d) Nombre del bioquímico farmacéutico o químico farmacéutico responsable del laboratorio, (debidamente registrado);

- e) Copia certificada del título del bioquímico farmacéutico o químico farmacéutico responsable del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública y copia de la credencial actualizada del Colegio de Químicos y Farmacéuticos de la provincia, los establecimientos de venta deben contar con personal capacitado;
 - f) Formas farmacéuticas y productos naturales de uso medicinal en general que va a elaborarse, envasarse y comercializarse según el caso;
 - g) Flujograma de los procesos de elaboración de cada producto natural de uso medicinal (para laboratorios de producción);
 - h) Nómina del personal que labora en el establecimiento de acuerdo al siguiente detalle:
 - Personal administrativo.
 - Personal técnico.
 - Trabajadores de planta; e,
 - i) Lista de los implementos y equipos que dispone el establecimiento para la recolección, procesamiento, empaque, análisis de control de calidad, almacenamiento y comercialización de productos naturales de uso medicinal; lista de los equipos mínimos, reactivos e instrumental de laboratorio para el control de calidad de la materia prima y productos terminados de acuerdo a los procesos de fabricación (para laboratorios de producción).
2. Planos del local escala 1:50, con la descripción de ubicación, áreas o secciones correspondientes de acuerdo al tipo de trabajo y producto, esquematizando la ubicación de la maquinaria y flujo del proceso, instalaciones de agua potable,

tanques de almacenamiento, sistema de tratamiento utilizado, redes e instalaciones sanitarias.

3. Certificados anuales de salud del personal que labora, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública (MSP).
4. Comprobante de pago por el valor del derecho por servicio correspondiente.
5. Certificado de aptitud (capacitación) otorgado por el MSP que lo acredite para prestar servicios en un establecimiento naturista de venta.

2.1.3.2. Reglamento de Clasificación de Medicamentos y productos Naturales

Capítulo II

Criterios para Clasificar los Medicamentos en General, Productos Naturales

Procesados de Uso Medicinal y Medicamentos Homeopáticos como de Venta

Libre.

Art. 3.- Para clasificar los medicamentos en general, productos naturales procesados de uso medicinal y medicamentos homeopáticos como de venta libre, se deberá cumplir con los siguientes criterios:

- 3.1** Que hayan demostrado eficacia y seguridad para ser utilizados en la prevención, alivio de síntomas o signos de enfermedades leves de fácil identificación;
- 3.2** Que tengan un amplio rango de seguridad, de tal modo que la administración voluntaria o involuntaria de dosis superiores a las recomendadas, no represente un peligro grave para la salud del paciente;
- 3.3** Que posean un amplio margen de dosificación, susceptible de ser adaptado a la edad y peso del paciente;
- 3.4** Que su empleo no genere tolerancia o dependencia y que no sean susceptibles de abuso;

3.5 Que cuando se utilicen de acuerdo a las instrucciones, no enmascaren enfermedades serias ni retrasen el diagnóstico y tratamiento de una condición que requiere de atención médica;

3.6 Que su empleo sea seguro en todos los grupos etarios de la población;

3.7 Que las formas farmacéuticas generalmente sean de vía oral (VO) o tópica y no de administración intravenosa (IV) o intramuscular (IM); 3.8 Que el principio activo haya sido comercializado bajo prescripción médica por lo menos durante diez (10) años, demostrando un índice favorable de seguridad y eficacia documentada con datos de Farmacovigilancia; 3.9 Que los reportes de reacciones adversas no se hayan incrementado durante el periodo de comercialización.

Capítulo III

Del Procedimiento para Clasificar los Medicamentos en General, Productos Naturales Procesados de uso Medicinal y Medicamentos Homeopáticos como de Venta Libre

Art. 4.- La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria - ARCSA durante el proceso de registro sanitario determinará la categoría de venta libre de los medicamentos en general, productos naturales procesados de uso medicinal y medicamentos homeopáticos, de conformidad con los criterios establecidos en este Reglamento.

Art. 5.- La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria - ARCSA receptará las solicitudes de los interesados, de conformidad con el procedimiento establecido para la obtención de registro sanitario (Inscripción, reinscripción).

2.1.3.3. Ministerio de Salud Pública Proceso de Control y Vigilancia Sanitaria.

Capítulo IV

De los productos naturales procesados de uso medicinal

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. 102.- El Registro Sanitario será otorgado cuando se hubiese emitido previamente un informe técnico favorable, o mediante homologación conforme a lo establecido en esta ley.

El Registro Sanitario podrá también ser conferido a la empresa fabricante para sus productos, sobre la base de la aplicación de las buenas prácticas de manufactura y demás requisitos que establezca el reglamento al respecto.

Art. 103.- El informe técnico favorable para el otorgamiento del registro Sanitario podrá ser emitido por el Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Leopoldo Izquieta Pérez, universidades, escuelas politécnicas y laboratorios, públicos y privados, previamente acreditados para el efecto por el Sistema Ecuatoriano de Metrología, Normalización, Acreditación y Certificación, de conformidad con lo que establezca el reglamento al respecto.

2.1.4. Factor Tecnológico.

El factor tecnológico es fundamental para establecer los procesos operativos del Centro Naturista al contar con un sistema eficiente y ágil que ayudara disminuir errores y evitar pérdidas, además de brindar una óptima atención al cliente y lograr una

excelente dispensación y expendio de productos naturales, es por ende que el complemento base del establecimiento será el sistema operativo con el que contará y sus distintos aspectos con los que cuenta como facturación, control de inventarios, control de productos en stock crítico y una información base de los productos que comercialice el centro naturista.

Sistemas Automatizados ERP (Enterprise Resource Planning)

Características del sistema ERP.

- Software Administrativo y Contable para Tiendas Naturistas le permite una cuidadosa administración general, supervisar los productos perecederos de origen natural y mantener un control de calidad muy preciso.
- Software de Ventas, sistema sencillo y rápido de operar, sus empleados y eficiencia en la atención al cliente. Cuenta con Sistema de Facturación Electrónica y tradicional.
- Sistema de Múltiples Cajas Registradoras, puede gestionar diferentes Punto de Ventas con sesión separada por cada Empleado, así podrá controlar lo facturado por su personal de manera individual. Control de flujo de efectivo, apertura y cierre de caja.
- El programa soporta periféricos como impresora, lector de código de barras, cajón monedero y/o balanza electrónica.
- Control de Inventario para la venta de productos naturistas, controla todo lo que entra y sale de su almacén, cuenta con valoración automática de su inventario.

Información detallada de productos por precios, presentación, kilo, unidades de empaque, IVA, categorías, clase etc.

- El Software para Tiendas Naturistas le brinda alertas automáticas sobre el estado de sus productos perecederos y la fecha próxima de caducidad, mantendrá productos frescos, esta información es ideal se desea mantener la calidad de sus productos y gestionar el reabastecimiento de su inventario de manera eficiente y oportuna, así podrá evitar pérdidas innecesarias en su establecimiento.
- Marketing de Tiendas Naturistas. Podrá gestionar de manera rápida y sencilla promociones, descuentos, combos y ofertas que realicen en su negocio, gestión de eventos especiales.
- Aplicación Contable, el Software contable para Negocios Naturistas generará reportes y estadísticas de las pérdidas y ganancias de las ventas realizadas, de las cuentas por cobrar, cuentas por pagar, impuestos, liquidación de comisiones, compras y demás.

2.2. Entorno Local.

Porter (2008) utilizó un modelo de completa gestión, que hace un completo análisis de la empresa por medio de un estudio de la industria en ese momento, con el fin de saber dónde está colocada una empresa con base en otra en ese momento.

El entorno local abarca factores que influyen de manera directa el estudio y que tendrá un impacto al finalizar la investigación, es por ello que resulta importante analizar el entorno y los factores tales como sociales y culturales de la población satisfaciendo las necesidades.



Figura 7 Representación gráfica de las Cinco fuerzas de Porter

Fuentes de investigación. Elaborado por Daniela Alarcón

2.2.1. Amenaza de nuevos competidores.

La amenaza de nuevos competidores es casi nula puesto que es el único centro naturista en el sector y los habitantes prefieren consumir productos de origen mineral o vegetal, además la farmacia más cercana se encuentra a 45 minutos lo que ocasiona malestar en la comunidad porque deben movilizarse a otra parroquia para adquirir el producto que buscan y que en su gran mayoría no encuentran provocando que una necesidad no se cubra.

2.2.2. Poder de la Negociación con los Proveedores.

Para Michael Porter. (2014) “El poder de negociación de los proveedores impacta en los costos y competitividad de las pymes, que no son, por lo general, compradoras de grandes volúmenes de insumos, mercadería o materias primas.”.

En un Centro Naturista el poder de negociación con proveedores es una oportunidad puesto que si hay más proveedores se puede seleccionar de mejor manera los productos que van abastecer el establecimiento y a través de una rúbrica en base a filtros se podrá calificar al proveedor e ir descartando.

Tabla 7. Proveedores

Proveedores	Logo	Dirección
Laboratorios NatuAlfa		Baltazar González S9-72 y Gualberto, Quito 170603.
Phyto Pharma		Quito Norte: Isla Genovesa N41-21 e Isla Floreana.
Pronavit		José Carollo OE 1-238 y Río Coca Sector Amaguaña.
Punto Natural		Av. Cap. Rafael Ramos E2-210 Y Castelli

Laboratorios Julguer



Km. 4.5 Vía a Daule, Cdla.
Mapasingue Oeste Calle 16 (calle
1ra.)
entre la 42 y la 43 Mz. 45 Solar
#10

Laboratorios Fitoterapia.



Juan Campuzano N85-75 y Pasaje
Luis Tola
Quito-Ecuador

Fuente. Se detalla los proveedores que se seleccionaron para el abastecimiento de productos naturales del Centro Naturista “Ginseng Pharma”

2.2.3. Poder de Negociación de los Compradores.

La principal fuente económica del Centro Naturista, serán sus clientes puesto que ellos lograrán el posicionamiento del establecimiento en el sector, por lo cual se empleará una publicidad llamativa, brindar una atención personalizada y de calidad, además de ofertar productos naturales con precios accesibles y así lograr una fidelización de los consumidores.

2.2.4. Amenaza de Productos Sustitutos

Los bienes sustitutos son productos que compiten en el mismo mercado y son utilizados para satisfacer la misma necesidad de los clientes, es así que no hay una amenaza de productos sustitutos puestos que los habitantes de la parroquia prefieren consumir netamente productos naturales antes que sintéticos es por ello que la creación de este centro naturista será de gran aporte en la comunidad.

2.2.5. Rivalidad entre Competidores.

En la parroquia de Gualea Cruz no hay una rivalidad entre competidores puesto que el Centro Naturista va hacer el único establecimiento que cumpla con las necesidades de los consumidores puesto que el más cercano se encuentra 45 minutos, provocando la movilización de los habitantes a otra parroquia y ocasionando inconformidad en los pobladores, por tal razón se da la iniciativa para desarrollar la ejecución del proyecto y ofrecer al sector variedades de productos naturales y un servicio de calidad eficiente.

2.3. Análisis Interno.

Un análisis interno permitirá identificar y descubrir las fortalezas y debilidades de una empresa con el objetivo de medir la capacidad de la organización y evaluar los recursos empleados y en base a ese resultado dar propuestas de mejora para alcanzar los objetivos propuestos.

2.3.1. Propuesta Estratégica.

2.3.1.1. Misión.

El centro Naturista “Ginseng Pharma” se dedica a la comercialización de productos de línea natural que cumplen con parámetros de calidad, además brinda un cuidado a sus consumidores debido al origen de sus productos, a su vez ofrece precios accesibles con la finalidad de fidelizar a los clientes y así proporcionar máxima satisfacción en ellos.

2.3.1.2. Visión.

El centro Naturista “Ginseng Pharma” es una empresa ecuatoriana preferida por sus clientes y consumidores por su capacidad para innovar y comercializar productos naturales a través de la entrega de un servicio de atención personalizada, y un correcto expendio en la venta de medicamentos naturales.

Objetivos.

2.3.1.3. Objetivo General.

Implementar un Centro Naturista en la parroquia de Gualea Cruz siendo el número uno con mayor acogida por los habitantes y así satisfaciendo sus necesidades.

2.3.1.4. Objetivos Específicos

- Identificar los diferentes productos naturales utilizados con mayor frecuencia por los habitantes de Gualea Cruz.
- Garantizar la correcta dispensación y expendio a través de la óptima entrega de información de los productos naturales.
- Realizar capacitaciones a los habitantes generando utilización de productos naturales.
- Promover una publicidad atractiva del centro naturista y sus productos a través de cupones, flyers, pancartas y así posicionarse en la mente del consumidor.

Principios o Valores.

Responsabilidad.

- El cumplimiento de deberes y obligaciones en función a las necesidades de nuestros clientes y al bien común de la parroquia.

Iniciativa.

- Ser dinámicos en asumir retos es un valor agregado que los empleados dan a nuestra empresa y así satisfacer a la comunidad.

Compromiso.

- Asumir con profesionalidad las funciones designadas y poder cumplir el objetivo propuesto por la organización.

Trabajo en equipo.

- Compartir conocimientos y experiencias que aporten al crecimiento personal y profesional de los colaboradores y asumir responsabilidades con el fin de que todo el equipo de trabajo tenga un mismo fin.

Respeto

- Escuchar y atender a los pacientes sin importar las circunstancias velando por cada uno de nuestros usuarios generando confianza y satisfaciendo una necesidad.

Políticas

El Centro Naturista “Ginseng Pharma” ejecuta sus procedimientos por medio de políticas para el personal como:

- El personal que será contratado deberá tener mínimo 2 años de experiencia en el sector farmacéutico.
- Los horarios de jornada: desde las 09:00 hasta las 19:30 de lunes a domingo.
- Emplear un uniforme médico (pijama) acompañado del mandil blanco que proporciona el establecimiento.
- Prohibido el uso de celulares durante horas de trabajo, de igual manera ingerir alimentos que afecte la imagen del personal y del establecimiento.
- La atención al cliente será primordial.
- Los colaboradores tendrán que realizar actividades como inventarios; perchar los medicamentos de acuerdo a laboratorio, limpiar perchas, vitrinas y pisos, controlar las fechas de caducidad de cada medicamento y cierre de caja.

2.3.2. Gestión Administrativa

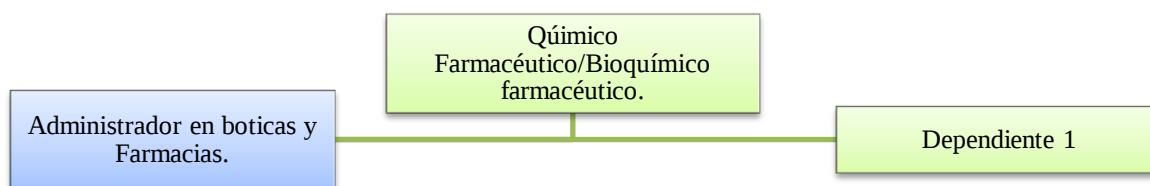


Figura 8 Organigrama de Gestión Administrativa de un Centro Naturista

Fuente. Investigación propia Elaborado por Daniela Alarcón

2.3.3. Gestión Operativa

Administrador:

- Se encarga de planificar, organizar, dirigir y supervisar los procesos de almacenamiento, expendio y comercialización de productos farmacéuticos.
- Garantiza la estabilidad, protección, promoción de las/los colaboradores.
- Realizar acciones de mercadeo, ventas y servicio al cliente de productos farmacéuticos en un marco ético con las normas legales y vigentes.
- Maneja de forma eficiente el sistema operativo del establecimiento.
- Apoya al químico farmacéutico en el servicio de mediana y alta complejidad para la dispensación de medicamentos.
- Se encarga de la elaboración de presupuestos de ingresos y egresos, además del sistema contable.
- Realiza apertura y cierre de la farmacia.

- Determina el suministro de productos farmacéuticos para abastecer al establecimiento.
- Controla las condiciones de almacenamiento y distribución.
- Dar instrucciones y capacita.
- Recibir proveedores.
- Asigna el horario de rotación del personal.
- Propicia el trabajo en equipo.

Químico Farmacéutico.

- Garantiza el cumplimiento de las disposiciones legales vigentes para el buen manejo del servicio farmacéutico.
- Controla la revisión de los medicamentos que están por caducar.
- Realizar una planificación adecuada para mantener un stock permanente de medicamentos.
- Verificar y garantizar que los productos que se comercializan en el establecimiento cuenten con su respectivo registro sanitario, notificación sanitaria obligatoria y notificación sanitaria, según corresponda.
- Verificar el cumplimiento de las buenas prácticas de almacenamiento, transporte y distribución para garantizar la calidad, seguridad y eficacia de los medicamentos y condiciones óptimas de almacenamiento de los otros productos.
- Notifica a los proveedores los medicamentos que están pronto a vencer con 60 días antes.
- Desarrolla capacitaciones de farmacología para el personal.

- Realiza reportes al ARCSA (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria).

Dependiente.

- Brindar una atención personalizada y de calidad al cliente.
- Interpreta recetas médicas.
- Maneja el sistema operativo del establecimiento.
- Se encarga de la dispensación y expendio de productos naturales.
- Orienta y despeja dudas al paciente sobre la manera correcta de uso del medicamento.
- Conoce las formas farmacéuticas y las vías de administración de los medicamentos.
- Identifica las tareas administrativas del establecimiento.
- Reportar los productos de mayor rotación de acuerdo al inventario.
- Mantiene su lugar de trabajo limpio y ordenado.

2.3.4. Gestión Comercial.

La gestión comercial es una herramienta que tiene como principal función hacer conocer a la empresa al entorno en el que se va a desarrollar además de la satisfacción y creación de estrategias en el mercado.

2.3.4.1. Nombre del punto de venta del Centro Naturista



Figura 9 Representación gráfica del Logo de la empresa

El nombre del Centro Naturista proviene de una planta herbácea cuyo extracto posee una acción fisiológica tonificante siendo una de las plantas más consumidas ya que ayuda al relajamiento, estrés y estimulación del sistema inmunológico acompañado de la palabra Pharma derivado de farmacéutico, puesto que el presente proyecto promueve el consumo medicamentos naturales y satisfacer las necesidades a través de ello.

2.3.4.2. Isotipo.

Es el símbolo de un diseño gráfico para representar una organización y también poder identificar la colorimetría y formas para llamar la atención del cliente y posicionar la marca en la mente del consumidor.



Figura 10 Representación gráfica del Isotipo del Centro Naturista “Ginseng Pharma”

- **Verde:** representa la salud evocando el crecimiento de algo nuevo y una conexión directa con la naturaleza porque se relaciona con la curación y tranquilidad.
- **Celeste:** representa relajación frescor y plenitud, ideal para meditar y generar un ambiente de paz.
- **Árbol rodeado por una mano:** simboliza la conexión con la naturaleza y el cuidado del paciente por medio del desarrollo de productos naturales.

2.3.4.3. Logotipo

El logotipo es una tipografía en la marca, siendo la composición de palabras que se utiliza para dar a conocer una organización



Figura 11 Logotipo de la Farmacia "Andaluz"

2.3.4.4. Eslogan.

Es la frase breve y fácil de recordar, para dar sentido a lo que se desea dar a conocer en una empresa y así llamar la atención del cliente.



Figura 12 . Slogan del Centro Naturista “Ginseng Pharma”

2.3.5. Marketing Mix

2.3.5.1. Las 4P Del marketing

El marketing mix es uno de los elementos clásicos del marketing, es un término creado por McCarthy en 1960, el cual se emplea para englobar a sus cuatro componentes básicos: producto, precio, distribución y comunicación. Estas cuatro variables también son conocidas como las 4Ps.

Implementar la técnica del marketing mix en la investigación es importante puesto que es una herramienta que permitirá identificar los distintos productos y servicios que el consumidor espera obtener a través de distintas técnicas y que podrá satisfacer dicha necesidad.

Precio: es la cantidad de dinero que ingresa a la empresa, y que ayudara a posicionar el nuevo producto.

Producto: engloba los bienes y servicios que en un mercado se ofertan para su adquisición y puede llegar a satisfacer la necesidad de un cliente.

Plaza: plaza o también conocida como distribución es el canal mediante un bien o servicio va a llegar al consumidor con la finalidad de satisfacer su necesidad.

Promoción: promoción o comunicación es el medio o técnica que se va a emplear para dar a conocer el producto.



Figura 13 Las 4P del marketing del punto de ventas del Centro Naturista "Ginseng Pharma"

2.3.5.2. Promoción y Publicidad.

En el marketing, emplear esta técnica es más eficiente puesto que es más fácil captar a los consumidores a través de distintos canales como:

- **Volantes:** se indica la información más importante del punto de venta del centro naturista y de esta manera incrementar las ventas
- **Cupones:** son algún tipo de beneficios, descuentos y forma de ahorro en los precios de los productos.
- **Premios:** son regalos que la empresa da a los clientes en días de promoción, y así motivando a los clientes además de fidelizarlos.

