



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS PARA EL CUIDADO DE LA SALUD,
ZONA 1 CANTÓN QUININDE-PROVINCIA DE ESMERALDAS 2015.

Proyecto de inversión previo a la obtención del título de Tecnólogo en
Administración de Boticas y Farmacias

Autora: Zamora Duchimaza Lilian Marcela

Tutora: Eco. Ximena Maldonado

Quito, abril 2015

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, se han citado las fuentes correspondientes y se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autores actuales. Las conclusiones y recomendaciones son ideas propias de mi absoluta responsabilidad.

Lilian Marcela Zamora Duchimaza

C.I: 0804148260

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Lilian Marcela Zamora Duchimaza alumna de la Escuela de Salud, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

Lilian Marcela Zamora Duchimaza

C.I: 0804148260

AGRADECIMIENTO

A nuestro dios quien da la oportunidad de continuar con nuestra formación académica y el desarrollo del mismo.

A todo el personal docente, quienes han compartido sus conocimientos y experiencia con gran profesionalismo para darnos una formación integral. En especial a la Eco. Ximena Maldonado, Eco. Lenin Paredes, maestra(o) y amiga(o) que con mucha entrega nos ha guiado en el desarrollo del presente proyecto de titulación.

A nuestros familiares, que son nuestra motivación permanente para buscar días mejores.

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado a Yinmy H. Pardo Ortiz, por su apoyo incondicional en
la formación de mi vida profesional.

A mis maestros por el conocimiento integro

ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARATORIA	I
CESIÓN DE DERECHOS	II
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA.....	IV
Resumen Ejecutivo.....	XVI
Abstract	XVII
CAPÍTULO I.....	1
1.1 JUSTIFICACIÓN.....	1
1.2 ANTECEDENTES	2
CAPITULO II.....	4
1.3 AMBIENTE EXTERNO	4
1.3.1 Factor económico	4
1.3.2 Inflación.....	4
1.3.3 Tasa de interés activa.....	7
1.3.4 Tasa de interés pasiva	9
1.3.5 Desempleo.....	10
1.3.6 Población económicamente activa (PEA)	12
1.3.7 Matriz productiva	13
1.3.8 Factor social	13
1.3.9 Factor legal.....	14
1.3.10 Ley orgánica de salud	17
1.3.11 Factor tecnológico	17

1.4	ENTORNO LOCAL.....	19
1.5	ANÁLISIS DE LAS FUERZAS DE PORTER.....	19
1.5.1	Amenazas de nuevos competidores	19
1.5.2	Poder de negociación de los proveedores	20
1.5.3	Poder de negociación de los clientes	21
1.5.4	Amenaza de productos sustitutos	21
1.5.5	Rivalidad entre competidores.....	22
1.6	ANÁLISIS INTERNO.....	24
1.6.1	Propuesta o estrategia	24
1.6.2	Base de la Filosofía Institucional Empresarial	26
1.6.3	Misión.....	26
1.6.4	Visión	26
1.6.5	Valores.....	27
1.6.6	Políticas	27
1.6.7	Objetivo general	28
1.6.8	Objetivos específicos	28
1.6.9	Gestión administrativa	29
1.6.10	Técnico Ortopédico	29
1.6.11	El Gerente Autónomo	30
1.6.12	Dependiente.....	30
1.6.13	Estrategias.....	31
1.6.14	Producto	31
1.6.15	Precio	33
1.6.16	Promoción.....	33
1.6.17	Plaza	34
1.7	ANÁLISIS FODA	35
1.7.1	Matriz MEFI.....	35

1.7.2	Matriz MEFE	37
CAPITULO III		39
1.8	ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR	39
1.8.1	Determinación de la población y muestra	39
1.8.2	Técnicas de obtención de la información	41
1.9	OFERTA	52
1.9.1	Oferta histórica.....	52
1.9.2	Oferta actual	53
1.9.3	Oferta proyectada	54
1.10	DEMANDA	54
1.10.1	Demanda actual	54
1.10.2	Demanda insatisfecha	55
1.10.3	Demanda proyectada	57
1.10.4	Balance oferta-demanda	57
1.10.5	Balance proyectado	58
CAPITULO IV		59
1.11	TAMAÑO DEL PROYECTO	59
1.11.1	Capacidad instalada	59
1.11.2	Capacidad demandada	60
1.11.3	Rol de pagos	61
1.12	LOCALIZACIÓN	62
1.12.1	Macro localización.....	62
1.12.2	Micro localización	64
1.12.3	Localización optima	65
1.13	INGENIERÍA DEL PRODUCTO	67
1.13.1	Definición del ByS.....	67

1.13.2	Distribución de la planta.....	68
1.13.3	Área Gerente administrativa	68
1.13.4	Área de Recepción Dependiente	68
1.13.5	Área de almacenamiento.....	68
1.13.6	Maquinaria y equipo.....	71
1.13.7	Aspectos legales	73
CAPÍTULO V.....		75
1.14	INGRESOS	75
1.14.1	Ingresos operacionales	75
1.14.2	Ingresos no operacionales	75
1.15	COSTOS.....	76
1.15.1	Costos directos.....	76
1.15.2	Costos indirectos.....	76
1.15.3	Gastos administrativos	77
1.15.4	Gastos financieros	78
1.15.5	Gastos de venta	81
1.16	INVERSIÓN DEL PROYECTO.....	81
1.16.1	Activos fijos.....	81
1.16.2	Activos nominales.....	83
1.16.3	Capital de trabajo	83
1.17	PRONOSTICO FINANCIERO	86
1.17.1	Punto de equilibrio monetario	90
1.18	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	90
1.18.1	Van.....	91
1.18.2	TIR.....	91
1.19	COEFICIENTES FINANCIEROS.....	93
1.19.1	Margen bruto	93

1.19.2	Margen neto	94
CAPÍTULO VI.....		95
1.20	ANÁLISIS DE IMPACTO	95
1.20.1	Impacto ambiental:	95
1.20.2	Impacto económico:	95
1.20.3	Impacto productivo:.....	96
1.20.4	Impacto empresarial:.....	96
CAPITULO VII.....		97
1.21	CONCLUSIONES.....	97
1.22	RECOMENDACIONES	98
BIBLIOGRAFÍA		99