2.3.5.2.1 Tarjetas de presentación

Es una herramienta importante para que los clientes puedan contactarse con el punto de venta del centro naturista y despejar dudas o conocer más acerca del establecimiento.



Figura 14 Tarjeta de presentación del punto de venta Centro Naturista “Ginseng Pharma”

Los volantes son una herramienta corporativa que se emplean para estimular las ventas y se incluye información que se desea dar a conocer al público al que se quiere llegar y así los habitantes de la parroquia acudan al punto de venta del Centro Naturista y encuentren los productos que buscan.

2.3.5.2.2 Volantes

Los volantes son una herramienta corporativa que se emplea para estimular las ventas en el cual se señala la información que se desea dar a conocer como promociones o días de descuento de los productos que se están ofertando.



Figura 15 Representación gráfica de los volantes



Figura 16 Representación gráfica de los premios en el punto de venta

Nota: En la figura se detalla los Premios del Centro Naturista Ginseng Pharma cuyos datos fueron recopilados de una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

2.4. Análisis FODA.

El análisis FODA es una herramienta importante dentro de la investigación que permitirá conocer la situación interna y externa de la empresa, es decir, los aspectos positivos y negativos, en base al análisis y resultado dado planificar estrategias que

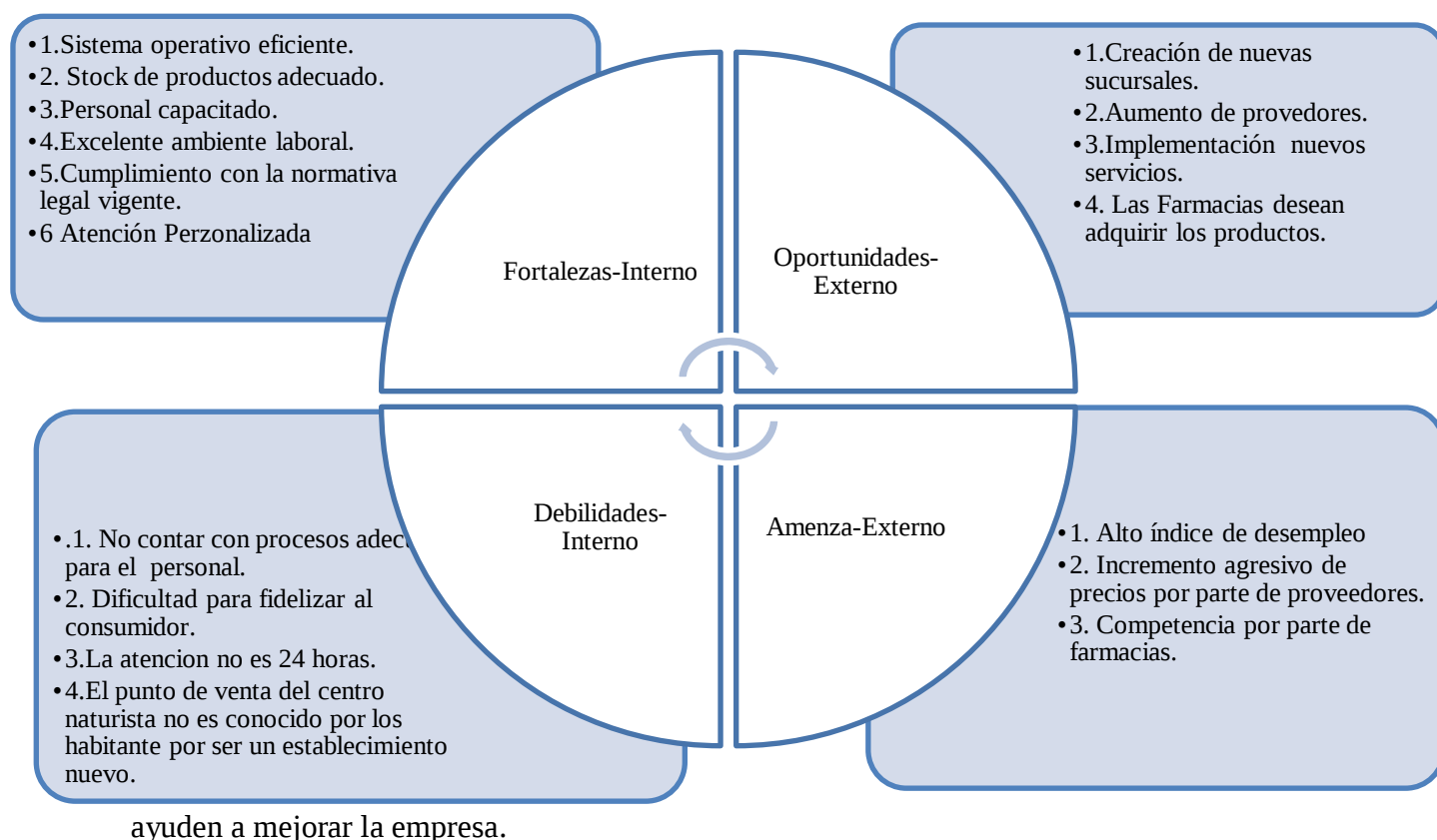


Figura 17 Matriz FODA del Centro Naturista "Ginseng Pharma"

2.4.1. Matriz MEFI

Es una matriz que permite evaluar el impacto que tienen los factores internos de la empresa y en base al resultado formular estrategias.

Tabla 8. Matriz MEFI

Factores a evaluar	Peso	Calificación	Calificación Ponderada
Fortalezas			
1. Sistema Operativo eficiente.	0,20	4	0,80
2. Stock de productos adecuados.	0,15	4	0,60
3. Personal Capacitado	0,10	4	0,40
4. Excelente Ambiente laboral	0,10	3	0,30
5. Cumplimiento con la normativa legal vigente.	0,10	2	0,20
6. Atención Personalizada	0,10	4	0,40
Subtotal			2,70
Debilidades			
1. No contar con procesos adecuados para el personal.	0,05	3	0,15
2. Dificultad para fidelizar al consumidor	0,05	4	0,20
3. La atención no es 24 horas.	0,05	4	0,20
4. El punto de venta del centro naturista no es conocido por los habitantes por ser un establecimiento nuevo.	0,10	3	0,30
Subtotal			0,85
Total	1,00		3,55

Fuente. En la tabla se registran los datos de la evaluación de los factores internos del punto de venta del Centro Naturista “Ginseng Pharma”.

Análisis.

En el Centro Naturista “Ginseng Pharma” las fortalezas tienen una ponderación de 2,70 mientras que las debilidades 0,85; lo que significa que las fortalezas en comparación a las debilidades superan, sin embargo, es importante identificar los aspectos negativos de la empresa para mejorar la toma de decisiones.

2.4.2. Matriz MEFE

Es una matriz que permite evaluar el impacto que tienen los factores externos como amenazas y debilidades de la empresa para obtener una calificación.

Tabla 9.Matriz MEFE

Factores a evaluar	Peso	Calificación	Calificación Ponderada
Oportunidades			
1. Creación de nuevas sucursales.	0,20	4	0,80
2. Aumento de Proveedores.	0,20	3	0,60
3. Implementación de nuevos servicios.	0,20	4	0,80
4. Las farmacias desean adquirir los productos.	0,15	3	0,45
Subtotal			2,65
Amenazas			
1. Alto índice de desempleo	0,15	3	0,45
2. Incremento agresivo de precios por parte de los proveedores.	0,10	3	0,30
3. Competencia por parte de nuevas farmacias.	0,5	3	1,50
Subtotal			0,75
Total	1,00		3,40

Fuente. Se describe los datos de la evaluación de los factores externos del punto de venta del Centro Naturista “Ginseng Pharma”. Elaborado por Daniela Alarcón.

Análisis.

En el centro naturista se indica los datos de la calificación ponderada de oportunidades con 2,65 y las amenazas con 0,75; lo que significa una ventaja para la implementación del punto de venta del Centro Naturista en la parroquia de Guala Cruz.

2.4.3. Matriz MAFE.

Consiste en juntar los factores internos con externos con el objetivo de desarrollar estrategias para el correcto funcionamiento del centro naturista.

1. Estrategia FO: Consiste en mejorar las fortalezas aprovechando las oportunidades teniendo presente las amenazas.

2. Estrategias DO: Contrarrestar las debilidades aprovechando las oportunidades teniendo presente las amenazas.

3. Estrategias FA: Emplear las fortalezas teniendo en cuenta las oportunidades.

4. Estrategias DA: Contrarrestar las debilidades para que el impacto de las amenazas sea el mínimo teniendo presente las oportunidades.

Tabla 10. Matriz MAFE

	Fortalezas	Debilidades
	1. Sistema operativo eficiente. 2. Stock de productos adecuado. 3. Personal capacitado. 4. Excelente ambiente laboral. 5. Cumplimiento con la normativa legal vigente. 6. Atención Personalizada.	1. No contar con procesos adecuados para el personal. 2. Dificultad para fidelizar al consumidor. 3. La atención no es 24 horas. 4. El centro naturista no es conocido por los habitantes por ser un establecimiento nuevo.
Oportunidades	F. O	D.O
1. Creación de nuevas sucursales. 2. Aumento de proveedores. 3. Implementación nuevos servicios. 4. Las Farmacias desean adquirir los productos.	1. Las cadenas farmacéuticas desean adquirir los productos del centro naturista puesto que los habitantes de esta parroquia prefieren el consumo de productos naturales a químicos y para que dichos establecimientos no pierdan clientes desean adquirirlos lo que da una ganancia significativa. (F2-O4). 2. El punto de venta del centro naturista cuenta con personal que brinda una atención personalizada lo cual caracteriza al establecimiento y permitirá expandirse a parroquias aledañas y que los habitantes se sientan orgullosos con el servicio (F6-O1)	1. El punto de venta del centro naturista tiene objetivo implementar nuevos servicios uno de ellos es la atención 24horas puesto que es una zona con atractivos turísticos además de que el establecimiento va hacer el único que brinde productos para el cuidado de la salud y la farmacia más cercana se encuentra a 45 minutos es por ello primordial implementar este servicio. (D3-O3)
Amenazas	F. A	D.A
1. Alto índice de desempleo 2. Incremento agresivo de precios por parte de proveedores. 3. Competencia por parte de farmacias.	1. La estrategia que ha implementado el centro naturista es abastecerse de los productos que más rotan y con fecha de caducidad a partir de los dos años y que no se vea afectado el establecimiento por el incremento de precios por parte de proveedores. (F2-A2)	1. La apertura de nuevos establecimientos farmacéuticos por parte de cadenas no afectara al punto de venta del centro naturista puesto que la fidelización del cliente será un factor clave para el punto de venta del centro naturista y se empleará publicidad y promociones llamativas cada semana lo cual ayudará a que el establecimiento se posicione en la mente del consumidor y tengan como primera opción al centro naturista los habitantes. (D2-A3)

Fuente. Se describe la matriz MAFE del punto de venta del Centro Naturista “Ginseng Pharma”.
Elaborado por Daniela Alarcón.

Análisis.

En la estrategia FO se creara nuevas sucursales puesto que el punto clave del establecimiento es brindar una atención personalizada a todos sus clientes y más aun a las parroquias aledañas y así que los moradores no tengan que movilizarse por largos tramos, la estrategia DO se encarga de implementar un nuevo servicio puesto que el centro naturista tiene como objetivo brindar atención las 24h ya que es una zona turística y para que sus moradores y visitantes no tengan el inconveniente de acudir a la farmacia que está ubicada a 45 minutos, FA el centro naturista tiene como estrategia abastecerse de productos de alta rotación y con fecha de caducidad mayor a dos años puesto que si el precio de productos incrementa agresivamente el punto de venta no quedaría en falencia y podría satisfacer de los habitantes el DA innovará en la fidelización de clientes a través de distintas publicidades y promociones que logran el posicionamiento del centro naturista en el consumidor.

Capítulo III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Análisis del Consumidor.

(Crece Negocios, 2013) El análisis del consumidor consiste en el análisis de las necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamientos de compra y demás características de los consumidores que conforman el mercado objetivo, es por ello importante que el análisis del consumidor radica en que, al conocer mejor sus características, podemos tomar decisiones o diseñar estrategias que nos permitan atenderlo de la mejor manera posible o que mejores resultados.

El análisis del consumidor es una herramienta que permite identificar las necesidades de una determinada población con el objetivo de emplear estrategias o tomar decisiones en función de satisfacer sus necesidades.

3.2. Determinación de la Población y Muestra.

3.2.1. Población.

La población es el conjunto de individuos que poseen determinadas características e indica el lugar donde se va a desarrollar la investigación.

3.2.2. Muestra

La muestra es el dato cualitativo de un grupo de personas, eventos, sucesos y comunidades del cual se va a recolectar información.

3.2.2.1 Muestro Probabilístico.

El muestreo probabilístico es una técnica de muestreo en virtud de la cual las muestras son recogidas en un proceso que brinda a todos los individuos de la población las mismas oportunidades de ser seleccionados. (Explorable, 2009).

1. Población Finita: cuando se conoce el total de unidades de observación que la integran.

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

Dónde:

- N= tamaño de la población.
- n=tamaño de la muestra.
- Z o K= nivel de confianza que va de 1% a 99%
- p=probabilidad de éxito.
- q=probabilidad de fracaso.
- e=margen de error.

Para el proyecto se eligió la fórmula de la población finita, dado que se conoce el total de la población.

Con respecto a la definición anterior se toma en cuenta que la parroquia de Gualea Cruz habitan 2,025 personas según el Censo del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) del año 2010, y se toma como base para la muestra 200 familias que conforman el Barrio de Gualea Centro que será el objeto de investigación.

- **Fórmula de la muestra.**

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

- **Cálculo de la muestra.**

N=200

e=0,05

Z= 95%equivale al 1,96

p=50%

q=50%

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,50 * 0,50 * 200}{(0,05)^2 * (200 - 1) + (1,96)^2 * 0,50 * 0,50} =$$

$$n=132$$

3.3. Técnicas de obtención de información.

Las técnicas de recolección de información son utilizadas para obtener y evaluar la información obtenida que permita formar criterio, que facilite la calificación de las evidencias obtenidas.

3.3.1. Encuesta

Es una técnica de recopilación de datos para obtener información verídica de la problemática que se desea resolver y se realiza a través de un cuestionario, el mismo que permitirá medir las preguntas realizadas.

3.3.1.1 Modelo de la Encuesta

ENCUESTA

La presente encuesta tiene como objetivo recopilar información para conocer el grado de aceptación de la creación de un punto de venta de un centro naturista en la parroquia de Guala Cruz.

Nota. Los datos proporcionados serán confidenciales.

Datos Informativos.

Género. F ☐ M ☐ Edad. 18-20 ☐ 20-34 ☐ 35-49 ☐ 50-65 ☐

1. ¿Conoce usted acerca de productos naturales?

a) Si ☐

b) No ☐

2. De la siguiente lista de productos naturales seleccione cual o cuales productos adquiere con frecuencia.

a) Infusiones de té verde. ☐

b) Aromáticas ☐

c) Alimentos bajos en grasa. ☐

d) Frutas deshidratadas. ☐

e) Néctares ☐

f) Suplementos alimenticios. ☐

g) Alimentos y bebidas que ☐

contienen plantas medicinales.

3. De los productos señalados anteriormente, con qué frecuencia acude a adquirirlos

a) Diario ☐

- b) Semanal ☐
- c) Mensual ☐
- d) Anual ☐

4. ¿Usted ha encontrado fácilmente los productos mencionados en la pregunta 2 en el mercado?

- a) Si ☐
- b) No ☐

5. Cuando usted piensa en consumir estos productos lo hace porque:

- a) Piensa en la conservación del medio ambiente. ☐
- b) Considera que son productos sanos para la salud. ☐
- c) Por su sabor y olor natural. ☐
- d) Contribuye a bajar los niveles de estrés, tensión y angustia. ☐

6. Cuando compra productos naturales, señale los aspectos que para usted es más importante o menos importante.

Características

- a) Precio ☐
- b) Tamaño ☐
- c) Diseño ☐
- d) Comodidad ☐
- e) Calidad ☐
- f) Funcionalidad ☐
- g) Accesibilidad ☐

7. ¿Cuánto dinero gasta al comprar productos para el cuidado de su salud?

- a) De \$0 -\$10 ☐
- b) De \$11-\$20 ☐
- c) De \$21-\$30 ☐
- d) De \$21 a \$40 ☐
- e) De \$40 en adelante. ☐

8. ¿Cree en el beneficio de las plantas medicinales y aromáticas?

- a) Si ☐
- b) No ☐

9. Donde le gustaría encontrar los productos naturales de plantas medicinales?

- a) En grandes cadenas farmacéuticas ☐
- b) Supermercados ☐
- c) Tiendas especializadas (centros naturistas) ☐
- d) En centros de entrenamiento (gym). ☐

10. ¿Le gustaría que un punto de venta de un centro naturista se encuentre cerca del sector donde vive?

- a) Si ☐
- b) No ☐

3.3.2 Análisis de Resultados

Después de obtener la información se procede a realizar la tabulación de resultados.

Tabla 11 Género

Género	Respuesta	Porcentaje
Masculino	78	59%
Femenino	54	41%

Fuente. Datos Informativo. Elaborado por Daniela Alarcón

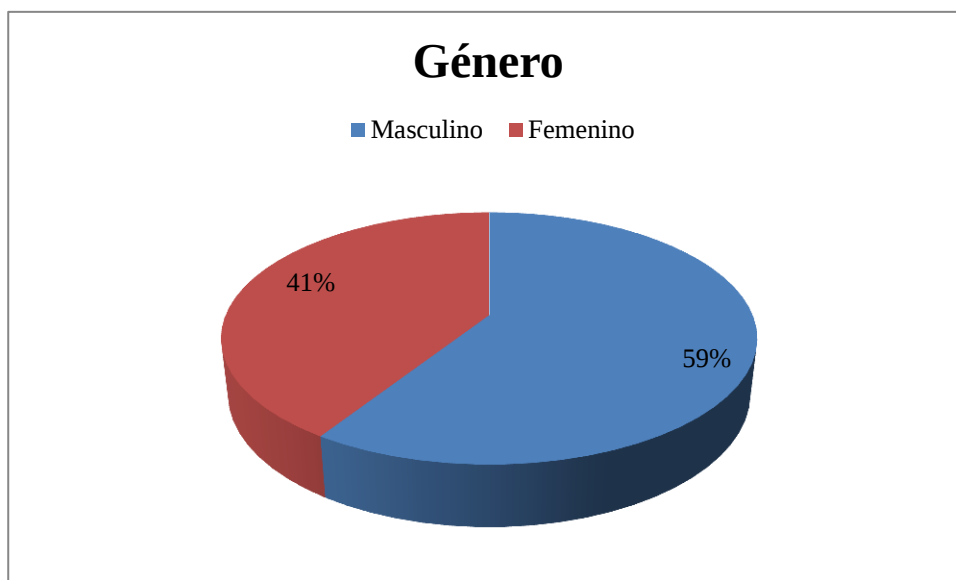


Figura 18 Representación gráfica del género.

Fuente: Datos Informativos de la Encuesta. Elaborado por Daniela Alarcón

Análisis.

Una vez analizados los resultados se evidencio que el género que prevalece en la parroquia de Guala Cruz Barrio Guala Centro es el masculino con 59% mientras que el femenino con 41%.

Tabla 12 *Edades*

Edades	Respuesta	Porcentaje
18-20	24	18%
20-34	39	30%
35-49	47	36%
50-65	22	17%

Fuente. Datos Informativos. Elaborado por Daniela Alarcón.

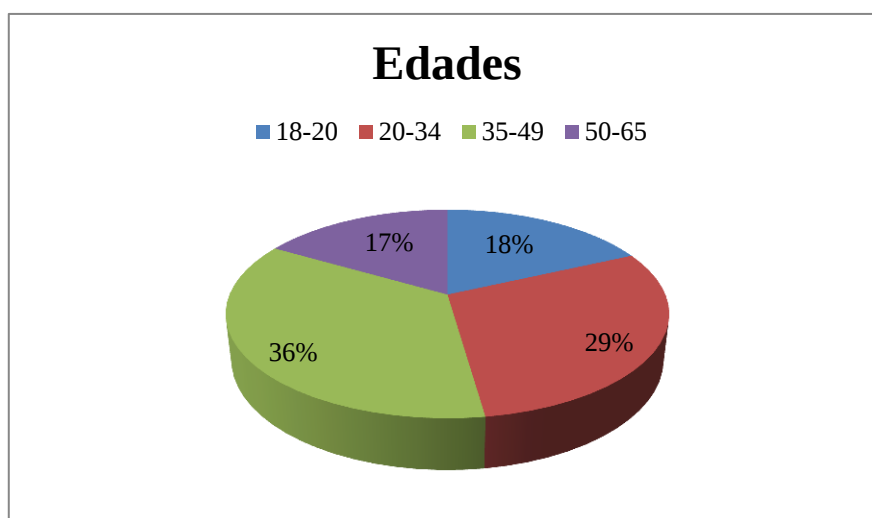


Figura 19 Representación gráfica de las edades.

Fuente: Datos Informativos de la Encuesta. Elaborado por Daniela Alarcón

Análisis.

Después de analizar la información se pudo determinar que el 36% de los habitantes tiene de 35-49 años de edad mientras que un 17% pertenece a 50-65 años de edad.

Tabla 13 *Pregunta 1*

	Respuesta	Porcentaje
a)Si	82	62%
b)No	50	38%

Fuente. En la tabla se registra los resultados de la pregunta 1, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia elaborado por Daniela Alarcón

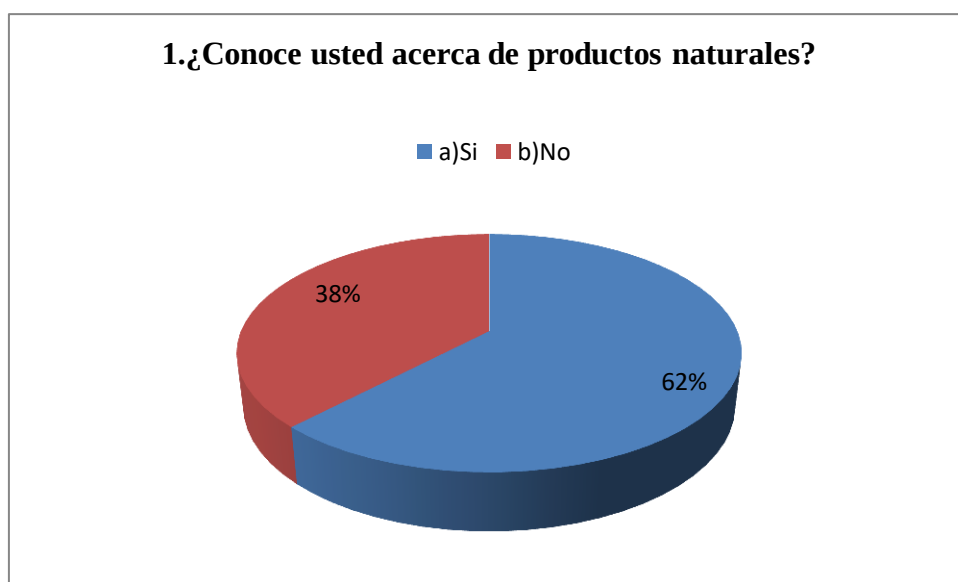


Figura 20 Representación gráfica pregunta 1.

Fuente: Datos Informativos de la Encuesta. Elaborado por Daniela Alarcón

Análisis.

Los habitantes de la Parroquia de Guala Cruz Barrio “Guala Centro” respondieron que un 62% conoce acerca de los productos naturales sin embargo un 38% no los conoce lo que significa que hay una gran apertura para la creación del centro naturista puesto que tendría mayor afluencia de clientes.

Tabla 14 Pregunta 2

	Respuesta	Porcentaje
a) Infusiones de té verde	13	10%
b) Aromáticas	18	14%
c) Alimentos bajos en grasa	26	20%
d) Frutas deshidratadas	10	8%
e) Néctares	20	15%
f) Suplementos alimenticios	38	29%
g) Alimentos y bebidas que contienen plantas medicinales	7	5%

Fuente. En la tabla se registra los resultados de la pregunta 2, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia elaborado por Daniela Alarcón

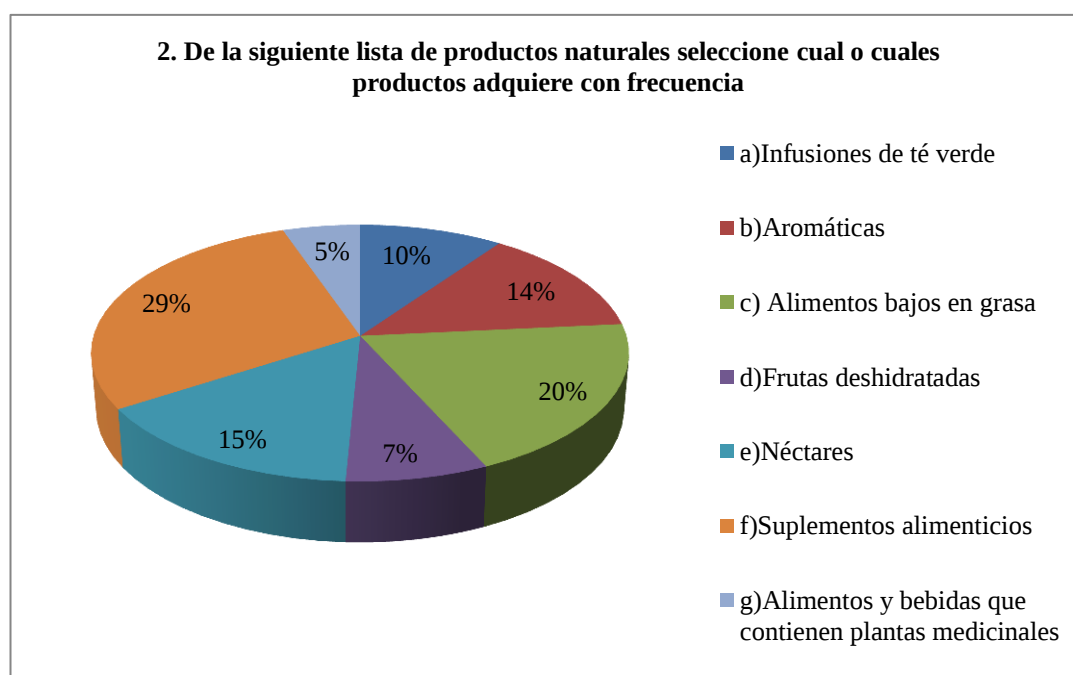


Figura 210 Representación gráfica pregunta 2.

Fuente: Datos Informativos de la Encuesta. Elaborado por Daniela Alarcón

Análisis.

Acorde a la información obtenida se determinó que un 29% de habitantes adquiere con frecuencia suplementos alimenticios para el cuidado de su salud mientras

que un 5% alimentos y bebidas que contienen extractos de plantas alimenticias, lo que da como resultado cual sería el stock de productos que tendría que mantener el centro naturista.

Tabla 15 Pregunta 3

	Respuesta	Porcentaje
a)Diario	27	20%
b)Semanal	34	26%
c)Mensual	54	41%
d)Anual	17	13%

Fuente. En la tabla se registra los resultados de la pregunta 3, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia elaborado por Daniela Alarcón.

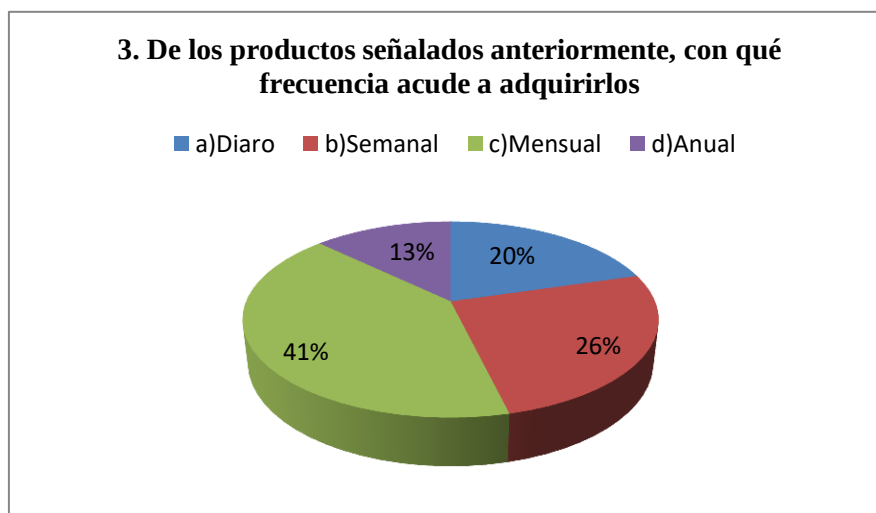


Figura 22 Representación gráfica pregunta 3

Fuente: Datos Informativos de la Encuesta. Elaborado por Daniela Alarcón

Análisis

Se pudo determinar que el 41% de habitantes adquiere productos mensualmente puesto que cuando los van adquirir compran productos variados y se abastecen lo suficiente sin embargo el 20% lo adquiere diariamente y con poca diferencia el 26% que

es semanalmente lo que da como resultado que la creación del punto de venta del centro naturista será favorable ya que tendrá afluencia de clientes.

Tabla 16 Pregunta 4

	Respuesta	Porcentaje
a)Si	47	36%
b)No	85	64%

Fuente. En la tabla se registra los resultados de la pregunta 3, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia elaborado por Daniela Alarcón

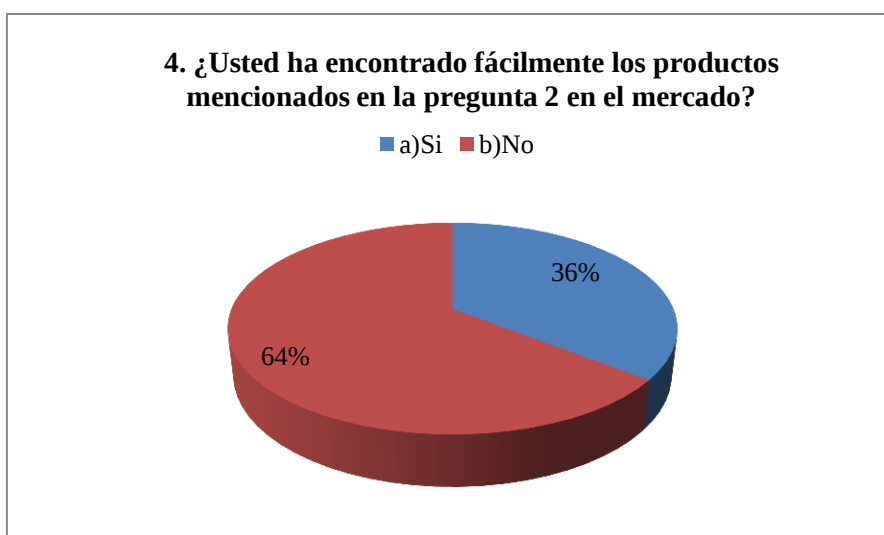


Figura 23 Representación gráfica pregunta 4

Fuente: Datos Informativos de la Encuesta. Elaborado por Daniela Alarcón

Análisis.

Se pudo determinar que el 64% de los habitantes de esta parroquia no encuentran los productos naturales necesarios fácilmente y deben acudir a la farmacia que se encuentra a 45 minutos de distancia o a otras parroquias lo cual ocasiona inconformidad, por otro lado el 36% de habitantes si los encuentra debido a que los productos son enviados por externos.

Tabla 17 Pregunta 5

	Respuesta	Porcentaje
a)Piensa en la conservación del medio ambiente	26	20%
b)Considera que son productos sanos para la salud	57	43%
c)Por su labor y olor natural	29	22%
d)Contribuye a bajar los niveles de estrés, tensión y angustia	20	15%

Fuente.: En la tabla se registra los resultados de la pregunta 5, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia elaborado por Daniela Alarcón

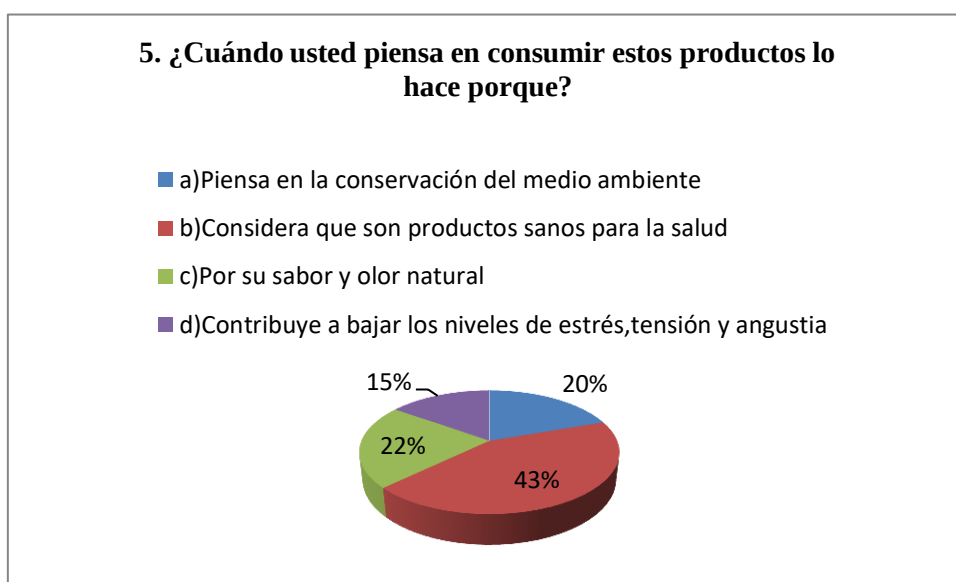


Figura 24 Representación gráfica pregunta 5

Fuente: Datos Informativos de la Encuesta. Elaborado por Daniela Alarcón

Análisis.

Según los datos obtenidos el 43% de habitantes señalaron que consumen estos productos porque consideran que son sanos para su salud debido al origen que poseen, por otro lado el 15% de habitantes indico que los consumen porque contribuye a disminuir los niveles de estrés, tensión y angustia gracias a los beneficios y menos manipulación química que poseen.

Tabla 18 Pregunta 6

Características	Respuesta	Porcentaje
Precio	44	33%
Tamaño	10	8%
Diseño	7	5%
Comodidad	3	2%
Calidad	15	11%
Funcionalidad	12	9%
Accesibilidad	41	31%

Fuente. En la tabla se registra los resultados de la pregunta 6 cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia elaborado por Daniela Alarcón.

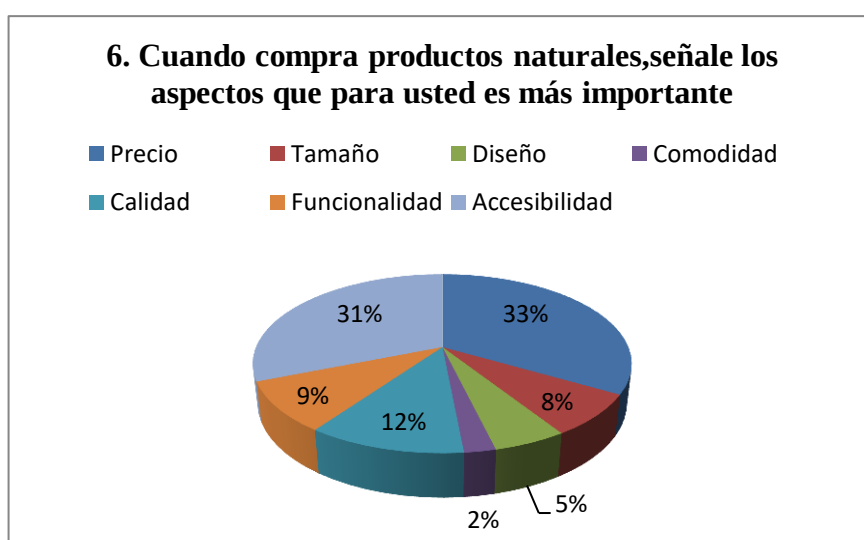


Figura 25 Representación gráfica pregunta 6

Fuente: Datos Informativos de la Encuesta. Elaborado por Daniela Alarcón.

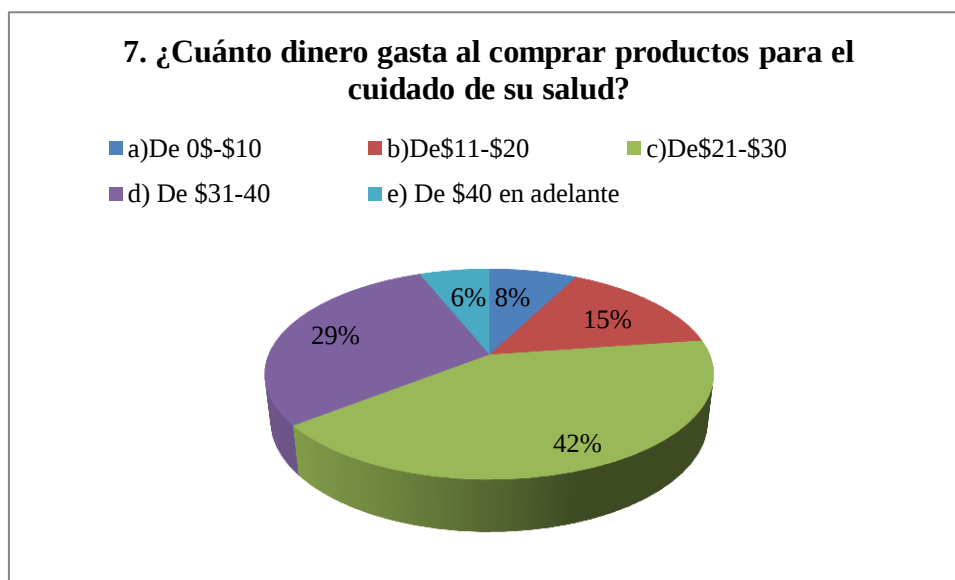
Análisis.

Se determinó que los habitantes consideran importante el precio de los productos señalando un 33% sin embargo con una mínima diferencia del 31% consideran la accesibilidad que tengan los productos por ende es por favorable la creación del centro naturista ya que estará a la comodidad de su hogar además de encontrar una variedad de productos para el cuidado de su salud.

Tabla 19 Pregunta 7

	Respuesta	Porcentaje
a)De 0\$-\$10	10	8%
b)De\$11-\$20	20	15%
c)De\$21-\$30	55	42%
d) De \$31-40	39	30%
e) De \$40 en adelante	8	6%

Fuente. En la tabla se registra los resultados de la pregunta 7 cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia elaborado por Daniela Alarcón.


Figura 26 Representación gráfica pregunta 7

Fuente: Datos Informativos de la Encuesta. Elaborado por Daniela Alarcón

Análisis.

Se pudo determinar que los habitantes invierten un 42% de dinero en la adquisición de productos naturales para el cuidado de sus salud mientras que un 8% invierte una cantidad única, estos resultados arrojados no afectarían al centro naturista puesto que es un gran número de habitantes que invierte en el cuidado de su salud

Tabla 20 Pregunta 8

	Respuesta	Porcentaje
a)Si	86	65%
b)No	46	35%

Fuente. En la tabla se registra los resultados de la pregunta 8 cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia elaborado por Daniela Alarcón

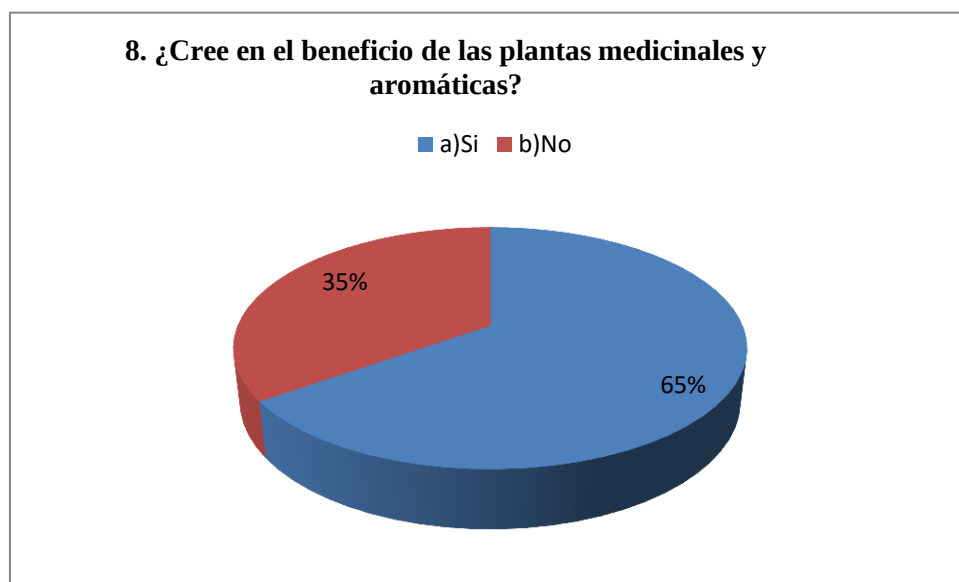


Figura 27 Representación Gráfica pregunta 8

Fuente: Datos Informativos de la Encuesta. Elaborado por Daniela Alarcón

Análisis.

Según el 65% de habitantes cree en el beneficio de consumir productos naturales, mientras que 35% no cree en los beneficios y prefiere consumir productos sintéticos, por ende la creación del centro naturista va a tener una gran acogida por los moradores del sector.