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1	INFLACIÓN (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR)	5
TABLA 2	PRODUCTO INTERNO BRUTO (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR)	6
TABLA 3	TASA DE INTERÉS ACTIVA (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR)	8
TABLA 4	TASA INTERÉS PASIVA (BCE)	9
TABLA 5	TASA DESEMPLEO (BCE)	11
TABLA 6	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (BCE)	12
TABLA 7	SEGMENTACIÓN.....	39
TABLA 8	POBLACIÓN (CANTÓN QUININDÉ)	40
TABLA 9	PREGUNTA N°1 (ENCUESTA)	42
TABLA 10	PREGUNTA N° 2 (ENCUESTA)	43
TABLA 11	PREGUNTA N°3 (ENCUESTA)	44

TABLA 12 PREGUNTA N°4 (ENCUESTA).....	45
TABLA 13 PREGUNTA N° 5 (ENCUESTA)	46
TABLA 14 PREGUNTA N° 6 (ENCUESTA)	47
TABLA 15 PREGUNTA N° 7 (ENCUESTA)	48
TABLA 16 PREGUNTA N° 8 (ENCUESTA)	49
TABLA 17 PREGUNTA N° 9 (ENCUESTA)	50
TABLA 18 PREGUNTA N° 10 (MUESTRA).....	51
TABLA 19 OFERTA HISTÓRICA.....	52
TABLA 20 OFERTA ACTUAL.....	53
TABLA 21 OFERTA PROYECTADA	54
TABLA 22 DEMANDA (MEDIANTE EL CRECIMIENTO POBLACIONAL SE SACARA LA 5 PARTE).....	55
TABLA 23 REPRESENTACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA	55
TABLA 24 ANÁLISIS DE LA PREGUNTA ENCUESTADA N° 10.....	55
TABLA 25 PARTICIPACIÓN DENTRO DE LA COMPETENCIA (DP/PCS).....	56
TABLA 26 DEMANDA PROYECTADA	57
TABLA 27 BALANCE OFERTA DEMANDA	57
TABLA 28 BALANCE PROYECTADO	58
TABLA 29 CAPACIDAD DEMANDADA.....	60
TABLA 30 ROL DE PAGOS.....	62
TABLA 31 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA.....	66
TABLA 32 EQUIPO DE COMPUTACIÓN.....	72
TABLA 33 EQUIPO DE OFICINA	72
TABLA 34 MUEBLES DE OFICINA	72
TABLA 35 MUEBLES Y ENSERES.....	72
TABLA 36 ADECUACIONES DEL LOCAL	73
TABLA 37 VENTAS.....	75

TABLA 38 <i>COSTOS DIRECTOS</i>	76
TABLA 39 <i>CONSUMO PROMEDIO</i>	76
TABLA 40 <i>COSTOS INDIRECTOS</i>	77
TABLA 41 <i>GASTOS ADMINISTRATIVOS</i>	77
TABLA 42 <i>DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS</i>	78
TABLA 43 <i>MONTO DEL PRÉSTAMOS Y TASA DE INTERÉS</i>	79
TABLA 44 <i>AMORTIZACIÓN</i>	79
TABLA 45 <i>CRÉDITO FINANCIERO</i>	80
TABLA 46 <i>REPRESENTADA CADA AÑO LA AMORTIZACIÓN</i>	81
TABLA 47 <i>GASTOS EN VENTA</i>	81
TABLA 48 <i>ACTIVOS FIJOS</i>	82
TABLA 49 <i>ACTIVOS NOMINALES</i>	83
TABLA 50 <i>CAPITAL DE TRABAJO</i>	83
TABLA 51 <i>BALANCE GENERAL</i>	84
TABLA 52 <i>REPRESENTACIÓN DE COMO ESTÁ FINANCIADA LA EMPRESA</i>	84
TABLA 53 <i>ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS</i>	86
TABLA 54 <i>IMPUESTO S LA RENTA AÑO 2015 (SRI)</i>	87
TABLA 55 <i>DATOS APLICADOS EN CALCULO DEL VAN</i>	87
TABLA 56 <i>PROYECCIONES DE SUELDOS</i>	88
TABLA 57 <i>FLUJO DE CAJA</i>	88
TABLA 58 <i>PUNTO DE EQUILIBRIO</i>	89
TABLA 59 <i>PRECIO DE VENTA POR UNIDAD</i>	89
TABLA 60 <i>T(MAR)</i>	90
TABLA 61 <i>VAN</i>	91
TABLA 62 <i>TIR</i>	91
TABLA 63 <i>RAZÓN COSTO BENEFICIO</i>	92

TABLA 64 <i>PRI</i>	92
TABLA 65 <i>TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN</i>	93
TABLA 66 <i>MARGEN BRUTO</i>	93
TABLA 67 <i>MARGEN NETO</i>	94

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 <i>INFLACIÓN (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR)</i>	5
FIGURA 2 <i>PRODUCTO INTERNO BRUTO (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR)</i>	6
FIGURA 3 <i>TASA DE INTERÉS ACTIVA (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR)</i>	8
FIGURA 4 <i>TASA INTERÉS PASIVA (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR)</i>	9
FIGURA 5 <i>TASA DE DESEMPLEO (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR)</i>	11
FIGURA 6 <i>POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR)</i>	12
FIGURA 7 <i>PREGUNTA N°1 (ENCUESTA)</i>	42
FIGURA 8 <i>PREGUNTA N° 2 (ENCUESTA)</i>	43
FIGURA 9 <i>PREGUNTA N° 3 (ENCUESTA)</i>	44
FIGURA 10 <i>PREGUNTA N° 4 (ENCUESTA)</i>	45
FIGURA 11 <i>PREGUNTA N° 5 (ENCUESTA)</i>	46
FIGURA 12 <i>PREGUNTA N° 6 (ENCUESTA)</i>	47
FIGURA 13 <i>PREGUNTA N° 7 (ENCUESTA)</i>	48
FIGURA 14 <i>PREGUNTA N° 8 (ENCUESTA)</i>	49
FIGURA 15 <i>PREGUNTA N° 9 (ENCUESTA)</i>	50
FIGURA 16 <i>PREGUNTA N° 10 (ENCUESTA)</i>	51
FIGURA 17 <i>OFERTA ACTUAL</i>	53
FIGURA 18 <i>PARTICIPACIÓN DENTRO DE LA COMPETENCIA</i>	56
FIGURA 19 <i>BALANCE PROYECTADO</i>	58

FIGURA 20 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA	66
FIGURA 21 FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN	85