Tabla 21 Pregunta 9

	Respuesta	Porcentaje
a)En grandes cadenas farmacéuticas	29	22%
b)Supermercados	15	11%
c)Tiendas especializadas(centros naturistas)	64	48%
d)En centros de entrenamiento(gym)	24	18%

Fuente: En la tabla se registra los resultados de la pregunta 9 cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia elaborado por Daniela Alarcón

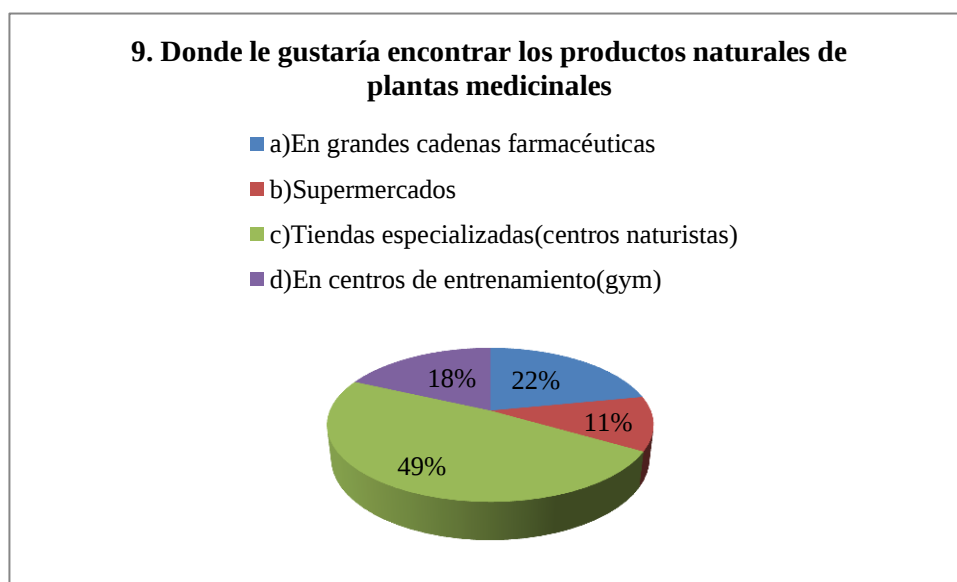


Figura 28 Representación gráfica pregunta 9

Fuente: Datos Informativos de la Encuesta. Elaborado por Daniela Alarcón

Análisis.

Se pudo determinar que el 49% de habitantes le gustaría encontrar los productos en centros naturistas puesto que son establecimientos especializados en el manejo y conocimiento de estos productos mientras que un 11% prefieren adquirirlos en un supermercado ya que no tendrían que movilizarse a otros lugares y los comprarían con los productos comunes.

Tabla 22 Pregunta 10

	Respuesta	Porcentaje
a)Si	116	88
b)No	16	12

Fuente. En la tabla se registra los resultados de la pregunta 10 cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia elaborado por Daniela Alarcón

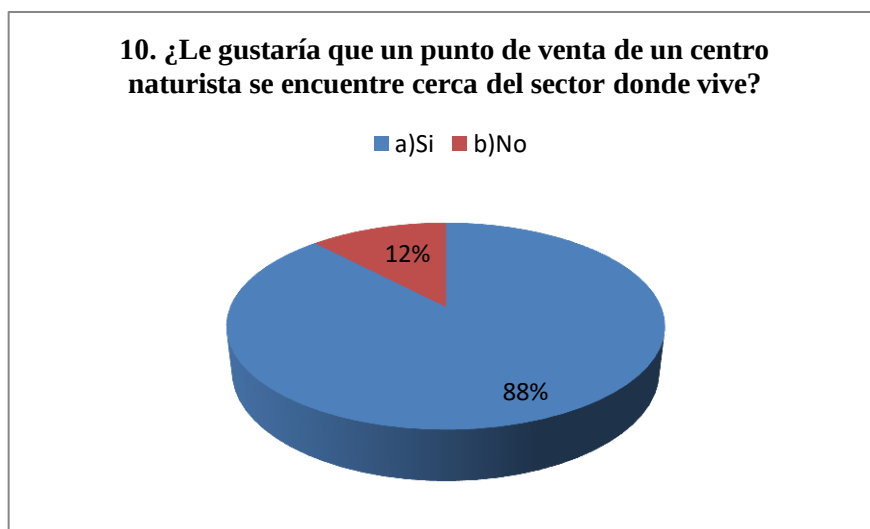


Figura 29 Representación gráfica pregunta 10

Fuente: Datos Informativos de la Encuesta. Elaborado por Daniela Alarcón

Análisis.

Según el 88% de habitantes está de acuerdo con la creación de un Centro Naturista puesto que esta ala disponibilidad de su lugar de vivienda, por ende es factible la creación del mismo.

3.4. Oferta.

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que una empresa está dispuesta a poner la venta, es decir, en el mercado, lugar y precio determinado de acuerdo a la economía presente.

3.4.1. Oferta Histórica.

Para el cálculo de la oferta histórica se utiliza la siguiente fórmula:

$$Cn = \frac{Co}{(1 + i)^n}$$

Dónde:

- Cn = oferta histórica
- Co = oferta del año posterior al cálculo.
- i = porcentaje del PIB
- n = exponente

Tabla 23 Cálculo de la oferta Histórica

Años		Oferta Histórica	PIB
2015	\$	15.121,18	
2016	\$	15.803,14	0,045099963
2017	\$	16.515,86	0,050700011
2018	\$	17.353,22	0,056199965
2019	\$	18.328,47	0,060500023
Oferta Actual	\$	20.088,00	0,096000000

Fuente. En la tabla se registran los datos de la Oferta Histórica con los valores del Producto Interno Bruto en Salud, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

Análisis

Para determinar la oferta historia se determinó en referencia los años del 2015 al 2019, teniendo en cuenta el PIB en salud de cada uno de ellos y el total de las ventas de la Oferta Actual y así conocer la oferta que se ha tenido anteriormente.

3.4.2 Oferta Actual

Tabla 24 *Cálculo de la Oferta Actual*

Farmacias Competidoras	Ventas Diarias	Ventas Mensuales	Ventas Anuales	Porcentaje
Farmacia Sana Sana	\$ 89,00	\$ 2.670,00	\$ 32.040,00	48
Farmacias Económicas	\$ 97,00	\$ 2.910,00	\$ 34.920,00	52
Total	\$ 186,00	\$ 5.580,00	\$ 66.960,00	100
OFERTA ACTUAL			\$ 20.088,00	

Fuente. En la tabla se registran los datos de la Oferta Actual con las ventas anuales de cada farmacia, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por Daniela Alarcón

Análisis

Se toma de referencia las dos farmacias que están ubicadas en la parroquia de Nanegalito siendo las más cercana puesto que en la Parroquia de Guala Cruz no hay farmacias ni centros naturistas, y para realizar el respectivo cálculo se tomó el total de ventas anuales y el porcentaje de productos más consumidos de la pregunta para obtener la oferta actual.

3.4.3 Oferta Proyectada.

La Oferta Proyecta es un indicador que dará a conocer las ventas futuras, su fórmula es:

$$C_n = C_o (1 + i)^n$$

Dónde:

- C_n = oferta histórica
- C_o = oferta del año posterior al cálculo
- i = porcentaje del PIB
- n = exponente

Tabla 25 *Cálculo de la Oferta Proyectada.*

Oferta Actual		\$ 20.088,00
Años		Ventas
2020	\$	22.016,45
2021	\$	26.446,51
2022	\$	34.817,70
2023	\$	50.239,15
2024	\$	79.450,20
Total	\$	212.970,00

Fuente. En la tabla se registran los datos de la Oferta Proyectada cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

Análisis.

Para determinar la proyección se toma al total de la oferta actual y se mantiene el porcentaje de PIB en Salud, es así que va desde el 2020 al 2024 obteniendo un resultado de \$212.970,00.

3.5. Productos Sustitutos.

Los productos sustitutos no son una amenaza para el punto de venta del Centro Naturista Ginseng Pharma, puesto que la parroquia de Gualea Cruz no cuenta con una Farmacia.

3.6. Demanda

3.6.1. Demanda Histórica

Para el cálculo de la demanda histórica se emplea la siguiente fórmula:

$$Cn = \frac{Co}{(1 + i)^n}$$

Dónde:

- Cn = demanda histórica
- Co = demanda del año posterior al cálculo
- i = porcentaje de la inflación y crecimiento poblacional del año de cálculo
- n = exponente

Tabla 26 *Cálculo de la demanda Histórica*

Años	Demanda Histórica	
2014	\$ 31.966,48	0,051600
2015	\$ 33.615,95	0,055300
2016	\$ 35.474,91	0,037300
2017	\$ 36.798,12	0,013600
2018	\$ 37.298,58	0,012900
Demanda Actual	\$ 37.779,73	

Fuente. En la tabla se registran los datos de la demanda histórica, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

3.6.2. *Demanda Actual.*

La Demanda Actual se calculó con datos de la encuesta y del Instituto de Estadísticas y Censos (INEC), de la parroquia de Gualea Cruz.

Tabla 27 *Cálculo de la demanda actual*

Demanda Actual	
Total Población	\$ 200,00
Promedio de consumo Mensual	\$ 15,74
Total de consumo mensual	\$ 3.148,31
Demanda Actual	\$ 37.779,73

Fuente En la tabla se registran los datos de la demanda actual, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón.

Tabla 28 *Promedio de Consumo*

Promedio			Respuestas	Mensual
\$ 1,00	\$ 10,00	\$ 5,50	55	\$ 302,50
\$ 10,01	\$ 20,00	\$ 15,01	39	\$ 585,20
\$ 20,01	\$ 30,00	\$ 25,01	20	\$ 500,10
\$ 30,01	\$ 40,00	\$ 35,01	10	\$ 350,05
\$ 40,01	\$ 45,00	\$ 42,51	8	\$ 340,04
			132	\$ 2.077,89
Total				\$ 15,74

Fuente. En la tabla se registran los datos del promedio de consumo, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

Análisis.

Para calcular la demanda se tomó los datos de la pregunta 7 de la encuesta con la cual se puede determinar el promedio de consumo del barrio Gualea Centro que es de \$15,74.

3.6.3. Demanda Proyectada

En la demanda proyectada se registran los datos futuros para generar estrategias como un plan de ventas y de presupuestos, su fórmula es la siguiente:

$$C_n = C_o (1 + i)^n$$

Dónde:

- C_n = demanda histórica
- C_o = demanda del año posterior al cálculo
- i = promedio de las sumatorias de la inflación y la tasa de crecimiento poblacional.
- n = exponente

Tabla 29 Cálculo de la demanda proyectada

Años	Demanda Proyectada	Tasa Promedio
2020	\$ 39.105,80	3,51
2021	\$ 40.478,41	3,51
2022	\$ 41.899,20	3,51
2023	\$ 43.369,86	3,51
2024	\$ 44.892,15	3,51

Fuente. En la tabla se registran los datos de la demanda proyectada, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

Análisis

Para calcular la demanda proyectada se multiplico el promedio de las sumatorias de la Inflación y la Tasa de Crecimiento Poblacional, elevado al exponente desde el 1 hasta el 5 consecutivamente y así obtener las ventas anuales desde el año 2020 hasta el 2024; y a su vez planificar las ventas futuras que los habitantes van a adquirir.

3.7. Balance Oferta -Demanda

En el Balance de la Oferta y de la Demanda señala si hay una demanda insatisfecha, la cual se puede cubrir con la implementación de este proyecto.

3.8. Balance Actual

El balance actual se obtiene mediante el cálculo de la resta de la oferta global actual menos la demanda actual.

Tabla 30 *Cálculo del Balance Oferta-Demanda*

Oferta Actual	Demanda Actual	Demanda Insatisfecha
\$ 20.088,00	\$ 37.779,73	-\$ 17.691,73

Fuente. En la tabla se registran los datos del balance oferta-demanda, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

Análisis

Para determinar la demanda insatisfecha se utiliza la formula en donde se resta la oferta actual menos la demanda actual, en donde el resultado es -\$ 17.691,73 y teniendo en cuenta la pregunta N°10 en donde se determina la aceptación del nuevo Centro Naturista Ginseng Pharma.

3.9 Balance Proyectado

Tabla 31 *Cálculo del Balance Proyectado*

Años	Oferta proyectada	Demanda Proyectada	Demanda Insatisfecha	55% de la demanda Insatisfecha
2020	\$ 22.016,45	\$ 39.105,80	-\$ 17.089,35	-\$ 9.399,14
2021	\$ 26.446,51	\$ 40.478,41	-\$ 14.031,90	-\$ 7.717,54
2022	\$ 34.817,70	\$ 41.899,20	-\$ 7.081,51	-\$ 3.894,83
2023	\$ 50.239,15	\$ 43.369,86	\$ 6.869,28	\$ 3.778,11
2024	\$ 79.450,20	\$ 44.892,15	\$ 34.558,06	\$ 19.006,93

Fuente. En la tabla se registran los datos del balance proyectado cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

Análisis

En el Balance Proyectado se resta la Oferta Proyectada con la Demanda Proyectada para obtener la Demanda Insatisfecha desde el año 2020 hasta el año 2024, en donde se refleja las ventas que tendrá el Centro Naturista.

Capítulo IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del proyecto.

En este capítulo se explicará los aspectos que se van a emplear para hacer un uso adecuado de los recursos disponibles de un bien o servicio del cual se debe analizar la localización, infraestructura requerida.

4.2. Capacidad Instalada

Hace referencia a la capacidad óptima, es decir, la capacidad que tiene una empresa para producir en un tiempo determinado y se debe tener en cuenta los recursos disponibles de la organización como recursos humanos, infraestructura, tecnología y conocimientos. Según la normativa del ARCSA para implementar un negocio el lugar debe cumplir con la infraestructura adecuada al igual que los servicios básicos un local comercial de 40m², el cual debe contar con las siguientes áreas:

- **Área Administrativa.**
- **Área de recepción.**
- **Área de almacenamiento**
- **Área de expendio.**

Área Administrativa.

Área de Archivo.

Documentos Legales del Propietario.

Dentro del área de archivo, el Centro Naturista debe contar con los siguientes documentos:

- Copia C.I del propietario.
- Papeleta de Votación.
- RUC.
- Certificados.
- Récord Policial.

Documentos de Personal.

En cuanto a documentos del personal, debe contar con las siguientes rúbricas:

- Copias C.I.
- Papeletas de Votación
- Copias título de bachiller o correspondiente.
- Carnet de Salud.
- Certificados de SENESCYT.
- Contratos, etc.

Documentos del Establecimiento

En cuanto a documentos, el centro naturista Ginseng Pharma debe contar con los siguientes parámetros:

- Plano 1-50.
- Permiso de Apertura.
- Permiso de funcionamiento.

- Croquis del Establecimiento.

Área de Recepción.

Es el lugar donde se lleva a cabo la recepción de los productos y se verifica la cantidad, calidad y etiqueta de los pedidos que llegan al punto de venta del Centro Naturista, verificar la cantidad solicitada con la cantidad recibida acorde a la orden de compras.

Área de Almacenamiento.

- Medicina Natural
- Suplementos Alimenticios
- Cosméticos
- Productos de Tocador
- Cuidado personal.
- Dermocosmética.

Área de dispensación y expendio.

- **Área de dispensación:** el dependiente o administrador del punto de venta del Centro Naturista debe entregar un servicio óptimo de calidad hacia el usuario.
- **Área de expendio:** entrega del producto natural solicitado a cambio de dinero.

4.3. Capacidad óptima.

Se define como el tamaño máximo de producción de una empresa durante un tiempo definido.

Para la apertura del punto de venta del Centro Naturista Ginseng Pharma se requiere de:

- Activos Fijos
- Gastos de los Sueldos
- Beneficios sociales de los trabajadores.

Tabla 32. *Capacidad óptima*

Descripción	Cant.	PVP Unitario	PVP Total
Mueble mostrador madera/vidrio	2	\$ 220,00	\$ 440,00
Puerta enrollable Lanford	1	\$ 650,00	\$ 650,00
Candado Viro 75cm	2	\$ 15,80	\$ 31,60
Basurero	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Silla de oficina giratoria	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Computadora de escritorio	1	\$ 320,00	\$ 320,00
Lector código Barra Pistola inalambrico	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Sotware	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Impresora Epson	1	\$ 160,00	\$ 160,00
Calculadora casio	1	\$ 12,50	\$ 12,50
Grapadorara manual	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Percha metálica de 5 servicios	2	\$ 50,00	\$ 150,00
Percha metálica de 7 servicios	3	\$ 70,00	\$ 210,00
Instalación de Internet	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Perforadora	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Teléfono inalámbrico Panasonic Doble contestador	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Extintor 10lb	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Letrero lateral grande	1	\$ 85,00	\$ 85,00
Subtotal			\$ 2.390,10
IVA 12%			\$ 286,81
Total			\$ 2.676,91

Fuente. En la tabla se registran los datos de la capacidad óptima cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón.

Tabla 33. *Gastos de sueldos y beneficios sociales (dependiente)*

Sueldo	\$ 400
Décimo Tercero	\$ 33,33
Décimo Cuarto	\$ 33,33
Vacaciones	\$ 16,67
Aporte patronal	\$ 44,60
Fondos de reserva	\$ 33,32
Subtotal	\$ 561
Total Anual	\$ 6.735

Fuente. En la tabla se registran los datos de sueldos y salarios del dependiente cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

El técnico profesional Químico Farmacéutico tendrá un salario fijado en la cantidad de \$100 mensuales, por sus servicios profesionales.

4.4. Localización.

4.4.1. Macro localización.

La presente investigación se va a realizar en la Provincia de Pichincha, en el cantón Quito, parroquia Guala Cruz, esta parroquia ha tenido un crecimiento constante de su población durante los últimos años dando como consecuencia la demanda de varios servicios como la creación de un centro naturista.

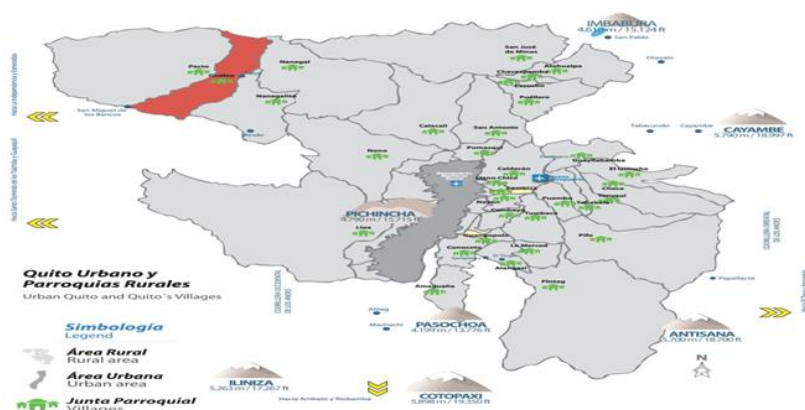


Figura 30 Macro localización parroquia Gualea Cruz
Fuente. GAD Parroquial Gualea

4.4.2. Micro Localización.

La Micro localización determinará el lugar exacto de donde se ubicará el punto de venta del centro naturista. Ginseng Pharma, será situado en el Barrio Gualea Centro entre las calles Av. Manuel Córdova Galarza vía Calacali-Armenia-Gualea, como referencia parque central, las ventajas más relevantes del lugar de elección es que no existe farmacias en el barrio.



Figura 31 Micro localización del Barrio Gualea Central.
Fuente. GAD Parroquial Gualea

4.4.3. Localización óptima.

El punto de venta del Centro Naturista Ginseng Pharma se ubicará en una zona de gran afluencia en donde se encuentran tiendas, locales de comida, UPC, zonas recreativas y centros educativos que conforman el barrio Gualea Centro.

Para determinar la localización óptima se ha seleccionado el método cualitativo por puntos, que consiste en señalar los factores más importantes para la ubicación asignando una ponderación a cada ítem de acuerdo al impacto que tendrá en el proyecto.

Tabla 34. Localización óptima

Calificación	Ponderación.
Muy significativo	4
Significativo.	3
Poco significativo	2
Nada significativo	1

Fuente. En la tabla se registran la localización óptima cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

Tabla 35. Detalle localización óptima.

Observaciones	Gualea Centro	Las Tolas	Vista Hermosa
Transporte Público	4	2	3
Servicios Básicos.	4	2	4
Centros Educativos.	4	3	3
Afluencia de personas.	4	3	4
Locales.	4	2	3
Competencia.	1	2	2
Total	21	14	19

Fuente. En la tabla se registran la localización óptima cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

Análisis.

Es así que se determina que entre el barrio Gualea Centro y los dos barrios más cercanos, se determina que la zona en cuestión arroja resultados positivos para implementar el punto de venta de un centro naturista e indicando la factibilidad del proyecto como, vías de acceso y baja competencia.

4.5 Ingeniería del producto

Es una técnica que se encarga de realizar los cálculos necesarios para determinar el consumo de materiales o recursos necesarios, a través del Área Comercial o de Producción.

4.5.1 Definición del B y S

Los bienes y servicios son un objeto tangible que constituye un valor importante para la empresa y su correcto funcionamiento además que se debe contar con el factor legal y el cumplimiento de leyes, estatutos y reglamentos de acuerdo a los distintos reglamentos de salud y la ley vigente del Ecuador y poder administrar el establecimiento de una manera eficiente a través de distintos procesos con la finalidad de satisfacer las necesidades de los habitantes además de brindar un atención de calidad y personalizada a los clientes.

4.5.2 Distribución de Planta

En el punto de venta del Centro Naturista Ginseng Pharma se distribuirá de forma accesible las distintas áreas a través de la elaboración de un plano del

establecimiento de 43m² de acuerdo a lo que dispone la ARCSA para el correcto funcionamiento del establecimiento y brindar una atención de calidad a los habitantes del barrio Gualea Centro de la parroquia de Gualea Cruz.

4.5.3 Proceso Productivo

Para el correcto funcionamiento de un establecimiento es necesario contar con procesos y procedimientos que deben ser estandarizados con todo el personal que labora en el punto de venta del Centro Naturista, es por ello que se ha tomado a tres procesos primordiales como:

- **Aprovisionamiento:** requiere de un cálculo de inventario necesario para el correcto funcionamiento y para cubrir la demanda del sector.

Adquisición: Compra y entrega de dinero al proveedor a cambio de productos naturales, para ello debe tomar en cuenta parámetros como: presupuesto, lista de productos, proformas, proveedor y orden de compra.

- **Almacenamiento y distribución:** ubicación de productos naturales en bodega, para garantizar la conservación del mismo se debe tener en cuenta las condiciones locativas, ambientales, físicas e higiénicas.

Tabla 36. *Proceso: Almacenamiento y Distribución de productos naturales*

Ficha de Actividades			
Proceso: Almacenamiento y Distribución de productos naturales			
Nº de Actividades	Actividades	Descripción de Actividades	Responsable
1	Verificación de la Infraestructura	Inspección de paredes , pisos ,techo y estanterías	Adm. Boticas y Farmacias
2	Revisión de temperatura y humedad	Control del área de refrigeración, es decir si la temperatura cumple con las condiciones de los productos	Dependiente
3	Limpieza de las perchas	Se procede a limpiar las perchas dejando libre un entrepaño.	Adm. Boticas y Farmacias
4	Perchado de Medicamentos por de laboratorio	Identificar fecha de vencimiento y lote de acuerdo a los productos que se encuentren en la percha y a partir de ello almacenarlo de acuerdo al sistema FIFO.	Dependiente.

Fuente. En la tabla se registra la ficha de actividades del proceso de almacenamiento y distribución de productos naturales cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

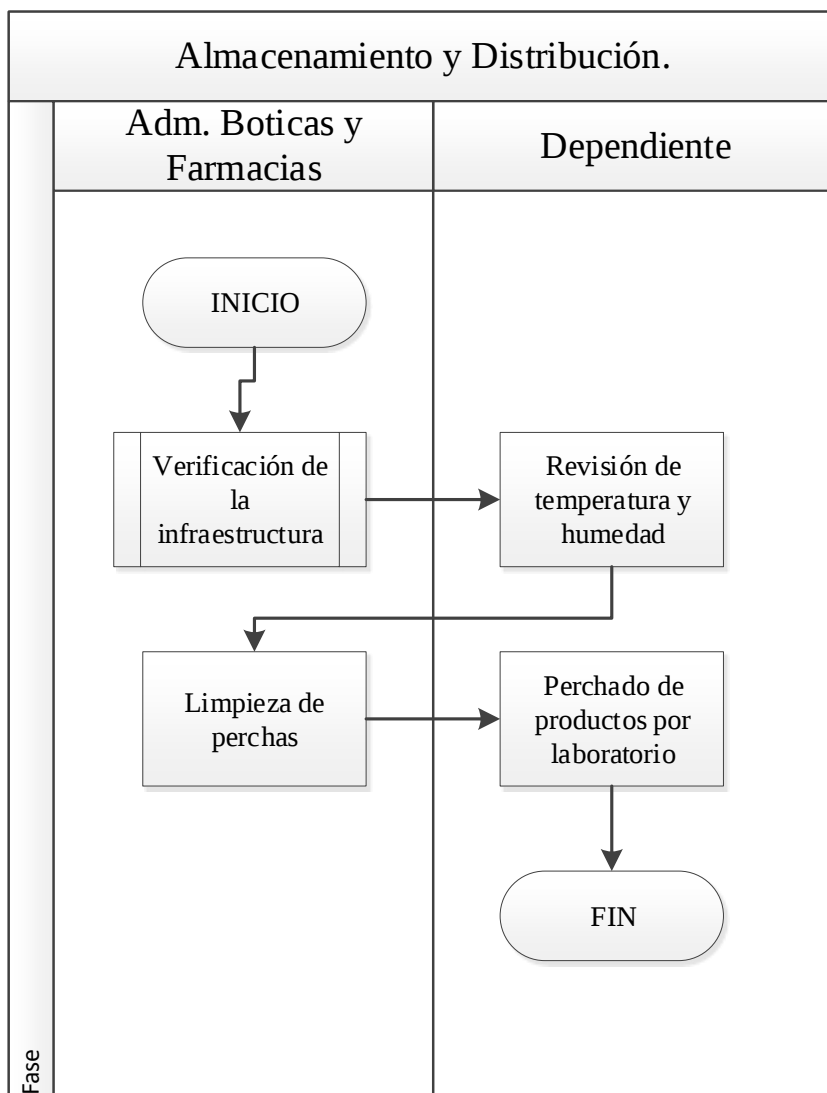


Figura 32 Diagrama de Flujo del Proceso de Almacenamiento y Distribución
Fuente: Elaborado por Daniela Alarcón.

Tabla 37. Proceso de Control de Inventarios

Ficha de Actividades			
Proceso: Control de Inventarios			
Nº de Actividades	Actividades	Descripción de Actividades	Responsable
1	Inventario periódico	Se debe realizar cada semana el conteo de diferentes productos como: productos costosos, mayor rotación y verificar su cantidad y condición física.	Dependiente
2	Inventario físico general	El administrador de farmacia junto al Q.F al finalizar el primer semestre del año y cierre del periodo fiscal se debe realizar el conteo general de todos los productos almacenados en bodega de acuerdo a la normativa legal vigente y que tenga consistencia entre las cantidades de productos almacenados y los registrados en el sistema informático.	Dependiente
3	Documentación	Se debe mantener un registro con la identificación y trazabilidad de los lotes de un producto.	Administrador
4	Distribución de los productos naturales	La salida de productos de la bodega debe sustentarse con un documento autorizado por el Q.F, donde se señala el producto y la cantidad a solicitar.	Administrador
5	Normas para la distribución de productos naturales	Se realiza un registro donde debe constar el nombre y firma de los responsables de solicitar los pedidos	Administrador

Fuente. En la tabla se registra la ficha de actividades del proceso de control de inventarios datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón.

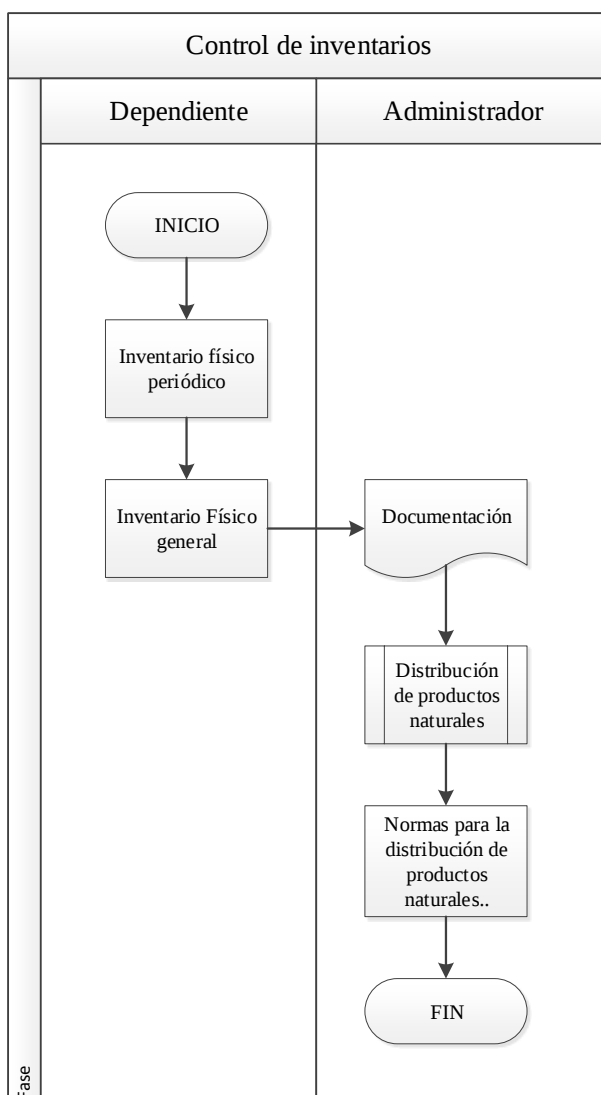


Figura 33 Diagrama de Flujo del proceso de control de inventarios.

Fuente: Elaborado por Daniela Alarcón.

4.5.4 Maquinaria

Ginseng Pharma no cuenta con maquinaria, ya que se dedicará a la venta de productos naturales, suplementos y vitaminas etc.

4.5.5 Equipos

Los equipos que requiere Ginseng Pharma son los siguientes:

Tabla 38 *Equipos de computación.*

Descripción	Cant	Valor Unitario	Valor Total
Computadoras	1	\$ 320,00	\$ 320,00
Lector código Barra Pistola inalámbrico	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Sotware	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Impresora Epson	1	\$ 160,00	\$ 160,00
Subtotal			\$ 620,00
IVA12%			\$ 74,40
Total.			\$ 694,40

Fuente. En la tabla se registran los equipos de cómputo cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

Tabla 39. *Equipos de Oficina.*

Descripción	Cant.	Valor Unitario	Valor Total.
Calculadora casio	1	\$ 12,50	\$ 12,50
Teléfono inalámbrico Panasonic Doble contestador	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Extintor 10lb	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Subtotal			\$ 72,50
IV12%			\$ 8,70
Total.			\$ 81,20

Fuente. En la tabla se registran los datos de equipos de oficina cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

Tabla 40. *Muebles y Enseres.*

Descripción	Cant.	Valor Unitario	Valor Total.
Mueble mostrador madera/vidrio	2	\$ 220,00	\$ 440,00
Puerta enrollable Lanford	1	\$ 650,00	\$ 650,00
Candado Viro 75cm	2	\$ 15,80	\$ 31,60
Basurero	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Silla de oficina giratoria	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Grapadora manual	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Percha metálica de 5 servicios	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Percha metálica de 7 servicios	3	\$ 70,00	\$ 210,00
Instalación de Internet	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Perforadora	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Letrero lateral grande	1	\$ 85,00	\$ 85,00
Subtotal			\$ 1.647,60
Iva12%			\$ 197,71
Total			\$ 1.845,31

Fuente. En la tabla se registran los datos de muebles y enseres cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

Análisis.

Para detallar los equipos de computación, equipos de oficina, muebles y enseres se tomó de los activos fijos que se registran en el Centro Naturista Ginseng Pharma puesto que estos bienes son indispensables para el adecuado funcionamiento de los distintos procesos del punto de venta del centro naturista.

Capítulo V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Ingresos operacionales

Son las entradas que son el resultado de las actividades principales de la organización.

5.2. Ingresos no operacionales.

Son ingresos que solamente son de las ventas directas de los productos naturales y otros productos de la rama que oferta el establecimiento.

Tabla 41 *Ingresos Operacionales*

Demanda Insatisfecha	%	Ingresos Operacionales
-\$ 17.691,73	55%	-\$ 9.730,45

Fuente. En la tabla se registran los datos de ingresos operacionales cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

Para determinar los ingresos operacionales, tomo el resultado de la demanda insatisfecha y el 55 % con el que se intentará cubrir con la creación del punto de venta del Centro Naturista “Ginseng Pharma” por otro lado también se ha tenido en cuenta la pregunta N°10 de la encuesta donde el 88% aceptación del nuevo punto de venta del centro naturista.

5.02. Costos y Gastos

El Costo es el desembolso que haga una empresa para mantener su proceso de producción de bienes o servicios mientras que los gastos son los pagos que hace la empresa para producir el producto o servicio.

5.02.01. Costo Directo

Los costos directos son las inversiones que realiza la empresa y considera la materia prima y la obra de mano directa que necesita la organización.

Tabla 42 *Costos Directos*

Descripción	Valor
Stock Básico para iniciar	-\$ 810,87
Costo Mercadería anual	-\$ 5.351,75

Fuente. En la tabla se registran los datos de costos directos cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

El stock mínimo se calculó al dividir las ventas anuales para doce

$$-\$ 9.730,45/12 = -\$ 810,87$$

Se estima que el costo de mercadería anual o costo de ventas será el 55% de las ventas

$$-\$9.730,45*0,55\% = -\$ 5.351,75$$

Tabla 43 Sueldo y Salario del Administrador

	2020	2021	2022	2023	2024
Sueldo	\$ 400	\$ 411,33	\$ 419,69	\$ 428,21	\$ 436,49
Décimo Tercero	\$ 33,33	\$ 34,28	\$ 34,97	\$ 35,68	\$ 36,37
Décimo Cuarto	\$ 33,33	\$ 34,28	\$ 34,97	\$ 35,68	\$ 36,37
Vacaciones	\$ 16,67	\$ 17,14	\$ 17,49	\$ 17,84	\$ 18,19
Aporte patronal	\$ 44,60	\$ 44,60	\$ 44,60	\$ 44,60	\$ 44,60
Fondos de reserva	\$ 33,32	\$ 34,26	\$ 34,96	\$ 35,67	\$ 36,36
Subtotal	\$ 561	\$ 576	\$ 587	\$ 598	\$ 608
Total Anual	\$ 6.735	\$ 6.911	\$ 7.040	\$ 7.172	\$ 7.301

Fuente. En la tabla se registra el Sueldo y Salario del Administrador del punto de venta del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón.

Tabla 44 Sueldo y Salario del Bioquímico

	2020	2021	2022	2023	2024
Sueldo	\$ 100,00	\$ 112,70	\$ 126,47	\$ 135,38	\$ 142,67
Décimo Tercero					
Décimo Cuarto					
Vacaciones					
Aporte patronal					
Fondos de reserva					
Subtotal	\$ 100,00	\$ 112,70	\$ 126,47	\$ 135,38	\$ 142,67
Total Anual	\$ 1.200,00	\$ 1.352,40	\$ 1.517,64	\$ 1.624,56	\$ 1.712,04

Fuente. En la tabla se registra el Sueldo y Salario del Bioquímico del punto de venta del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón.

El representante legal del establecimiento se le hace un contrato por un año con un salario de \$200 por 20 horas al mes por prestar sus servicios al Centro Naturista.

5.02.03. Gastos Administrativos

Según la Enciclopedia Financiera (2018) “Se denominan gastos de administración a aquellos contraídos en el control y la dirección de una organización, pero no directamente identificables con la financiación, la comercialización, o las operaciones de producción.”

Los Gastos Administrativos son los gastos que están relacionados con la empresa, permite el desarrollo adecuado de las actividades programadas de la organización y se muestran contablemente.

Tabla 45 *Gastos Administrativos*

Gastos Administrativos	Valor
Sueldo Bioquímico	\$ 1.200,00
Depreciación Muebles y Enseres	\$ 184,53
Depreciación Equipos de oficina	\$ 8,12
Depreciación Equipos de Computación	\$ 231,47
Gasto Amortización	\$ 130,70
Permisos de funcionamiento	\$ 145,70
Servicios Básicos	\$ 787,20
Arriendo	\$ 960,00
Suministros de oficina	\$ 391,80
Útiles de Aseo	\$ 375,60
Total	\$ 4.415,12

Fuente. En la tabla se registra los gastos administrativos del punto de venta del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

Los gastos administrativos están conformados por los siguientes:

Tabla 46 *Permiso de funcionamiento.*

	Valor
Permiso de funcionamiento	
Permiso ARCSA	\$ 54,25
Patente Municipal	\$ 91,45
Total	\$ 145,70

Fuente. En la tabla se registra el permiso de funcionamiento del punto de venta del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

Tabla 47 Servicios Básicos

Detalle	Cantidad	Valor Mensual	Anual
Luz	1	\$ 23,45	\$ 281,40
Arriendo	1	\$ 80,00	\$ 960,00
Agua	1	\$ 14,65	\$ 175,80
Teléfono-Internet	1	\$ 27,50	\$ 330,00
Total		\$ 145,60	\$ 1.747,20

Fuente. En la tabla se registra los servicios básicos del punto de venta del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

Tabla 48 Suministros de Oficina

Suministros de oficina				
Descripción	Cant	Valor Unitario	Mensual	Anual
Resma de papel bond	2	\$ 3,25	\$ 6,50	\$ 78,00
Esferos	4	\$ 0,35	\$ 1,40	\$ 16,80
Grapas(caja)	2	\$ 0,25	\$ 0,50	\$ 6,00
Clips(caja)	2	\$ 0,25	\$ 0,50	\$ 6,00
Tijeras	2	\$ 0,75	\$ 1,50	\$ 18,00
Marcadores	2	\$ 1,00	\$ 2,00	\$ 24,00
Carpetas archivadoras	4	\$ 4,25	\$ 17,00	\$ 204,00
Libreta	2	\$ 0,75	\$ 1,50	\$ 18,00
Cinta Adhesiva	1	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 12,00
Goma en barra Big	1	\$ 0,75	\$ 0,75	\$ 9,00
Total			\$ 32,65	\$ 391,80

Fuente. En la tabla se registra los suministros de oficina del punto de venta del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

Tabla 49 Útiles de Aseo

Útiles de aseo				
Descripción	Cant	Valor unitario	Mensual	Anual
Escoba	1	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 30,00
Trapeador	1	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 36,00
Recogedor de basura metal	1	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 30,00
Desinfectante galón	1	\$ 8,50	\$ 8,50	\$ 102,00
Cloro galón	1	\$ 4,80	\$ 4,80	\$ 57,60
Detergente	2	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 120,00
Total			\$ 31,30	\$ 375,60

Fuente. En la tabla se registra los útiles de aseo del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

5.3.4 Gastos de Ventas

Son los gastos de comercialización que tienen los productos de acuerdo a sus características específicas.

Tabla 50 *Gastos de ventas*

Gasto de Ventas	Valores
Sueldo Administrador	\$ 6.735
Gasto en Marketing y Publicidad	\$ 1.854,00
Total	\$ 8.589

Fuente: En la tabla se registra los gastos de ventas del punto de venta del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

Tabla 51 *Gastos de Marketing y Publicidad*

Inauguración	Cant.	Valor Unitario	Anual
Arco de globos	1	\$ 13,00	\$ 13,00
Globos con logo del centro naturista x100	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Volantes A5 de 14.8 x21cm	1000	\$ 0,08	\$ 80,00
Total			\$ 113,00

Fuente. En la tabla se registra los gastos de marketing y publicidad del punto de venta del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

Tabla 52 *Gastos de Marketing y Publicidad*

Gastos Marketing y Publicidad.				
Días promocionales	Cantidad	Valor Unitario	Mensual	Anual
Volantes A5 de 14.8 x21cm	200	\$ 0,06	\$ 12,00	\$ 144,00
Arco de globos	1	\$ 13,00	\$ 13,00	\$ 156,00
Globos con logo del centro naturista x100	1	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
Toma todo termo aluminio para sublimar 500ml	30	3,5	\$ 105,00	\$1.260,00
Esferos para sublimar	30	0,15	\$ 4,50	\$ 54,00
Total			\$ 154,50	\$ 1.854,00

Fuente. En la tabla se registra los gastos de marketing y publicidad del Centro Naturista “Ginseng Pharma” datos recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

5.2.6 Gastos Financieros

Son gastos que señalan los intereses que debe cancelar a la entidad bancaria que haya facilitado el préstamo.

Tabla 53 *Gastos Financieros*

	Capital	\$ 20.000,00
Interés	16,50%	1,36%
Tiempo	36	Tres Años

Fuente. En la tabla se registra los gastos financieros del punto de venta del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

5.2.7 Costos Fijos y Variables

Los costos fijos son los que varían de acuerdo al movimiento de las actividades, mientras que los costos variables se modifican de acuerdo al incremento de las ventas de la empresa.