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1 LAS 5 FUERZAS DE PORTER (MICHAEL PORTER)	19
CUADRO 2 GESTIÓN ADMINISTRATIVO	29
CUADRO 3 PRODUCTOS PARA EL CUIDADO DE LA SALUD (ORTOPRACTIC)	32
CUADRO 4 MATERIAL DE PUBLICIDAD VOLANTEO (GRAF-DESING).....	34
CUADRO 5 FODA (BIBLIOTECA MUNICIPAL)	35
CUADRO 6 MEFI (BIBLIOTECA MUNICIPAL).....	36
CUADRO 7 MEFE (BIBLIOTECA MUNICIPAL)	37
CUADRO 8 MATRIZ FODA ANÁLISIS DE LOS FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS	38
CUADRO 9 SIGNIFICADO DE LA MUESTRA (WWW.MATEMÁTICA APLICADA.ES//).....	40
CUADRO 10 NÚMERO DE TRABAJADORES	61
CUADRO 11 PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN	71
CUADRO 12 EQUIPOS PARA EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES.....	71
CUADRO 13 DEMANDA INSATISFECHA	75
CUADRO 14 GASTO FINANCIERO.....	85

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1 <i>SISTEMA DE KARDEX (SUBIDO POR MAPLENETSOFT)</i>	18
ILUSTRACIÓN 2 <i>SHOEORTOPEDIA S.A (ANÓNIMO)</i>	20
ILUSTRACIÓN 3 <i>SANA SANA (CANTÓN QUININDÉ)</i>	22
ILUSTRACIÓN 4 <i>CRUZ AZUL (CANTÓN QUININDÉ)</i>	22
ILUSTRACIÓN 5 <i>ECONÓMICAS (CANTÓN QUININDÉ)</i>	23
ILUSTRACIÓN 6 <i>FARMACIA MANABÍ DESCUENTOS (CANTÓN QUININDÉ)</i>	23
ILUSTRACIÓN 7 <i>BOTICA EL PUEBLO (CANTÓN QUININDÉ)</i>	23
ILUSTRACIÓN 8 <i>RAZÓN SOCIAL (GRAF-DESING)</i>	25
ILUSTRACIÓN 9 <i>NOMBRE COMERCIAL SHOEORTOPEDIA S.A (GRAF-DESING)</i>	25
ILUSTRACIÓN 10 <i>MACRO- LOCALIZACIÓN (CANTÓN QUININDÉ INEC)</i>	63
ILUSTRACIÓN 11 <i>MICRO LOCALIZACIÓN (MUNICIPIO DE QUININDÉ)</i>	64
ILUSTRACIÓN 12 <i>LOCALIZACIÓN ÓPTIMA</i>	65
ILUSTRACIÓN 13 <i>PLANO DE LA DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS PARA EL CUIDADO DE LA SALUD</i>	69
ILUSTRACIÓN 14 <i>PLANOS INTERNOS DE LA DISTRIBUIDORA EN 3D</i>	70

ANEXOS

ANEXOS 1 <i>FORMULARIO DEL SRI</i>	102
ANEXOS 2 <i>FORMATO PARA CALIFICAR LA ACTIVIDAD</i>	103
ANEXOS 3 <i>MODELO DE LA ENCUESTA</i>	104
ANEXOS 4 <i>EQUIPOS DE OFICINA ENTRE OTROS</i>	105
ANEXOS 5 <i>MUEBLES</i>	106
ANEXOS 6 <i>CRÉDITO</i>	107

ANEXOS 7 <i>GASTO FINANCIERO</i>	108
ANEXOS 8 <i>PUBLICIDAD</i>	109
ANEXOS 9 <i>PRINCIPALES FUENTES DE COMERCIO DEFINIÉNDOSE COMO ZONA ESTRATÉGICA</i>	110
ANEXOS 10 <i>INSTALACIONES DEL LOCAL, DENTRO Y FUERA</i>	111
ANEXOS 11 <i>PLANO DEL LOCAL</i>	112

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como finalidad el estudio de factibilidad para la creación de una distribuidora de productos para el cuidado de la salud, zona 1 cantón Quinindé-Provincia de Esmeraldas 2015.

Con la finalidad de brindar una solución a las necesidades y deseos de los habitantes del cantón Quinindé con servicios de calidad, se realizó un análisis empleando métodos como la encuesta para determinar si el proyecto tiene aceptación por parte de los habitantes. Se logró determinar que la accesibilidad a los productos para el cuidado de la salud es el principal problema que tiene la población.

Una vez identificado el problema se realizara la respectiva evaluación de proveedores, clientes, competencia y productos sustitutos con la finalidad de llegar a sustentar que la creación de la distribuidora de productos para el cuidado de la salud en el cantón Quinindé es una oportunidad óptima.

Finalmente se realizara un pronósticos y evaluación financiera donde se lograra determinar que el proyecto es factible de ejecutar, obteniendo rentabilidad y beneficios para la población.

ABSTRACT

This project is aimed at feasibility study for the establishment of a distributor of products for the health care area 1 canton Quinindé-2015 Esmeraldas Province.

In order to provide a solution to the needs and desires of the inhabitants of canton Quinindé with service quality, using methods such as survey to determine if the project is accepted by the inhabitants analysis. It was determined that the accessibility of products for health care is the main problem with the population.

Once the problem identified the respective evaluation of suppliers, customers, competitors and substitute products in order to bequeath to support the creation of the distributor of products for healthcare in canton Quinindé is a great opportunity was made.

Finally, a forecasting and financial evaluation which was achieved determines that the project is feasible to implement, profitability and obtaining benefits for the population was made.

CAPÍTULO I

1.1 Justificación

Para ejercer la tecnología en la carrera de administración de boticas y farmacias, se incluye la búsqueda de alternativas de negocios rentables que puedan ser un aporte tanto para la economía de un país como para la economía personal de un grupo de individuos. Por esta razón, la visión administrativa se pone en juego, poniéndose en contacto con la realidad nacional para identificar necesidades por satisfacer y con estas plantear alternativas de trabajo lucrativas.

Así, la creación de empresas se constituye en uno de los aportes principales que un administrador puede hacerle a la sociedad. Para el caso, la creación de una empresa dedicada a la comercialización de productos para el cuidado de la salud, permitirá la aplicación de los conceptos administrativos para el montaje de un negocio, partiendo del estudio que admita conocer la realidad del mercado al que se quiere llegar con este producto.

Mediante la aplicación de los elementos básicos teóricos administrativos y los estudios de financieros, de mercados, técnicos, social y legal que afectan un mercado tan exigente como la salud en el cantón Quinindé, se deben contrastar diferentes conceptos de la administración con la realidad, e identificar la viabilidad de un proyecto de creación de empresa. Por otra parte, los resultados de la creación de empresa permiten contribuir a la generación de empleo, desarrollo económico y social del país.