Tabla 54 *Costos Fijos y Variables*

Cuentas	Costos Fijos	Costos Variables	Costos Totales
Costos de Ventas		\$ 16.987,34	\$ 16.987,34
Gastos de ventas	\$ 6.735	\$ 1.854,00	\$ 8.589,04
Gastos Administrativos	\$ 3.647,72		\$ 3.647,72
Gastos Financieros	\$ 2.875,40		\$ 2.875,40
Total	\$ 13.258,16	\$ 18.841,34	\$ 32.099,50

Fuente: En la tabla se registra los costos fijos y variables del punto de venta del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

5.3 Inversiones

La inversión consiste en la aplicación de recursos financieros a la creación, renovación, ampliación o mejora de la capacidad operativa de la empresa. (Sabaté, 1989, pág. 308)

5.3.1 Inversión Fija

Se refiere a todo tipo de activos cuya vida útil es mayor a unos años y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades. (Hernandez, 2011)

5.3.1.1 Activos Fijos

Para Economía simple.net (2016) “Un activo fijo es un recurso o bien de la empresa que no puede ser fácilmente liquidado (es decir, convertido en dinero)”

Tabla 55 *Activos Fijos*

Activos Fijos	Valor
Muebles y Enseres	\$ 1.647,60
Equipos de computación	\$ 620,00
Equipos de oficina	\$ 72,50
Subtotal de activos fijos	\$ 2.340,10

Fuente En la tabla se registra los activos fijos del punto de venta del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón.

5.3.1.2 Activos Nominales (Diferidos)

Según Economía simple.net (2017) los activos diferidos “Se refiere a los gastos ya pagados pero que todavía no han sido usados.”

Tabla 56 *Activos Nominales*

Activos Nominales	Valor
Permiso de funcionamiento	\$ 55,58
Gastos de Constitución	\$ 330,50
Total	\$ 386,08

Fuente En la tabla se registra los activos nominales del punto de venta del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

5.3.2 Capital de Trabajo

Son recursos necesarios que emplea la organización para realizar sus actividades en un periodo corto de tiempo.

Tabla 57 *Capital de Trabajo*

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Contrato de constitución	1	\$ 330,50	\$ 330,50
Patente	1	\$ 210,00	\$ 210,00
Publicidad Inicial	1	\$ 154,50	\$ 154,50
		Valor	\$ 695,00
		IVA12%	\$ 83,40
		TOTAL	\$ 778,40

Fuente. En la tabla se registra las cuentas correspondientes a capital de trabajo del punto de venta del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

Para determinar el valor de caja se ha tenido en cuenta lo siguientes elementos

Tabla 58 *Caja*

Concepto	Valor. Unit
Arriendo	\$ 80,00
Garantía del Local comercial	\$ 225,00
Servicios Básicos	\$ 145,60
Sueldo del Administrador	\$ 6.735,04
Sueldo del Bioquímico	\$ 100,00
Gasto Publicidad Inauguración	\$ 113,00
TOTAL	\$ 7.398,64

Fuente Se registra las cuentas correspondientes a caja del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

Para indicar el valor de la cuenta bancos, se ha fijado el valor del cálculo en 10% del préstamo bancario, el cual es un monto necesario y parase obtener el valor de mercadería se dividió las ventas anuales para 12.

Tabla 59 *Capital de Trabajo-Activos Corrientes.*

Activos Corrientes	
Caja	\$ 7.398,64
Bancos	\$ 1.500,00
Mercadería	-\$ 810,87
Sub. Total Activos Corrientes	\$ 8.087,77

Fuente. En la tabla se registra los activos corrientes del punto de venta del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

5.4 Fuentes de Financiamiento.

Son herramientas que emplea la organización para obtener sus recursos financieros y se cumpla con las operaciones destinadas, es así que el Centro Naturista va a contar con un capital social, por parte del propietario y de un préstamo bancario.

Tabla 60 *Fuentes de Financiamiento.*

Fuentes de Financiamiento	Valores	Porcentaje
Préstamo Bancario	\$ 15.000,00	1,29
Patrimonio	-\$ 3.385,02	-29%
TOTAL ACTIVOS	\$ 11.614,98	100%

Fuente. En la tabla se registra las fuentes de financiamiento del punto de venta del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

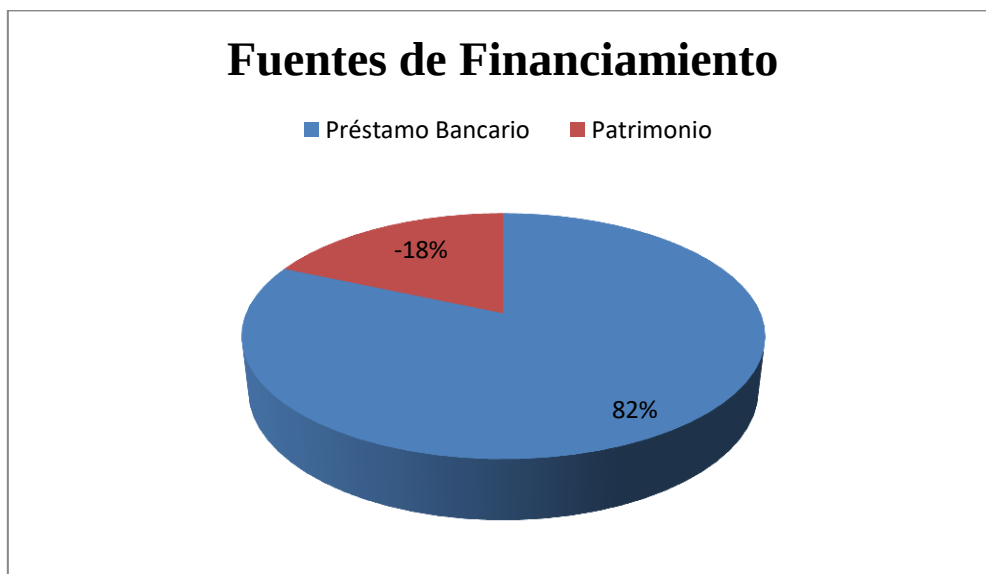


Figura 34 Fuentes de Financiamiento.

Fuente. Investigación propia. Elaborado por Daniela Alarcón.

5.4.1 Amortización de Financiamiento.

La principal fuente de financiamiento es el préstamo bancario en la cooperativa JEP siendo la amortización de dicho préstamo un valor que se debe cancelar en un tiempo determinado, además que la deuda incluye intereses de acuerdo a lo que el préstamo va generando. El proyecto será financiado con un préstamo bancario de \$15.000 a 36 meses con interés de 16,50%.

Tabla 61 *Tabla Amortización Cooperativa JEP*

Período	Deuda inicial	Tasa de interés	Intereses	Amortización	Pago	Capital Pagado
1	\$ 15.000,00	15%	\$ 62,500	\$ 416,67	\$ 479,17	\$ 14.583,33
2	\$ 14.583,33	15%	\$ 60,764	\$ 416,67	\$ 477,43	\$ 14.166,67
3	\$ 14.166,67	15%	\$ 59,028	\$ 416,67	\$ 475,69	\$ 13.750,00
4	\$ 13.750,00	15%	\$ 57,292	\$ 416,67	\$ 473,96	\$ 13.333,33
5	\$ 13.333,33	15%	\$ 55,556	\$ 416,67	\$ 472,22	\$ 12.916,67
6	\$ 12.916,67	15%	\$ 53,819	\$ 416,67	\$ 470,49	\$ 12.500,00
7	\$ 12.500,00	15%	\$ 52,083	\$ 416,67	\$ 468,75	\$ 12.083,33
8	\$ 12.083,33	15%	\$ 50,347	\$ 416,67	\$ 467,01	\$ 11.666,67
9	\$ 11.666,67	15%	\$ 48,611	\$ 416,67	\$ 465,28	\$ 11.250,00
10	\$ 11.250,00	15%	\$ 46,875	\$ 416,67	\$ 463,54	\$ 10.833,33
11	\$ 10.833,33	15%	\$ 45,139	\$ 416,67	\$ 461,81	\$ 10.416,67
12	\$ 10.416,67	15%	\$ 43,403	\$ 416,67	\$ 460,07	\$ 10.000,00
13	\$ 10.000,00	15%	\$ 41,667	\$ 416,67	\$ 458,33	\$ 9.583,33
14	\$ 9.583,33	15%	\$ 39,931	\$ 416,67	\$ 456,60	\$ 9.166,67
15	\$ 9.166,67	15%	\$ 38,194	\$ 416,67	\$ 454,86	\$ 8.750,00
16	\$ 8.750,00	15%	\$ 36,458	\$ 416,67	\$ 453,13	\$ 8.333,33
17	\$ 8.333,33	15%	\$ 34,722	\$ 416,67	\$ 451,39	\$ 7.916,67
18	\$ 7.916,67	15%	\$ 32,986	\$ 416,67	\$ 449,65	\$ 7.500,00
19	\$ 7.500,00	15%	\$ 31,250	\$ 416,67	\$ 447,92	\$ 7.083,33
20	\$ 7.083,33	15%	\$ 29,514	\$ 416,67	\$ 446,18	\$ 6.666,67
21	\$ 6.666,67	15%	\$ 27,778	\$ 416,67	\$ 444,44	\$ 6.250,00
22	\$ 6.250,00	15%	\$ 26,042	\$ 416,67	\$ 442,71	\$ 5.833,33
23	\$ 5.833,33	15%	\$ 24,306	\$ 416,67	\$ 440,97	\$ 5.416,67
24	\$ 5.416,67	15%	\$ 22,569	\$ 416,67	\$ 439,24	\$ 5.000,00
25	\$ 5.000,00	15%	\$ 20,833	\$ 416,67	\$ 437,50	\$ 4.583,33

26	\$ 4.583,33	15%	\$ 19,097	\$ 416,67	\$ 435,76	\$ 4.166,67
27	\$ 4.166,67	15%	\$ 17,361	\$ 416,67	\$ 434,03	\$ 3.750,00
28	\$ 3.750,00	15%	\$ 15,625	\$ 416,67	\$ 432,29	\$ 3.333,33
29	\$ 3.333,33	15%	\$ 13,889	\$ 416,67	\$ 430,56	\$ 2.916,67
30	\$ 2.916,67	15%	\$ 12,153	\$ 416,67	\$ 428,82	\$ 2.500,00
31	\$ 2.500,00	15%	\$ 10,417	\$ 416,67	\$ 427,08	\$ 2.083,33
32	\$ 2.083,33	15%	\$ 8,681	\$ 416,67	\$ 425,35	\$ 1.666,67
33	\$ 1.666,67	15%	\$ 6,944	\$ 416,67	\$ 423,61	\$ 1.250,00
34	\$ 1.250,00	15%	\$ 5,208	\$ 416,67	\$ 421,88	\$ 833,33
35	\$ 833,33	15%	\$ 3,472	\$ 416,67	\$ 420,14	\$ 416,67
36	\$ 416,67	15%	\$ 1,736	\$ 416,67	\$ 418,40	\$ 0,00

Fuente. En la tabla se registra la amortización del crédito del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

Tabla 62 Amortización Gastos de Constitución

Cuenta	G. Constitución	G. Investigación	Total
VALOR	\$ 653,50		\$ 653,50
AÑO	5	5	
%	20%	20%	
1\$	\$ 130,70		\$ 130,70
2\$	\$ 130,70		\$ 130,70
3\$	\$ 130,70		\$ 130,70
4\$	\$ 130,70		\$ 130,70
5\$	\$ 130,70		\$ 130,70
TOTAL			\$ 653,50

Fuente En la tabla se registra la amortización gasto constitución del punto de venta del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

5.5 Depreciaciones

Es la reducción del valor de un activo fijo tangible el cual se desgasta por su uso o por el paso del tiempo.

Tabla 63 Depreciación de Muebles y Enseres

Año	Depreciación	Depre. Acumulada	Valor en Libros
0			\$ 1.845,31
1	\$ 184,53	\$ 184,53	\$ 1.660,78
2	\$ 184,53	\$ 369,06	\$ 1.476,25
3	\$ 184,53	\$ 553,59	\$ 1.291,72
4	\$ 184,53	\$ 738,12	\$ 1.107,19
5	\$ 184,53	\$ 922,66	\$ 922,66
6	\$ 184,53	\$ 1.107,19	\$ 738,12
7	\$ 184,53	\$ 1.291,72	\$ 553,59
8	\$ 184,53	\$ 1.476,25	\$ 369,06
9	\$ 184,53	\$ 1.660,78	\$ 184,53
10	\$ 184,53	\$ 1.845,31	\$ 0,00

Fuente En la tabla se registra la depreciación de muebles y enseres del punto de venta del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

Tabla 64 Depreciación equipos de computación.

Año	Depreciación	Depre. Acumulada	Valor en Libros
0			\$ 694,40
1	\$ 231,47	\$ 231,47	\$ 462,93
2	\$ 231,47	\$ 462,93	\$ 231,47
3	\$ 231,47	\$ 694,40	\$ 0,00

Fuente. En la tabla se registra la depreciación de equipos de computación del punto de venta del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

Tabla 65 Depreciación equipos de oficina

Año	Depreciación	Depre. Acumulada	Valor en Libros
0			\$ 81,20
1	\$ 8,12	\$ 8,12	\$ 73,08
2	\$ 8,12	\$ 16,24	\$ 64,96
3	\$ 8,12	\$ 24,36	\$ 56,84
4	\$ 8,12	\$ 32,48	\$ 48,72
5	\$ 8,12	\$ 40,60	\$ 40,60
6	\$ 8,12	\$ 48,72	\$ 32,48
7	\$ 8,12	\$ 56,84	\$ 24,36
8	\$ 8,12	\$ 64,96	\$ 16,24
9	\$ 8,12	\$ 73,08	\$ 8,12
10	\$ 8,12	\$ 81,20	\$ 0,00

Fuente. En la tabla se registra las depreciación equipos de oficina del punto de venta del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

5.6 Estado de Situación Inicial

Es un balance que describe los activos, pasivos y el capital social de la empresa en un determinado tiempo y es importante porque señala el estado real de la organización.

Tabla 66 Balance de Situación General

Centro Naturista Ginseng Pharma			
Estado de Situación Inicial			
Al 1 de Enero del 2020			
Activos		Pasivos	
Activos Corrientes		Pasivos Corrientes	
Caja	\$ 7.398,64		
Bancos	\$ 1.500,00		
Mercadería	-\$ 810,87		
Sub. Total de activos corrientes.	\$ 8.087,77	Subt. Activos Corrientes	\$ -
Activos Fijos		Pasivos A Largo Plazo	
Tangibles			
Muebles y Enseres	\$ 1.845,31	Obligaciones Bancarias	\$ 15.000,00
Equipos de Computo	\$ 694,40		
Suministros De Oficina	\$ 391,80		
Subt. Total De Activos Fijos	\$ 2.931,51	Subt. Total de Pasivos A Largo Plazo	\$ 15.000,00
Activos Diferidos		Patrimonio	
Permisos De Funcionamiento	\$ 145,70		-\$ 3.385,02
Gastos De Constitución	\$ 450,00		
Subt. Act. Diferidos	\$ 595,70		
Total Activos	\$ 11.614,98	Total Pasivo +Patrimonio	\$ 11.614,98

Fuente .En la tabla se registra el Balance General Inicial Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón.

Tabla 67 Estado de Resultados Proyectado.

AÑOS	2020	2021	2022	2023	2024
VENTAS	\$ 28.233,10	\$ 35.902,00	\$ 40.382,56	\$ 46.396,05	\$ 48.642,78
COSTOS DE VENTAS	\$ 16.987,34	\$ 24.670,43	\$ 30.349,12	\$ 35.234,89	\$ 40.013,67
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 11.245,76	\$ 11.231,57	\$ 10.033,44	\$ 11.161,16	\$ 8.629,11
GASTO DE VENTAS	\$ 8.589,04	\$ 10.016,34	\$ 14.985,34	\$ 16.345,78	\$ 16.980,09
Sueldo Administrador/Dependiente	\$ 6.735,04	\$ 6.910,70	\$ 7.040,21	\$ 7.172,36	\$ 7.300,57
Gastos Marketing PUBLICIDAD	\$ 1.854,00	\$ 3.780,00	\$ 4.002,34	\$ 4.678,22	\$ 5.555,45
UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$ 2.656,72	\$ 1.215,23	-\$ 4.951,90	-\$ 5.184,62	-\$ 8.350,98
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 4.415,12	\$ 5.612,03	\$ 5.654,90	\$ 5.402,12	\$ 5.443,32
Sueldo Bioquímico	\$ 1.200,00	\$ 1.352,40	\$ 1.517,64	\$ 1.624,56	\$ 1.712,04
Dep. Muebles y Enseres	\$ 184,53	\$ 184,53	\$ 184,53	\$ 184,53	\$ 184,53
Dep. Equipos de Oficina	\$ 8,12	\$ 8,12	\$ 8,12	\$ 8,12	\$ 8,12
Dep. Equipos de Computación	\$ 231,47	\$ 231,47	\$ 231,47	\$ 231,47	\$ 231,47
Gasto Amortización	\$ 130,70	\$ 130,70	\$ 130,70	\$ 130,70	\$ 130,70
Servicios Básicos	\$ 787,20	\$ 793,78	\$ 803,89	\$ 820,45	\$ 845,67
Arriendo	\$ 960,00	\$ 1.390,76	\$ 1.420,54	\$ 1.469,13	\$ 1.500,00
Suministros de oficina	\$ 391,80	\$ 540,46	\$ 575,23	\$ 608,23	\$ 629,58
Útiles de Aseo	\$ 375,60	\$ 423,45	\$ 445,67	\$ 469,98	\$ 483,65
Utilidad Operacional	-\$ 2.182,52	-\$ 4.820,92	-\$ 11.030,92	-\$ 11.010,86	-\$ 14.218,42
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.875,40	\$ 830,05	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Utilidad antes de Impuestos	-\$ 5.057,92	-\$ 5.650,97	-\$ 11.030,92	-\$ 11.010,86	-\$ 14.218,42
15% Trabajadores	-\$ 758,69	-\$ 847,65	-\$ 1.654,64	-\$ 1.651,63	-\$ 2.132,76
Utilidad de Impuestos	-\$ 4.299,23	-\$ 4.803,32	-\$ 9.376,28	-\$ 9.359,23	-\$ 12.085,66
25% Impuestos	-\$ 1.074,81	-\$ 1.200,83	-\$ 2.344,07	-\$ 2.339,81	-\$ 3.021,41
Utilidad Final	-\$ 3.224,42	-\$ 3.602,49	-\$ 7.032,21	-\$ 7.019,42	-\$ 9.064,24
10% Reserva Legal	-\$ 322,44	-\$ 360,25	-\$ 703,22	-\$ 701,94	-\$ 906,42

Fuente. En la tabla se registra el estado de resultados Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

5. 8. Flujo de Caja

El flujo de caja o efectivo son las entradas y salida de efectivo , y así verificar los sobrantes o faltantes en la empresa.

Tabla 68 *Flujo de Caja*

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año5
VENTAS TOTALES		\$28.233,10	\$ 35.902,00	\$ 40.382,56	\$ 46.396,05	\$ 48.642,78
COSTO DE VENTAS		\$ 16.987,34	\$ 24.670,43	\$ 30.349,12	\$ 35.234,89	\$ 40.013,67
MARGEN BRUTO EN VENTAS		\$ 11.245,76	\$ 11.231,57	\$ 10.033,44	\$ 11.161,16	\$ 8.629,11
DEPRECIACIONES		\$ 424,12	\$ 424,12	\$ 424,12	\$ 424,12	\$ 424,12
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 4.415,12	\$ 5.612,03	\$ 5.654,90	\$ 5.402,12	\$ 5.443,32
GASTOS DE VENTAS		\$ 8.589,04	\$10.016,34	\$ 14.985,34	\$ 16.345,78	\$ 16.980,09
UTILIDAD OPERACIONAL		-\$ 2.182,52	-\$4.820,92	-\$ 11.030,92	-\$ 11.010,86	-\$ 14.218,42
GASTOS FINANCIEROS		\$ 2.875,40	\$ 830,05	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO		-\$ 5.057,92	-\$5.650,97	-\$ 11.030,92	-\$ 11.010,86	-\$ 14.218,42
IMPUESTO A LA RENTA(25%)		-\$ 1.264,48	-\$1.412,74	-\$ 2.757,73	-\$ 2.752,71	-\$ 3.554,60
UTILIDAD DESPUÉS DEL IMPUESTO		-\$ 3.793,44	-\$4.238,23	-\$ 8.273,19	-\$ 8.258,14	-\$ 10.663,81
VENTA DE ACTIVO FIJO	\$ 4.500,72					
INVERSIONES						
FINANCIAMIENTO	\$ 15.000,00					
AMORTIZACIONES		\$ 130,70	\$ 130,70	\$ 130,70	\$ 130,70	\$ 130,70
DEPRECIACIONES		\$ 424,12	\$ 424,12	\$ 424,12	\$ 424,12	\$ 424,12
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 8.087,77					
FLUJO NETO	\$ 27.588,49	-\$ 3.500,02	-\$ 3.944,81	-\$ 7.979,77	-\$ 7.964,73	-\$ 10.370,40

Fuente En la tabla se registra el flujo de caja del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

5.8.1.1 Tasa Mínima aceptable de rendimiento TMAR

La TMAR se emplea para determinar si el proyecto puede generar ganancias o no.

Tabla 69 TMAR

Descripción	Porcentaje
Tasa de Inflación	1,96%
Tasa de interés pasiva	5,16%
Riesgo País	0,01%
Premio al Riesgo país.	10%
TMAR	17,13

Fuente. En la tabla se registra la tasa mínima de rendimiento Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

5.8.1.2. Valor actual neto (VAN)

Este indicador permite actualizar los cobros y pagos de un proyecto, para conocer cuánto se va a ganar o perder con la inversión.

Tabla 70 VAN

Periodo	Flujo	$FC/(1+i)^n$
1	-\$ 3.500,02	-\$ 2.988,15
2	-\$ 3.944,81	-\$ 2.875,34
3	-\$ 7.979,77	-\$ 4.965,76
4	-\$ 7.964,73	-\$ 4.231,54
5	-\$ 10.370,40	-\$ 4.703,86
Total.		-\$ 19.764,65
VAN	\$ 7.823,83	

Fuente En la tabla se registra el Valor Actual Neto del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

5.8.1.3. Tasa interna de rendimiento

Es la tasa de descuento que hace que el valor actual neto sea igual a cero.

Tabla 71 TIR

Periodo	Flujo	TIR
0	\$ 27.588,49	$FC/(1+i)^n$
1	-\$ 3.500,02	-\$ 3.302,52
2	-\$ 3.944,81	-\$ 3.512,17
3	-\$ 7.979,77	-\$ 6.703,71
4	-\$ 7.964,73	-\$ 6.313,51
5	-\$ 10.370,40	-\$ 7.756,58
TIR	\$ 0,06	
Total		-\$ 27.588,49
VAN	\$ 0,00	

Fuente. En la tabla se registra la Tasa Interna de Rendimiento del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

5.8.1.4. Periodo de recuperación de inversión

Este indicador permite conocer en cuanto tiempo (años, meses y días) se recupera la inversión.

Tabla 72 PRI

PRI	
Períodos	Flujos de Caja
0	\$ 27.588,49
1	-\$ 3.500,02
2	-\$ 3.944,81
3	-\$ 7.979,77
4	-\$ 7.964,73
5	-\$ 10.370,40

Fuente. En la tabla se registra el período de recuperación de la inversión del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

Tabla 73 PRI

Inversión	\$ 27.588,49
Periodo antes de la recuperación	-\$ 7.979,77
Período de recuperación	-\$ 7.964,73
N. de periodo antes de la recuperación	3
PRI	4,00

Fuente .En la tabla se registra el período de recuperación de la inversión del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

Tabla 74 PRI

3 años	3,16
6,72	12*0,56
21,6	30*0,72
PRI	3 años,7 meses y 22 días

Fuente En la tabla se registra el período de recuperación de la inversión del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

5.8.1.5. RBC (Relación Costo Beneficio)

Es una tasa de descuento empleada para reflejar el costo de los fondos, y mostrar la rentabilidad del proyecto.

Tabla 75 Relación Costo Beneficios

RB/C=	-\$ 33.556,68
	\$ 29.644,84
Total	\$ 1,13

Fuente En la tabla se registra la relación beneficio costo de la inversión del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

Por cada \$1 invertido se ganara \$1,13.

5.8.1.6 Punto de Equilibrio

Según Artola (2004) “El punto de equilibrio, sirve para determinar la cantidad mínima a producir y vender, a partir de la cual siempre se obtienen beneficios” (pág. 3)

Para el cálculo del punto de equilibrio emplea los siguientes datos.

Tabla 76 Datos para calcular el punto de equilibrio

Cuentas	Costos Fijos	Costos Variables	Costos Totales
Costos de Ventas		\$ 16.987,34	\$ 16.987,34
Gastos de ventas	\$ 6.735	\$ 1.854,00	\$ 8.589,04
Gastos Administrativos	\$ 3.647,72		\$ 3.647,72
Gastos Financieros	\$ 2.875,40		\$ 2.875,40
Total	\$ 13.258,16	\$ 18.841,34	\$ 32.099,50

Fuente En la tabla se registra los costos fijos y variables del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

Tabla 77 Datos para el cálculo del punto de equilibrio

Ingresos	\$ 32.099,50
Números de Días	\$ 360,00
Precio de Venta Unitario	\$ 89,17
Costo de Venta Unitario	\$ 47,18
Costos Fijos	\$ 13.258,16
Costos Variables	\$ 18.841,34

Fuente En la tabla se registra los datos para el cálculo del punto de equilibrio del Centro Naturista “Ginseng Pharma” cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Daniela Alarcón

El cálculo del punto de equilibrio de cantidad se realizó con la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CF}{P_{vu} - C_{vu}}$$

$$PE = \frac{\$13.258,16}{89,17 - 47,18}$$

$$PE = \frac{\$13.258,16}{\$41,99}$$

$$PE = \$101,5$$

Capítulo VI

6. ANÁLISIS DE IMPACTOS

6.1. Análisis de Impactos

Realizar un análisis ambiental, económico y social ayudará a determinar los distintos escenarios enfrentará el negocio el Centro Naturista en el Barrio de Gualea Centro

6.1.1. Impacto ambiental

El impacto ambiental que tendrá la creación del punto de venta del Centro Naturista “Ginseng Pharma” en la parroquia de Gualea Cruz, el Barrio Gualea Centro será mínimo puesto que el establecimiento cumple con la normativa legal vigente de entregar a los proveedores los productos que estén próximos a caducar y así no contaminar con la basura común además de lograr una buena imagen corporativa hacia el turismo que acoge la parroquia.

La implementación de este centro naturista no afectará al medio ambiente, puesto que cumplirá con el proceso adecuado de clasificación de desechos y así no contaminará a la naturaleza que lo rodea.

6.2. Impacto económico

El impacto económico ayuda a medir los beneficios que tendrá la inversión a través de los distintos indicadores financieros que fueron aplicados para que el proyecto se pueda realizar.

La creación del punto de venta “Ginseng Pharma” tendrá un impacto significativo no solo en los habitantes del Barrio Gualea Centro sino también en los otros barrios y parroquias aledañas puesto que los moradores no tendrán que acudir a la farmacia que se encuentra a 45 minutos; encontraran variedad de productos naturales como suplementos, aguas aromáticas, entre otros, a cómodos precios lo cual generara ganancias al centro naturista con el objetivo de cancelar sus deudas, sueldos y salarios entre otros gastos que más adelante se irán presentando.

6.1.3 Impacto Social

El Impacto Social es considerado como un aspecto positivo que tendrá beneficios en el lugar; el impacto que tendrá el punto de venta del Centro Naturista “Ginseng Pharma” puesto que los habitantes de la Parroquia Gualea Cruz, en el barrio Gualea Centro tendrán acceso a productos naturales cerca de la comodidad de su hogar porque el establecimiento estará situado en la calle principal y más transitada; en base a las encuestas realizadas se determinó que con la creación del centro naturista se podrá cubrir las necesidades identificadas además de una gran acogida por parte de los moradores ya que el establecimiento contara con personal profesional capacitado y calificado para responder con las inquietudes de los habitantes.

6.1.4 Impacto Productivo

Es la producción de un bien o servicio para satisfacer las necesidades de una determinada población, el Centro Naturista Ginseng Pharma brindara un servicio de calidad a todos los habitantes del barrio Gualea Centro ya que cuenta con el adecuado abastecimiento por parte de proveedores que fueron previamente evaluados y cumplieron con los estándares solicitados así mismo el punto de venta cuenta con personal calificado y capacitado en servicio al cliente y en el manejo de productos naturales y así satisfacer las necesidades de la comunidad.

Capítulo VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones.

-Con el presente proyecto de estudio de factibilidad para la creación de un punto de venta de un Centro Naturista en la parroquia de Gualea Cruz período 2019-2020 se puede concluir lo siguiente:

-En base a la investigación realizada se pudo determinar que la implementación de un punto de venta de un Centro Naturista en el Barrio Gualea Centro no es factible puesto que no se recupera la inversión en el tiempo establecido ya que la empresa inicia con saldos negativos.

-En base a las encuestas realizadas se pudo conocer el nivel educativo y socioeconómico que mantienen los habitantes así como también las necesidades que el centro naturista va a cubrir.

- Ginseng Pharma cuenta con varias ventajas pero la más notable es la inexistencia de farmacias u otros centros naturistas alrededor de la parroquia además que el punto de venta está ubicado en una zona transitada y turística lo cual ayudará a que el establecimiento sea conocido y pueda crecer.

-A partir del estudio financiero se pudo determinar que el punto de venta del Centro Naturista no obtiene una utilidad y rentabilidad en el tiempo establecido puesto

que en el estado resultados se evidencia saldos negativos durante los cinco años de vida útil del proyecto.

7.2. Recomendaciones

Para la creación de un proyecto se debe tomar en cuenta lo siguiente:

-Realizar una minuciosa investigación de mercado y verificar si es factible invertir en el proyecto además de determinar las ganancias y el tiempo de recuperación que tendrá ese proyecto.

-Ser innovador y evitar la pérdida de clientes es por ello importante contar con un personal calificado que ofrezca un servicio de atención personalizada, para poder fidelizar clientes es vital emplear estrategias de marketing y así mantener a los clientes dentro del establecimiento.

-Conocer la normativa legal vigente y los procesos y procedimientos que mantiene un Centro Naturista es de vital importancia ya que a partir de ello se mantendrá el correcto funcionamiento del establecimiento.

-El establecimiento deberá contar con un listado de productos necesarios evitando el sobre stock, sin embargo es importante contar con un stock de seguridad ya que con frecuencia las vías de acceso colapsan y los proveedores no podrán acceder y así el Centro Naturista seguirá con sus funciones sin perder clientes.

REFERENCIAS Bibliográficas

Artola, D. P. (2004). XXVII CONGRESO ARGENTINO DE PROFESORES-. *Análisis de Costo-Volumen-Utilidad bajo*, (págs. 3-5). Tandil.

Batista, D. G. (s.f.). *eumed.net*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010f/852/TECNICAS%20DE%20RECOLECCION%20DE%20INFORMACION.htm>

Campos, E. B. (1996). *Curso básico de economía de la empresa: Un enfoque de organización*. Ediciones Pirámide.

Crece Negocios. (13 de 11 de 2013). Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/el-analisis-del-consumidor/>

Cuida tu Dinero. (20 de Junio de 2018). Obtenido de <https://www.cuidatudinero.com/13122539/gastos-de-venta-vs-gastos-administrativos>

Economía simple.net. (4 de Agosto de 2016). Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/activo-fijo>

Economía simple.net. (25 de Septiembre de 2017). Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/activo-diferido>

Ecuador, R. d.-d. (1987). *Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador - SIISE*. Quito: CONADE y Corporación Editora Nacional.

Enciclopedia Financiera. (04 de Julio de 2018). Obtenido de <https://www.enciclopediainanciera.com/definicion-gastos-de-administracion.html>

- Explorable*. (10 de Octubre de 2009). Obtenido de Muestreo probabilístico y aleatorización: <https://explorable.com/es/muestreo-probabilistico>
- GestioPolis. (16 de Marzo de 2001). *GestioPolis.com Experto*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-gestion-comercial/>
- Glejberman, D. (2012). *Centro Internacional de Formación, Conceptos y definiciones:Desempleo y Personas fuera de la fuerza de trabajo*. Turín: Departamento de Estadística de la OIT. Obtenido de <http://recap.itcilo.org/es/documentos/files-imt2/es/dg6>
- Gutiérrez, A. O. (2006). Sobre la infación.PERSPECTIVAS vol. 9, núm. 3. En *Universidad Católica Boliviana San Pablo* (pág. 81). Cochabamba, Bolivia: Ed. Mc Graw Hill <https://www.redalyc.org/revista.oa?id=4259&numero=42413>.
- Hernandez, I. B. (Diciembre de 2011). *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo-Huejutla*. Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/huejutla/administracion/evaluacion%20de%20proyecto%20de%20inversion/clasificacion_de_las_inversiones.pdf
- INEC. (2018). *Encuesta Nacional de Empleo,Desempleo y Subempleo*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Junio-2018/062018_Mercado%20Laboral.pdf
- Iza, I. S. (2018). Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia en la parroquia Yaruqui barrio de Oyambarillo.
- Laura Fisher&Jorge Espejo. (2017). En *Mercadotecnia* (pág. 240). Mc Graw Hill, Tercera Edición.

López, E. A. (2011). POLITICA FISCAL Y ESTRATEGIA COMO FACTOR DE DESARROLLO DE LA MEDIANA EMPRESA COMERCIAL SINALOENSE. UN ESTUDIO DE CASO. Sinaloa-México.

(01 d febrero del 2015). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL CUANTITATIVA. En R. &. Pedro López, *Universidad Autónoma de Barcelona* (pág. 14). Barcelona-España:
https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf.

Michael Porter. (06 de 10 de (2014)). *buenosnegocios*. Obtenido de
<https://www.buenosnegocios.com/notas/negociacion/el-poder-negociacion-los-proveedores-n683>

Molina, G. A. (2014). Creación de una tienda comercializadora de especias y productos naturales en la parroquia de Cotocollao.

Moya, A. M. (2012). Fundamentos de Economía. México: UNAM.

Navarro, J. E. (2014). Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro Naturista en la Parroquia San Jose de Minas. Quito.

Pazmiño, S. C. (2007-2013). Aplicación de los intereses pasivos y activos en el sistema bancario ecuatoriano y sus efectos macroeconomicos. Plan Editorial.

Porter, M. (Las 5 Fuerzas de Porter – Clave para el Éxito de la Empresa. de junio de 2008). Obtenido de <https://www.5fuerzasdeporter.com/>

Sabaté, F. T. (1989). Fundamentos de economía de la empresa. Barcelona.

Sáez Vacas. F, G. P. (1997). INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN LAS EMPRESAS. En *Cápitulo 2 Teoría General del Entorno* (pág. 3).
<http://dit.upm.es/~fsaez/intl/capitulos/2%20-Teor%EDa%20general%20del%20entorno.pdf>.

Serna, G. L. (2011). Economía 1. Caldas - Colombia: Espacio Gráfico Comunicaciones S.A.

Tamayo. (17 de Agosto de 2012). *Metodología de Investigación, pautas para hacer Tesis*. Obtenido de <http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/que-es-la-poblacion.html>

ANEXOS

Anexo A. Informe de Culminación de las Tutorías Periodo 19-20.

Quito 16 de abr. de 20

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA INFORME DE CULMINACIÓN DE LAS TUTORIAS PERIODO 19-20

Por medio de la presente Certifico que la estudiante: **ALARCON ROSERO DANIELA BELEN** portadora del número de cedula: **1725143349** ha culminado el Proceso de Tutoría de su trabajo de Grado intitulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PUNTO DE VENTA DE UN CENTRO NATURISTA EN LA PARROQUIA DE GUALEA CRUZ DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO PERÍODO 2019-2020.”** bajo la modalidad de **PROYECTOS DE INVERSION**, y ha obtenido un porcentaje de similitud del **7% (URKUND)**

Por lo que puede empezar el proceso de lectoría.

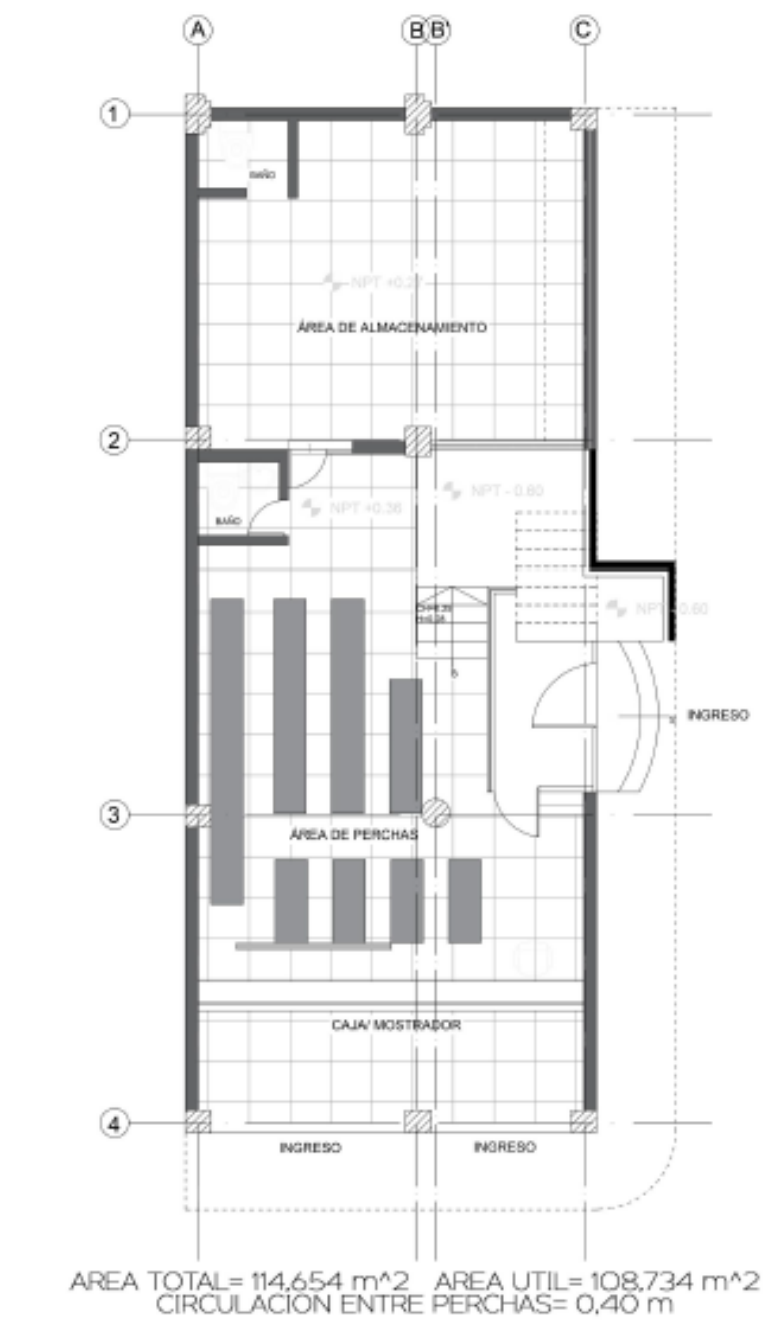
Atte.

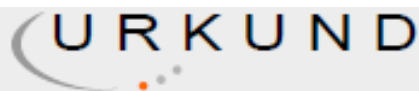
ECON. LUIS SARAUZ

TUTOR

ADMINISTRACIÓN BOTICAS Y FARMACIAS

Anexo B Plano Arquitectónico del punto de Venta del Centro Naturista “Ginseng Pharma”.