A nivel metodológico, para lograr el cumplimiento de los objetivos de la investigación, se acude al empleo de procedimientos de investigación como la observación para identificar y analizar la ubicación comercial del negocio y las encuestas para conocer la realidad y posibilidades en el mercado. A través de la aplicación de encuestas, se busca conocer el grado de aceptación de este tipo de productos por parte de los habitantes del sector donde se planea ubicar. Así, los resultados de la investigación se apoyan en la aplicación de técnicas de investigación validas en el medio, como la observación y la encuesta.

De la misma manera, la empresa será generadora de empleo e ingresos para las socias gestoras y sus familias.

Esperando alcanzar de esa manera la excelencia en el servicio, en un ambiente agradable, cordial y exclusivo, para lograr clientes satisfechos contribuyendo al desarrollo personal de las personas.

1.2 Antecedentes

Torres Cáceres Mabel Estefanía DMQ. Ecuador - 2012 “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de fajas ortopédicas Lumbo-Sacra en la ciudad de Quito.”

Se fundamenta en el interés de captar cierta parte del mercado demandante que la competencia no ha logrado cubrir al cien por ciento con respecto a la demanda de productos para el cuidado de la salud y esta demanda la constituyen personas que por

prescripción médica requieren del uso de insumos ortopédicos con el fin de corregir y mejorar la situación actual de los pacientes que presentan cuadros.

La producción y comercialización de productos para el cuidado de la salud en el país 01/04/2012: [HTTP://DSPACE.UPS.EDU.EC/HANDLE/123456789/4012](http://dSPACE.UPS.EDU.EC/HANDLE/123456789/4012)

Hurtado Ruiz Alejandro Stalin Loja. Ecuador -2013 “Proyecto de factibilidad para la creación de un centro de fisioterapia en el Cantón Paltas Provincia de Loja”.

El siguiente estudio recalca la importancia del uso de productos para el cuidado de la salud, refiriéndose a la comercialización tanto de productos como servicio de rehabilitación con el propósito de atender una demanda que exige en el mercado de esta sociedad, se estima que estos productos representarían 18 millones de dólares anuales dentro del país.

La comercialización de productos ortopédicos da mejoras a la calidad de vida

01/04/2013:

<http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/115/1/ALEJANDRO%20HURTAO>

CAPITULO II

1.3 Ambiente externo

Dentro de la organización es vital llevar a cabo un análisis continuo y a fondo para visualizar con anticipación las oportunidades y amenazas que se pueden presentar en un futuro. Esto se debe analizar a tiempo, para poder dar solución de forma eficiente en la realización del proyecto.

1.3.1 Factor económico

Es importante evaluar los aspectos económicos que tiene el país que sirva de herramienta para el desarrollo de empresas. Factor económico influye de forma directa a las empresas privadas y públicas.

1.3.2 Inflación

Inflación es el crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios y factores productivos de una economía a lo largo del tiempo.

Cuando mayor sea la inflación, mayor será los costos que resistirá la economía.

Banco Central del Ecuador. (2015). [Http://bce.fin.ec/](http://bce.fin.ec/)

Tabla 1

Inflación (Banco Central del Ecuador)

TASA INFLACIÓN	
AÑO	INFLACIÓN
2010	3,33
2011	5,41
2012	4,16
2013	2,70
2014	3,76
TOTAL	19,36

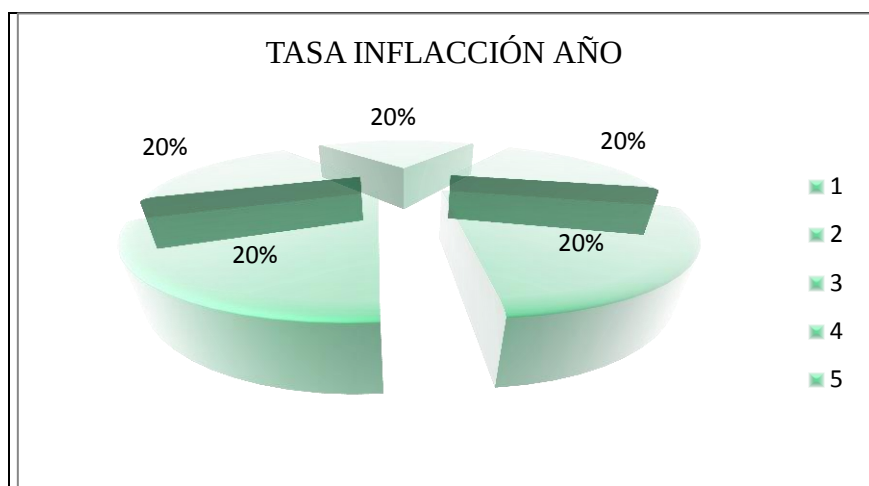


Figura 1 *Inflación (Banco Central del Ecuador)*

Análisis: La estimación indica que las innovaciones en las variaciones de la inflación para el año 2014 se proyecta que se cerrara con un 3,76 lo que indica que se mantendrá una estabilidad en los precios del consumidor. Considerando que los indicadores económicos han sido favorables en los últimos años representa una oportunidad propicia para la creación de nuevos negocios.

Producto Interno Bruto (PIB)

Tabla 2

Producto interno bruto (Banco Central del Ecuador)

AÑO	PROCENTAJE
2010	3,5
2011	7,78
2012	5.1
2013	4,0
2014	5,0



Figura 2 *Producto Interno Bruto (Banco Central del Ecuador)*

Análisis: El PIB farmacéutico ha aumentado, lo que es favorable para el desarrollo de la distribuidora de productos para el cuidado de la salud, lo que representa dentro de este sector tenga alta rentabilidad lo que motiva a la inversión.

Tasa de interés

La tasa de interés es el precio del dinero en el mercado financiero, cuando hay más dinero la tasa baja, cuando hay escasez sube.

Las empresas, personas que piden dinero para financiar sus operaciones y nuevas adquisiciones de bienes, solicitan préstamos al banco u otras entidades, el interés que pague por ello será el costo que pague por el servicio.

De la misma manera, los artículos 2, 3, 4 y 5 del capítulo i, tasas de interés referenciales y los artículos 1 y 4 del capítulo ii, del título sexto de la codificación de regulaciones del banco central del Ecuador, establecen que dichas tasas tendrán vigencia mensual y serán calculadas por el BCE durante la última semana completa del mes anterior al de su vigencia.

1.3.3 Tasa de interés activa

Es la tasa de interés que reciben los intermediarios financieros de los solicitantes por los préstamos concedidos, permitiendo al intermediario cubrir costos administrativos, otros y dejando ganancia neta utilidad.

Tabla 3

Tasa De Interés Activa (Banco Central Del Ecuador)

TASA INTERÉS ACTIVA

Año	Porcentaje
2010	8,17
2011	8,17
2012	8,17
2013	8,17
2014	8,19

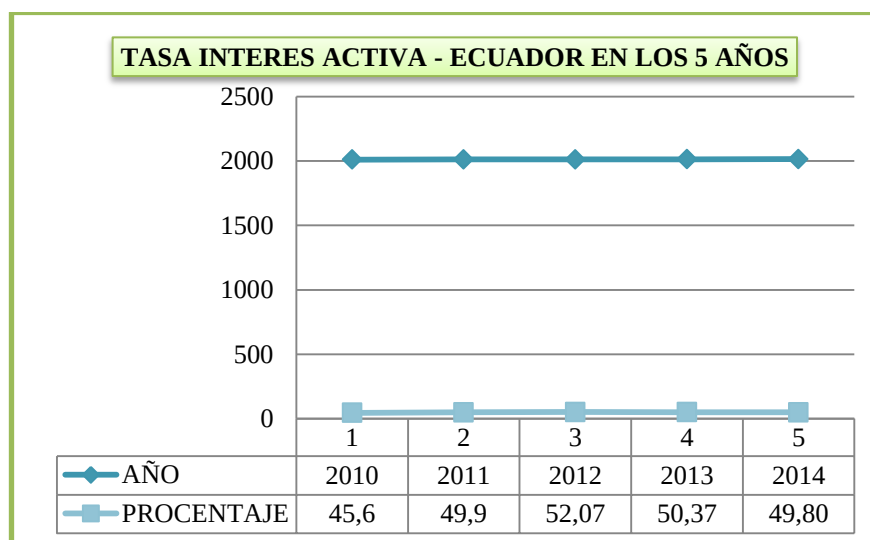


Figura 3 *Tasa De Interés Activa (Banco Central Del Ecuador)*

Análisis: En los últimos años la tasa de interés activa ha sido estable, mientras que para el 2014 tuvo un incremento de 8,19% siendo desfavorable al realizar un crédito bancario y como inversionista la opción sería optimizar los recursos disponibles para que dicho crédito de ser requerido sea lo más bajo posible.

1.3.4 Tasa de interés pasiva

Es la tasa de interés pasiva que pagan las entidades bancarias e instituciones a los oferentes por el dinero captado, mediante cuenta de ahorros, para tal efecto existen.

Tabla 4

Tasa Interés Pasiva (BCE)

Tasa Interés Pasiva	
Año	Porcentaje
2010	4,53
2011	4,53
2012	4,53
2013	4,53
2014	4,68

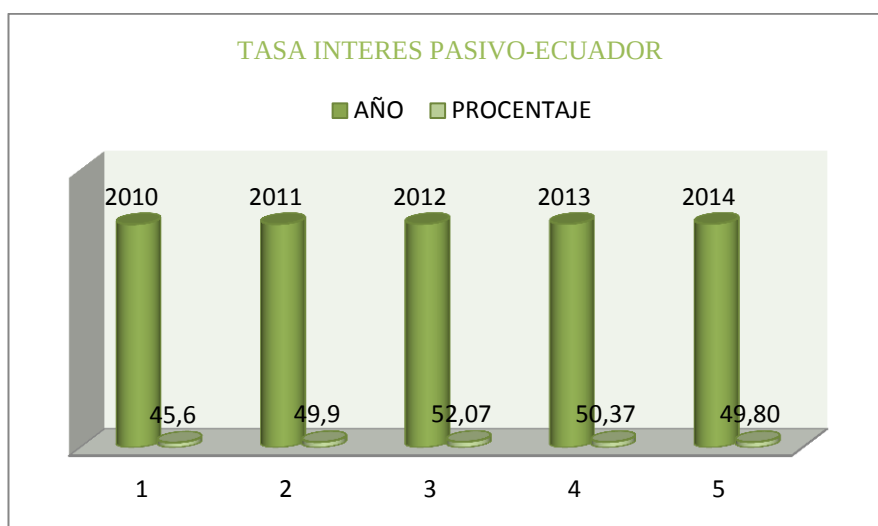


Figura 4 *Tasa Interés Pasiva (Banco Central Del Ecuador)*

Análisis: considerando que la tasa de interés pasiva se ha mantenido durante estos años en el 2014 tiene un incremento de 4,68% favorablemente, el dinero de la utilidad generada por la distribuidora que se invertirá en el banco será poco representativo pero oportuno.

1.3.5 Desempleo

Es la situación por la que pasa una persona cuando no tiene un trabajo fijo y, por tanto, no cuenta con los medios para subsistir de manera independiente.

El desempleo nacional a partir de diciembre del 2009 presenta una tendencia de reducción constante, de esta manera el desempleo nacional pasó de 8,7% en Diciembre del 2009 a 4,6% en diciembre del 2013. Con respecto al mes de diciembre del año 2012 en donde el desempleo nacional fue de 4,9%. Con respecto al 2014 se ha dado un 5,6%. Este indicador no presenta una variación estadísticamente significativa a un nivel de confianza del 95%.

Tabla 5

Tasa Desempleo (BCE)

TASA DESEMPLEO

Año	Porcentaje
2010	9,1
2011	7,06
2012	4,9
2013	4,6
2014	5,6

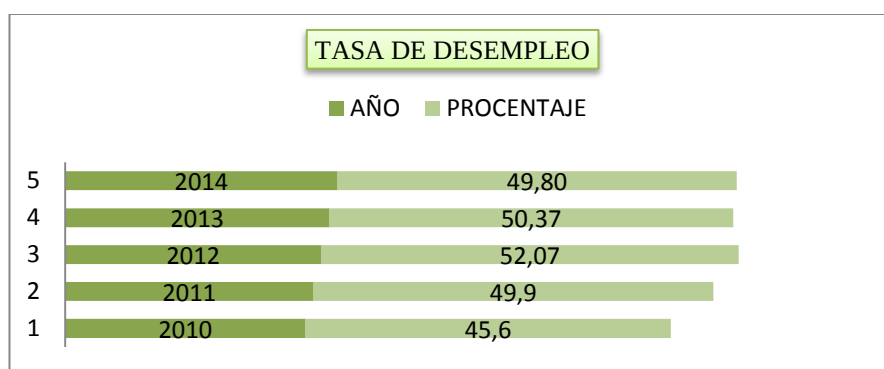


Figura 5 Tasa de Desempleo (Banco Central del Ecuador)

Análisis: De acuerdo a los datos estadísticos el desempleo en Ecuador ha ido en decrecimiento, sin embargo esta reducción de desempleo es conveniente para las familias debido a que las familias tendrán las posibilidades para mejorar su calidad de salud solventando sus necesidades.