Urkund Analysis Result

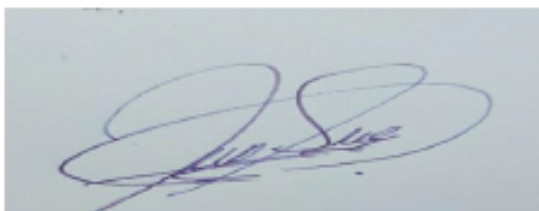
Analysed Document: TESIS_ALARCON.D_FINAL.pdf
(D67896094) Submitted: 4/10/2020 12:10:00 AM
Submitted By: daniela.alarcon98@hotmail.com
Significance: 7 %

Sources included in the report:

TESIS_CRISTINA_ENRIQUEZ.pdf (D43449931)
Orellana.Viviana.AdministraciónBoticasy Farmacias.pdf (D30323524)
Franklin Quinchiguango.pdf (D30368824)
Quinatoa Myriam .Farmacias.pdf (D30273977)
TESIS ISRAEL.pdf (D37087618)
TESIS NM. CORREGIDA .pdf (D51214428)
<https://www.economiasimple.net/glosario/activo-fijo> <http://recap.itcilo.org/es/documentos/files-imt2/es/dg6>
https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/huejutla/administracion/evaluacion%20de%20proyecto%20de%20inversion/clasificacion_de_las_inversiones.pdf
<https://www.buenosnegocios.com/notas/negociacion/el-poder-negociacion-los-proveedores-n683>
<https://www.5fuerzasdeporter.com/>
<https://docplayer.es/83183998-Carrera-de-administracion-de-boticas-y-farmacias-estudio-de-factibilidad-para-la-creacion-de-una-farmacia.html>
<https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/71/1/T-UIDE-60.pdf>

Instances where selected sources appear:

61



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA									
BIMACORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACIÓN									
NOMBRE TUTOR:	SAGAZ GUADALUPE LUIS ALBERTO								
NOMBRE ESTUDIANTE:	ALARCÓN OSORIO DANIELA BELEN								
CARRERA:	ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS								
TEMA DE TITULACIÓN:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PUNTO DE VENTA DE UN CENTRO NATURISTA EN LA PARROQUIA DE GUALEA CRUZ DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO PERÍODO 2019-2020								
IMPRESIÓN REPORTE:	Quito, 17 de julio del 2020 11:22:09								
TIPO REPORTE:	ACUMULATIVO								
ESTADO FINAL OBSERVACIÓN:	PROYECTO ACTIVO/NO GRADUADO/								
MODALIDAD:	INCUBADORA EMPRESARIAL								
NO. CODIGO	FECHA TUTORIA	TIPO ASESORIA	HORA INICIO	TEMA TRATADO	PERIODO:		OBSERVACIÓN	OCT 2019_MAR 2020	
					HORA FIN	HORAS		ESTADO SC	
1	205208	2019-10-29	INSITU	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-10-29 13:00:00	1.00	PRESENTACIÓN PROYECTO INTRODUCCIÓN, JUSTIFICACIÓN OBJETIVOS	PROCESADO	
2	213433	2019-11-05	AUTONOMA	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-11-05 21:00:00	7.00	PRESENTACIÓN CON EL TUTOR Y ASESORIA ACERCA DE NORMAS APA, ADemás DE INVESTIGAR CUAL ES LA ESTRUCTURA DE LA JUSTIFICACIÓN DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, REVISIÓN DE OTROS TRABAJOS DE TITULACIÓN E IDENTIFICAR EL PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN, CUALES SERÁN LOS BENEFICIARIOS DEL PROYECTO Y DAR UNA PEQUEÑA RESERVA DE DE LA SITUACIÓN ACTUAL A NIVEL DEL ECUADOR, Y DEL LUGAR EN EL QUE SE PRETENDE CREAR EL ESTABLECIMIENTO.	PROCESADO	
3	205209	2019-11-05	INSITU	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-11-05 13:00:00	1.00	PRESENTA INFORMACIÓN CORRECTA CONOCER LA ESTRUCTURA DE LOS ANTECEDENTES ADemás DE INVESTIGAR DE OTROS TRABAJOS DE TITULACIÓN QUE TENGAN RELACIÓN CON EL PROYECTO A DESARROLLAR Y QUE APORTEN CON ASPECTOS IMPORTANTES Y PODER RELACIONARLOS CON LA INVESTIGACIÓN. CORRECCIÓN DE JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO, PARÁMETROS QUE DEBE CONTENER CADA ASPECTO MENCIONADO Y RECOPLACIÓN DE DISTINTAS FUENTES BIBLIOGRÁFICAS COMO ESTUDIOS YA REALIZADOS EN LA PARROQUIA, IDENTIFICAR LOS BENEFICIARIOS Y EL IMPACTO QUE TENDRÁ EL PROYECTO A IMPLEMENTARSE CORRECCIONES EN LA REDACCIÓN DEL DOCUMENTO	PROCESADO	
4	213434	2019-11-13	AUTONOMA	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-11-13 22:00:00	8.00		PROCESADO	
5	205210	2019-11-12	INSITU	ANÁLISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-11-12 13:00:00	1.00		PROCESADO	
6	213439	2019-11-18	AUTONOMA	ANÁLISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-11-18 23:30:00	9.00		PROCESADO	
7	205211	2019-11-19	INSITU	ANÁLISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-11-19 13:00:00	1.00	INVESTIGAR QUE ASPECTOS CONFORMAN EL AMBIENTE EXTERNO DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN Y COMO ESTOS VAN A INFLUIR EN LA INVESTIGACIÓN COMO EL PIB EN SALUD, TASA DE INFLACIÓN, TASA DE INTERÉS, TASA ACTIVA, POR OTRO LADO EL FACTOR SOCIAL QUE SE DEFINE COMO UN GRUPO DE PERSONAS AL CUAL VA DIRIGIDO EL PROYECTO E INTERVIENEN FACTORES COMO TASA POBLACION, EL DESARROLLO Y LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA, LOS MISMOS QUE DEBEN SER ANALIZADOS ASÍ TAMBIÉN SE ENCUENTRA EL FACTOR LEGAL, ES DECIR, LAS LEYES NO	PROCESADO	
8	216684	2019-11-23	AUTONOMA	ANÁLISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-11-23 20:00:00	6.00	REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA CORRECCIONES Y APLICACIÓN DE CITAS	PROCESADO	
9	213522	2019-10-22	INSITU	ANÁLISIS SITUACIONAL / ANÁLISIS INTERNO	2019-10-22 13:00:00	1.00	PRESENTA INFORMACIÓN INCORRECTA	PROCESADO	
10	216687	2019-10-26	AUTONOMA	ANÁLISIS SITUACIONAL / ANÁLISIS INTERNO	2019-10-26 18:00:00	3.00	REVISIÓN LITERARIA	PROCESADO	
11	205213	2019-11-26	INSITU	ANÁLISIS SITUACIONAL / ANÁLISIS FODA	2019-11-26 13:00:00	1.00	PRESENTA INFORMACIÓN CORRECTA	PROCESADO	

12	213442	2019-12-21	AUTONOMA	2019-12-21 10:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-12-21 21:00:00	11.00	REALIZAR EL FODA DEL CENTRO NATURISTA ES IMPORTANTE PUESTO QUE AL IDENTIFICAR LOS DISTINTOS ASPECTOS QUE CONLLEVA ESTA MATRIZ SE PODRÁ EJECUTAR ESTRATEGIAS QUE PERMITAN CAMBIAR O MEJORAR LAS IDEAS PROPUESTAS PARA QUE EL ESTABLECIMIENTO CUBRA LAS NECESIDADES DE LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA EN LA QUE SE VA EJECUTAR EL PROYECTO, EN BASE ESOS RESULTADOS SE PROCEDE A REALIZAR UNA PONDERACION DE LA MATRIZ MEFI DONDE SE DETALLA LAS FORTALEZAS Y DEBILIDADES CON UNA PONDERACION Y EN LA MATRIZ MEFI LAS	PROCESADO
13	205214	2019-11-27	INSITU	2019-11-27 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-11-27 13:00:00	1.00	DETERMINACION DE LA POBLACION	PROCESADO
14	213443	2019-12-28	AUTONOMA	2019-12-28 09:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-12-28 20:00:00	11.00	EL CAPITULO III DE LA INVESTIGACION CONSTA DEL ANALISIS DEL CONSUMIDOR EN EL CUAL SE DEFINE LA POBLACION Y MUESTRA A LA CUAL SE VA APLICAR UNA ENCUESTA CON DISTINTAS PREGUNTAS QUE PERMITA RECOLECTAR INFORMACION REAL, POR ENDE DE LA POBLACION TOTAL DE LA PARROQUIA SE DEBE CONOCER A LA POBLACION EXACTA LA CUAL SE VA BENEFICIAR DEL PROYECTO PARA ELLO SE DEBE CONOCER EL NUMERO DE FAMILIAS Y CUANTOS MIEMBROS HAY POR CADA UNA Y ASI PODER APLICAR LA ENCUESTA CORRESPONDIENTE Y SE PROCEDERA A TABULAR PAR	PROCESADO
15	205215	2019-12-20	INSITU	2019-12-20 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-12-20 13:00:00	1.00	EN REVISION	PROCESADO
16	216688	2020-01-20	AUTONOMA	2020-01-20 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2020-01-20 21:00:00	9.00	REVISION Y REDACCION TABO FORMATO APA	PROCESADO
17	205216	2019-12-10	INSITU	2019-12-10 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-12-10 13:00:00	1.00	EN REVISION	PROCESADO
18	216689	2019-12-28	AUTONOMA	2019-12-28 13:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-12-28 18:00:00	5.00	REVISION BIBLIOGRAFICA	PROCESADO
19	205217	2019-12-17	INSITU	2019-12-17 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-12-17 13:00:00	1.00	EN REVISION	PROCESADO
20	213446	2019-01-12	AUTONOMA	2019-01-12 10:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-01-12 20:00:00	10.00	CORRECCION DE LOS ANTERIORES TEMAS E INVESTIGACION PARA EL CALCULO DE LA DEMANDA YA QUE ES NECESARIO CONOCER LOS VALORES DE LA OFERTA ASI TAMBIEN LOS VALORES COMO TASA DE INFLACION Y LA TASA DE CRECIMIENTO POBLACION, ASI MISMO DE DEBE CALCULAR LA DEMANDA ACTUAL EN LA CUAL SE NECESITA CONOCER LA POBLACION DEL BARRIO EN QUE SE VA CREAR EL ESTABLECIMIENTO PARA ELLO SE ACUDIO AL SITIO A DIALOGAR CON EL GAD DEL BARRIO GUALA CENTRO PUESTO QUE SE NECESITABA CONOCER EL NUMERO DE FAMILIAS EXACTAS, ADEM	PROCESADO
21	213447	2020-01-18	AUTONOMA	2020-01-18 09:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2020-01-18 20:00:00	11.00	CORRECCION DE ANTERIORES CAPITULOS Y BUSQUEDA DE REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS PARA REALIZAR EL CALCULO DEL BALANCE OFERTA-DEMANDA SE DEBE TOMAR LOS VALORES DE OFERTA ACTUAL MENOS LA DEMANDA ACTUAL LO CUAL DA COMO RESULTADO LA DEMANDA INSATISFECHA Y DE ESE VALOR CALCULAR EL 55% DICHO RESULTADO ES LA DEMANDA DE NECESIDAD QUE VA CUBRIR LA CREACION DEL CENTRO NATURISTA	PROCESADO
22	213523	2019-12-19	INSITU	2019-12-19 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-12-19 13:00:00	1.00	SE RECOMIENDA ACTUALIZAR DATOS DE INDICADORES	PROCESADO

23	213448	2020-01-25	AUTONOMA	2020-01-25 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2020-01-25 21:00:00	11.00	EL CAPITULO IV ABARCA ASPECTOS COMO EL TAMAÑO DEL PROYECTO, ES DECIR LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DE BIENES O SERVICIOS QUE TENDRÁ EL ESTABLECIMIENTO HACIA LOS HABITANTES DEL SECTOR, POR ENDE SE DIVIDE EN CAPACIDAD INSTALADA LA CUAL DEFINE LAS ÁREAS CON LAS QUE VA CONTAR EL ESTABLECIMIENTO PARA ELLO SE OBTIENE INFORMACIÓN DEL MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS PARA ESTABLECIMIENTOS FARMACÉUTICOS, ASÍ MISMO LA CAPACIDAD ÓPTIMA LO CUAL CONSIDERARÁ LOS ACTIVOS FIJOS, SUELDOS Y SALARIOS ENTRE OTROS. TAMBIÉN SE	PROCESADO
24	213524	2020-01-07	INSITU	2020-01-07 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2020-01-07 14:00:00	2.00	REVISIÓN GENERAL CAPITULOS Y AVANCES	PROCESADO
25	213525	2020-01-14	INSITU	2020-01-14 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACIÓN	2020-01-14 14:00:00	2.00	SE RECOMIENDA UTILIZAR UNA MATRIZ PARA LA UBICACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO	PROCESADO
26	216690	2020-02-23	AUTONOMA	2020-02-23 15:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACIÓN	2020-02-23 16:00:00	1.00	ESTE ÍTEM ES MUY IMPORTANTE PUESTO QUE LA LOCALIZACIÓN ES EL LUGAR DE LA POSIBLE UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO, ASÍ MISMO SE DIVIDE EN MACRO LOCALIZACIÓN, ES DECIR, SE DEFINE EL PAÍS, PROVINCIA, CANTÓN, PARROQUIA Y BARRIO DE LA CREACIÓN DEL CENTRO NATURISTA, POR OTRO LADO ESTÁ LA MICRO LOCALIZACIÓN DONDE ADemás DE DEFINE EL BARRIO SE DEFINE LAS CALLES EXACTAS DE DONDE SE ENCONTRARÍA EL CENTRO NATURISTA Y POR ÚLTIMO LA LOCALIZACIÓN ÓPTIMA	PROCESADO
27	213449	2020-02-08	AUTONOMA	2020-02-08 12:30:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2020-02-08 22:30:00	10.00	REALIZAR CORRECCIONES POR PARTE DEL TUTOR Y DETALLAR QUE LA INGENIERIA DEL PRODUCTO HACE REFERENCIA A TODOS LOS CALCULOS DE MATERIALES O INSUMOS A EMPLEAR PARA DESARROLLAR EL ÁREA DE COMERCIAL, ES ASÍ QUE SE HAY QUE DEFINIR EL BIEN O SERVICIO, DONDE SE DETALLA QUE VA OFRECER EL ESTABLECIMIENTO ADemás DEL CUMPLIMIENTO DE LEYES, NORMAS Y ARTICULOS QUE DEFINE EL MSP Y LA ARCSA Y ASÍ DESARROLLAR CON EFICACIA LAS DISTINTAS FUNCIONES POR OTRO LADO ES NECESARIO CONOCER LA DISTRIBUCIÓN QUE VA TENER EL	PROCESADO
28	213526	2020-01-21	INSITU	2020-01-21 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2020-01-21 14:00:00	2.00	REVISAR LOS PROCESOS PARA LA ADQUISICIÓN DE RECURSOS	PROCESADO
29	213527	2020-01-21	INSITU	2020-01-21 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2020-01-21 14:00:00	2.00	REVISAR LOS PROCESOS PARA LA ADQUISICIÓN DE RECURSOS	PROCESADO
30	213528	2020-01-24	INSITU	2020-01-24 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2020-01-24 14:00:00	2.00	REVISAR NORMAS APA	PROCESADO
31	216691	2020-02-16	AUTONOMA	2020-02-16 10:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2020-02-16 21:00:00	11.00	REVISIÓN Y LECTURA DOCUMENTOS PARA LA TESIS	PROCESADO
32	213451	2020-02-22	AUTONOMA	2020-02-22 12:30:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2020-02-22 23:30:00	11.00	REALIZAR CORRECCIONES DE ANTERIORES CAPITULOS Y COLOCAR NORMAS APA COMO CITAS BIBLIOGRÁFICAS TABLAS Y FIGURAS ADemás DE INVESTIGAR ACERCA DE LAS INVERSIONES Y COMO SE VA A EMPLEAR DURANTE EL PROYECTO ES DE SUMA IMPORTANCIA PUESTO QUE SE DIVIDE EN INVERSIONES FIJAS Y ACTIVOS FIJOS DONDE SE DETALLA EL RESULTADO TOTAL DE LOS COSTOS DE SUMINISTROS DE OFICINA, MUEBLES Y ENSERES Y EQUIPOS DE COMPUTO OBTENIENDO EL SUB TOTAL DE ACTIVOS FIJOS, ASÍ MISMO LOS ACTIVOS NOMINALES QUE SEÑALA EL PRAMISO DE FI	PROCESADO
33	213529	2020-01-28	INSITU	2020-01-28 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2020-01-28 14:00:00	2.00	PRESENTA INFORMACIÓN CORRECTA	PROCESADO

34	213452	2020-03-07	AUTONOMIA	2020-03-07 09:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2020-03-07 20:00:00	11.00	REALIZAR CORRECCIONES Y APLICACION DE NORMAS APA. ADEMÁS DE INVESTIGAR COMO SE EFECTÚA EL CALCULO DE LA EVALUACION FINANCIERA EN LA QUE SE DETALLA ALGUNOS INDICADORES FINANCIEROS COMO EL CALCULO DE FLUJO DE CAJA EN EL CUAL SE TOMA VALORES COMO DEPRECIACIONES, AMORTIZACION, GASTO FINANCIERO, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS FIJOS LOS CUALES FUERON PREVIAMENTE CALCULADOS Y EN BASE A ELLO REALIZAR UNA PROTECCION PARA CINCO AÑOS, POR CONSIGUIENTE ESTA LA TASA MINIMA DE RENDIMIENTO LA CUAL SE EMPLEA PARA D	PROCESADO
35	216692	2020-03-05	INSITU	2020-03-05 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2020-03-05 13:00:00	1.00	REVISIÓN REDACCIÓN	PROCESADO
36	213531	2020-02-11	INSITU	2020-02-11 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2020-02-11 13:00:00	1.00	PRESENTA CORRECCIONES SUGERIDAS	PROCESADO
37	216693	2020-03-06	AUTONOMIA	2020-03-06 13:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2020-03-06 19:00:00	6.00	REVISIÓN DE DOCUMENTO PARA LA TESIS	PROCESADO
38	213454	2020-03-14	AUTONOMIA	2020-03-14 14:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2020-03-14 22:00:00	8.00	CONOCER EL IMPACTO ECONOMICO AYUDA A MEDIR EL ALCANCE QUE TENDRA LA INVERSION EN LA CREACION DEL ESTABLECIMIENTO, POR MEDIO DE LOS INDICADORES FINANCIEROS QUE FUERON YA ANALIZADOS. EL CENTRO NATURISTA TENDRA UN IMPACTO ECONOMICO FAVORABLE YA QUE EL ESTABLECIMIENTO TENDRA AFILIENCIA DE HABITANTES PUESTO QUE SERA EL UNICO EN EL BARRIO Y ASI ESTO AYUDARA A CUBRIR LAS DEUDAS Y PRESTAMO DEL CENTRO NATURISTA	PROCESADO
39	213532	2020-02-17	INSITU	2020-02-17 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2020-02-17 13:00:00	1.00	SE SUGIERE CREAR MATRICES PARA EVALUAR IMPACTOS	PROCESADO
40	213533	2020-02-26	INSITU	2020-02-26 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2020-02-26 13:00:00	1.00	PRESENTA CORRECCIONES	PROCESADO
41	216694	2020-03-18	AUTONOMIA	2020-03-18 13:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2020-03-18 20:00:00	7.00	CORRECCIONES GENERALES	PROCESADO
42	213456	2020-03-19	AUTONOMIA	2020-03-19 08:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	2020-03-19 16:00:00	8.00	EL IMPACTO SOCIAL DEBE SER POSITIVO ADEMAS DE LOS BENEFICIOS QUE GENERARA LA CREACION DEL PROYECTO, ES DECIR, LA CREACION DEL CENTRO NATURISTA CONTRA CON UNA VARIEDAD DE PRODUCTOS NATURALES A PRECIOS ACCESIBLES Y A LA COMODIDAD DE SU HOGAR, ASI LOS HABITANTES NO TENDRAN QUE MOVEZARSE A LA PARROQUIA MAS CERCANA PARA ADQUIRIR LOS PRODUCTOS PARA EL CUIDADO DE SU SALUD.	PROCESADO
43	216695	2020-03-21	AUTONOMIA	2020-03-21 10:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	2020-03-21 20:00:00	10.00	REVISIÓN GENERAL	PROCESADO
44	213463	2020-03-19	AUTONOMIA	2020-03-19 07:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2020-03-19 18:00:00	11.00	DESPUES DE REALIZAR EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD SE PROCEDE A DETALLAR LAS CONCLUSIONES FINALES DEL PROYECTO PUES QUE EN BASE A ELLO SE DABA A CONOCER UN INFORME FINAL DE CADA ASPECTO, ES ASI DURANTE LA INVESTIGACION SE PUDO CONOCER EL NIVEL EDUCATIVO Y SOCIO ECONOMICO QUE MANTIENEN LOS HABITANTES Y TAMBIEN LAS NECESIDADES QUE EL CENTRO NATURISTA VA A CUBRIR, POR OTRO LADO LA INFRAESTRUCTURA QUE EL ESTABLECIMIENTO VA A TENER PARA PODER CUMPLIR CON LAS NECESIDADES DE LA COMUNIDAD, ASI TAMBIEN SE	PROCESADO
45	213534	2020-03-03	INSITU	2020-03-03 12:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2020-03-03 13:00:00	1.00	REVISIÓN NORMAS APA	PROCESADO

46	213460	2020-03-19	AUTONOMIA	2020-03-19 09:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2020-03-19 20:00:00	11.00	AL FINALIZAR EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ES IMPORTANTE RECALCAR LAS RECOMENDACIONES QUE DEJO LA INVESTIGACION YA QUE LAS MISMAS AYUDARAN A REALIZAR UNA MONICOGIA INVESTIGACION DE MERCADO Y VERIFICAR SI ES FACTIBLE INVERTIR EN EL PROYECTO ADEMAS DE DETERMINAR LAS GANANCIAS Y EL TIEMPO DE RECUPERACION QUE TENDRA ESE PROYECTO, ADEMAS DE LOS POSIBLES ESCENARIOS QUE TENDRIA LA CREACION DEL CENTRO NATURISTA	PROCESADO
47	213515	2020-03-10	INSITU	2020-03-10 12:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2020-03-10 13:00:00	1.00	REVISIÓN FINAL	PROCESADO
48	216696	2020-03-28	AUTONOMIA	2020-03-28 14:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2020-03-28 18:00:00	4.00	REVISIÓN FINAL	PROCESADO
49	216693	2020-04-02	INSITU	2020-04-02 11:00:00	INFORME FINAL DE TUTOR / INFORME FINAL	2020-04-02 12:00:00	1.00	PROYECTO CONCLUIDO LISTO PARA LECTORIA	PROCESADO
TOTAL HORAS								340	
									
SARA LUZ GUADALUPE LUIS ALBERTO		ALARCON ROSERO DANIELA BELEN		MONTES VACA ESTELA AMALIA					
TUTOR		ALUMNO		DELEGADO					
CE 17582660		CE 17514360		CE 06024516					
								FECHA: 17-07-19	