1.3.6 Población económicamente activa (PEA)

La pea es el principal indicador de la oferta de mano de obra en una sociedad, son todas aquellas que, teniendo edad para trabajar y están en capacidad y disponibilidad para dedicarse a la producción de bienes y servicios económicos en un determinado momento, donde la población activa de un país es la cantidad de personas que se han integrado al mercado de trabajo, es decir, que tienen un empleo o que lo buscan actualmente.

Tabla 6

Población Económicamente Activa (BCE)

TASA ECONÓMICAMENTE PEA

Año	Porcentaje
2010	45,6
2011	49,9
2012	52,07
2013	50,37
2014	49,80

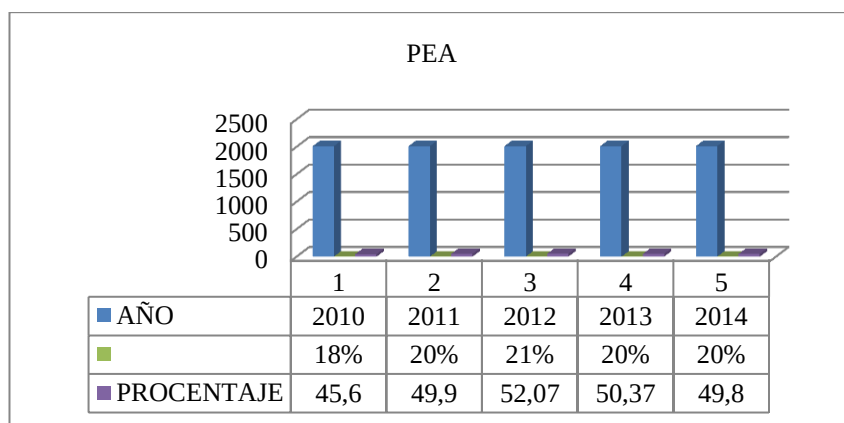


Figura 6 Población Económicamente Activa (Banco Central Del Ecuador)

Análisis: Más del 50% de la población cuenta con empleo, lo que determina que la participación económica de la ppa es favorable, por lo tanto Quininde creése poblacionalmente y su capacidad económica también, representada como oportunidad.

1.3.7 Matriz productiva

La economía ecuatoriana ha crecido en los últimos años gracias a la exportación del petróleo y la venta de productos primarios como el banano, cacao, camarón, rosas, entre otros. Sin embargo, el gobierno busca generar más riqueza, desarrollo más sostenible e impulsar actividades ligadas al talento humano, a la tecnología y el conocimiento, a través del cambio de la matriz productiva, la matriz productiva es una oportunidad para el proyecto ya que sugiere sustituir las importaciones de bienes y servicios que ya se producen en el país como es la industria farmacéutica y tecnológica. Impulsa directamente a pequeñas y grandes empresas a ser parte importante en el cambio de la sociedad del buen vivir.

1.3.8 Factor social

Se refiere a las actividades, deseos, expectativas, educación, costumbres, historia, cultura de las personas de una determinada sociedad, donde analizaremos, examinaremos, primeramente, las características y acciones complementarias en los individuos positiva y positiva.

Factor social son todos aquellos hábitos que ocurren en una sociedad, es por esto que se realizara estrategias y planes que contribuyan al proyecto a dar un servicio que satisfaga necesidades y deseos, sobremanera la penetración al mercado tanto de productos nuevos como nuevas empresas.

1.3.9 Factor legal

De acuerdo a la legislación ecuatoriana y a cada uno de los entes reguladores, se establecen leyes y reglamentos que deben ser considerados para el normal funcionamiento de una empresa que se dedique a la comercialización.

Normativa comercial

Para emprender negocios de cualquier tipo, la república del Ecuador contempla cinco especies de compañías de comercio descritas en el código de la ley de compañías y son las siguientes:

La compañía en nombre colectivo

La compañía en comandita simple y dividida por acciones

La compañía de responsabilidad limitada

La compañía anónima

La compañía de economía mixta

1.3.9.1 Requisitos

Para el desarrollo de las actividades económicas y comerciales, se debe cumplir con requisitos legales para instalar una empresa dentro del territorio ecuatoriano, los pasos:

- 1.-Aprobación del nombre o Razón Social de la empresa, en las Superintendencias de Compañías. Para lo cual, la pág. La Superintendencias de Compañías (<https://www.supercias.gov.ec/>) cuenta con un servicio para usuario de este sitio web la opción que les permite reservar el nombre de compañía.
- 2.-Apertura de la cuenta de integración de capital en cualquier banco de la ciudad.
- 3.-Elevar a escritura pública la constitución de la empresa, en cualquier notaria.
- 4.-Presentación de 3 escrituras de constitución con oficio firmado por un abogado en las Superintendencias de Compañías.
- 5.-Las Superintendencias de Compañías en el transcurso de 48 horas como máximo pueden revisar emitir un oficio de resolución.
- 6.-Debe publicar en la periódica de amplia circulación en el domicilio de la empresa por un solo día.
- 7.-Debe sentar razón de la resolución de constitución en la escritura en la misma notaria donde obtuvo la escritura.
- 8.-Patente Municipal, RUC, normativa de seguridad, etc.

Art. 2.- finalidad y constitución del sistema.- el sistema nacional de salud tiene por finalidad mejorar el nivel de salud y vida de la población ecuatoriana y hacer efectivo el ejercicio del derecho a la salud, estará constituido por las entidades Públicas, Privadas, Autónomas y comunitarias del sector salud, que se articulan funcionalmente sobre la base de principios, políticas, objetivos y normas comunes.

Art. 3.- objetivos.- el sistema nacional de salud cumplirá los siguientes objetivos: Garantizar el acceso equitativo y universal a servicios de atención integral de salud, a través del funcionamiento de una red de servicios de gestión desconcentrada y descentralizada.

Art. 4.- principios.- el sistema nacional de salud, se regirá por los siguientes principios:

Equidad.-Garantizar a toda la población el acceso a servicios de calidad, de acuerdo a sus necesidades, eliminando las disparidades evitables e injustas como las concernientes al género y a lo generacional.

Calidad.-Buscar la efectividad de las acciones, la atención con calidez y la satisfacción de los usuarios.

Eficiencia.-Optimizar el rendimiento de los recursos disponibles y en una forma social y epidemiológicamente adecuada.

Participación.-Promover que el ejercicio ciudadano contribuya en la toma de decisiones y en el control social de las acciones y servicios de salud.

Pluralidad.-Respetar las necesidades y aspiraciones diferenciadas de los grupos sociales y propiciar su interrelación con una visión pluricultural.

Solidaridad.-Satisfacer las necesidades de salud de la población más vulnerable, con el esfuerzo y cooperación de la sociedad en su conjunto.

Universalidad.-Extender la cobertura de los beneficios del sistema, a toda la población en el Territorio Nacional.

Descentralización.-Cumplir los mandatos constitucionales que consagren el sistema descentralizado del país.

Autonomía.-Acatar la que corresponda a las autonomías de las instituciones que forman el sistema.

1.3.10 Ley orgánica de salud

Art. 2.- todos los integrantes del sistema nacional de salud para la ejecución de las actividades relacionadas con la salud, se sujetarán a las disposiciones de esta ley, sus reglamentos y las normas establecidas por la autoridad Sanitaria Nacional.

1.3.11 Factor tecnológico

La innovación Tecnológica la más importante fuente de cambio en la cuota de mercado entre firmas competidoras, el proceso de innovación Tecnológica posibilita

Combinar las capacidades Técnicas, Financieras, Comerciales y Administrativas y permiten el lanzamiento al mercado de nuevos y mejorados productos o procesos, entre ellas tenemos el Kardex, herramienta que permite realizar un seguimiento de inventarios de mercadería y de sus costos respectivos. En el kardex se registra cada producto que se compre o que se venda quedando como resultado el saldo final de la mercadería.

La ``Distribuidora de producto para el cuidado de la salud`` el uso del kardex facilitara la venta de tal manera que se aprovechara al máximo en el cual es posible saber en cualquier momento el stock de cada producto.

Ilustración 1

Sistema De Kardex (Subido Por Maplenetsoft)

Código	Nombre	Marca	GR	SG	VR.U.Compra	VR.Mínimo	VR.Sugerido	IVA	EMS
003	Escuadra 45 Faber	FABER	01	00	\$ 9.150,00	\$ 3.000,00	\$ 3.100,00	0	40.886
004	Graduador Profesional Faber	FABER	01	00	\$ 23.200,00	\$ 2.200,00	\$ 10.000,00	16	22
005	Cuaderno Argollado Norma 100	NORMA	01	00	\$ 1.950,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	16	22
006	Cuaderno Grapado Norma 100	NORMA	01	00	\$ 980,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00	16	24
007	KIT Escolar Sencillo	KITS	03	00	\$ 00,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	16	0
008	Impresora HP 1212	HP	02	00	\$ 145.000,00	\$ 00,00	\$ 181.250,00	16	9
009	Impresora Laser HP 3025	HP	02	00	\$ 220.000,00	\$ 00,00	\$ 281.600,00	16	0
010	Servicio Técnico Impresora	SERVICIO	06	00	\$ 00,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	0	0
011	Servicio Técnico Reparación F	SERVICIO	05	00	\$ 00,00	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	0	0
012	KIT Escolar Completo	KITS	03	00	\$ 00,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	16	0
013	Caratulas Plasticas para Argolli	Generico	05	00	\$ 160,00	\$ 200,00	\$ 200,00	16	36
014	Argolles Plasticas 30 cms	Generico	05	00	\$ 300,00	\$ 450,00	\$ 450,00	16	24
015	Servicio Mano de Obra Argolli	SERVICIO	06	00	\$ 00,00	\$ 800,00	\$ 800,00	0	0
016	KIT Servicio de Argollado	KITS	03	00	\$ 00,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	16	0
017	Litro Tinta Negra Recargos	Generico	05	00	\$ 45.000,00	\$ 65.000,00	\$ 65.000,00	16	24
018	KIT Recarga Cartucho	KITS	03	00	\$ 00,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	16	0
019	Cremallera Metalica	Generico	05	00	\$ 780,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	16	24
020	Tubo Hilo Blanco	Generico	05	00	\$ 900,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	16	24
021	Pantalón Jean Dama	MANUFACT	04	00	\$ 60.000,00	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00	16	16
022	Tela Blue Jean	Generico	05	00	\$ 14.000,00	\$ 17.000,00	\$ 17.000,00	16	24
023	Tubo Hilo Azul	Generico	05	00	\$ 900,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	16	24
024	Tela Hilo Azul	Generico	05	00	\$ 10.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	16	24

CREAR

BORRAR

MODIFICAR

1.4 Entorno local

1.5 Análisis de las fuerzas de Porter

Cuadro 1

Las 5 Fuerzas De Porter (Michael Porter)



1.5.1 Amenazas de nuevos competidores

Barreras de entradas:

El nivel de exigencia de estas restricciones limita o facilita la entrada de nuevos competidores en el mercado u en un sector muy competitivo, tiene una consecuencia directa sobre el precio del producto o servicio, puede generar una reducción del margen para la empresa.

Una de las principales barreras en la entrada de una nueva empresa en el mercado es la necesidad de capital, estas amenazas hacen variar la tendencia de competitividad.

La distribuidora cuenta con un capital permanente para la adquisición y diferenciación en productos.

1.5.2 Poder de negociación de los proveedores

Proveedores:

Proveedores: Se refiere a una amenaza impuesta sobre la industria por parte de los proveedores a causa del poder que estos disponen ya sea por su grado de concentración o características de los insumos que proveen.

La distribuidora se enfocaría en el número de productos sustitutos disponibles en el mercado, por ello, el resultado de la negociación debe ser positivo para los dos.

Ilustración 2

Shoeortopedia S.A (Anónimo)



Se consolida como una empresa dedicada a la comercialización de productos para el cuidado de la salud, ofrece una alta gama de alternativas variada de insumos ortopédicos, que contribuyan a mejorar la calidad de vida dentro y fuera del cantón.

1.5.3 Poder de negociación de los clientes

Clientes:

Si los clientes son pocos, están muy bien organizados y se ponen de acuerdo en cuanto en los precios que están dispuestos a pagar se genera una amenaza para la empresa, hay muchos proveedores, los clientes aumentarían su capacidad de negociación ya que tienen mayor posibilidad de cambiar de proveedor de mayor y mejor calidad, la distribuidora se presenta como oportunidad por volumen de clientes al que va dirigido.

1.5.4 Amenaza de productos sustitutos

Productos sustitutos:

Productos sustitutos: La entrada potencial o la existencia de sustitutos en el mercado puede ser una amenaza muy importante para la rentabilidad de una empresa. Se debe evaluar el grado de diferencia que existe entre su propio producto o servicio. La influencia de este factor dependerá de la facilidad o no de cambiar de producto para el consumidor.

1.5.5 Rivalidad entre competidores

Competencia:

Competencias: las demás farmacias que representan nuestra competencia son las siguientes:

Ilustración 3

Sana Sana (Cantón Quinindé)



Ilustración 4

Cruz Azul (Cantón Quinindé)



Ilustración 5

Económicas (Cantón Quinindé)



Ilustración 6

Farmacia Manabí Descuentos (Cantón Quinindé)



Ilustración 7

Botica El Pueblo (Cantón Quinindé)



Farmacias que incluyen artículos correctores ortopedicos que estan dentro del ambito y localidad suponen una competencia directa porque, ademas, suelen tener una cartera de clientes fijos.

La distribuidora se orienta en los canales de distribución.

1.6 Análisis interno

1.6.1 Propuesta o estrategia

La razón social es el nombre jurídico bajo el cual se identifica una empresa para realizar sus operaciones económica, así también para ejercer derechos y obligaciones ante la sociedad. La entidad encargada de aprobar el nombre es la Superintendencias de Compañías lo hace siempre que no exista otro nombre similar con la finalidad de diferenciarse a las empresas y evitar confusiones.

Para realizar el trámite del RUC, se registra la razón social y opcionalmente el nombre comercial mismo que a diferencia de la razón social sirve para posicionarse en la mente del consumidor es así que conviene seleccionar un nombre comercial fácil de recordar que capte la atención del mercado.

La razón social que se la dará a la empresa es:

Ilustración 8

Razón Social (Graf-Desing)

DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS PARA EL CUIDADO DE LA SALUD



Ilustración 9

Nombre Comercial Shoeortopedia S.A (Graf-Desing)



1.6.2 Base de la Filosofía Institucional Empresarial

Constituye la Misión, Visión, Valores y demás características que diferencian a la empresa que sirven de cimientos para trabajar en función de esos objetivos, así como también define el perfil y marco sobre el cual deben trabajar los miembros de la organización.

1.6.3 Misión

Somos una empresa dedicada a la comercialización de productos para el cuidado de la salud, de todos nuestros clientes, con personal calificado, garantizando nuestra principal filosofía de servicio. Logrando la fidelización y confianza con nuestros clientes de alta calidad y precios competitivos.

1.6.4 Visión

Consolidarnos como distribuidora de alto nivel competitivo, cumpliendo estándares de calidad, innovando los servicios y optimizando la satisfacción, necesidades y deseos de nuestros clientes. La distribuidora de productos para el cuidado de la salud, en cinco años, se posicionara, será una empresa reconocida por la ética, responsabilidad y la seriedad asumida en todos sus actos por todos quienes la conformamos, alcanzando precisión para penetrar exitosamente en nuevos mercados.

1.6.5 Valores

Compromiso, respeto por el bienestar del cliente, son la razón de ser de todos nuestros esfuerzos, para quienes alcanzamos la más alta calidad de nuestros servicios.

Honestidad lealtad y respeto a las leyes, son valores que fundamentan las relaciones entre nosotros con nuestros clientes.

Desarrollo humano, respetar su individualidad, reconocer su trabajo y ofrecerles oportunidad para su realización integral.

Responsabilidad y calidad es la norma que rige todas nuestras conductas.

1.6.6 Políticas

Bienestar y total satisfacción del cliente

Distribuir de manera eficiente

Mejora continua

Atención de calidad y personalizada

Innovación de servicios

1.6.7 Objetivo general

Realizar un estudio de mercado con el fin de conocer las características de la oferta y demanda que tendrá la creación de una distribuidora de productos para el cuidado de la salud, ubicada en la Zona 1 del Cantón Quinindé.

1.6.8 Objetivos específicos

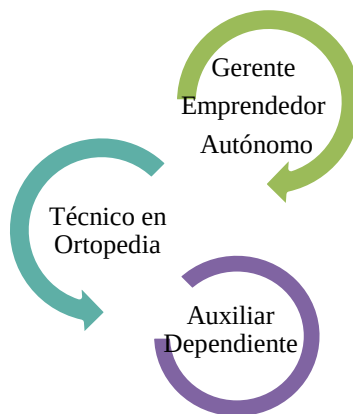
Determinar los productos de mayor rotación de las diferentes casas comerciales especializadas en productos para el cuidado de la salud.

Identificar el mejor canal de distribución que utiliza la competencia para llegar a al consumidor.

Analizar el estudio para conocer la rentabilidad que tendrá el proyecto, el tiempo de recuperación del capital y financiamiento.

1.6.9 Gestión administrativa

Cuadro 2 Gestión Administrativo



1.6.10 Técnico Ortopédico

Conocimiento:

Para iniciar el negocio, es necesario incluir en la plantilla un responsable técnico, cuya titulación acredite una cualificación adecuada en función de los productos que tenga a su cargo, de carácter sanitario o título relacionado con la tecnología de fabricación, complementada con una formación especializada, Anatomía, Fisiología y Biomecánica del aparato locomotor y otros sistemas del cuerpo humano objeto de sustitución o modificación con productos de Ortopedia.

Diseño, fabricación y ensayo de control de productos de ortopedia.

Organización y gestión de garantía de calidad.

Toma de medidas, adaptación de los productos y atención al paciente.

Saber llevar el negocio y su optimización.

Puesta en funcionamiento la distribuidora de productos para el cuidado de la salud, informática básica de gestión.

1.6.11 El Gerente Autónomo

Se encarga de toda la gestión del negocio, Comercial, Contable-Administrativo además, en las horas que no dedique a ello, atenderá al público en el punto de venta, y supervisará el trabajo del dependiente.

En este proyecto se ha considerado que este puesto será el de la persona emprendedora para lo cual estará dada de alta en el régimen especial de autónomo de la seguridad social.

1.6.12 Dependiente

Debe estar preparado para atender a los clientes, y ofrecerles asesoramiento cuando estos requieran de información. Es importante que conozca el campo de la ortopedia

1.6.12.1 Horarios

El horario de apertura suele ser el similar a cualquier negocio de este tipo. El horario habitual será de 9:30 a 13:30 y de 16:00 a 20:00 este puede variar en función de aspectos eventos.

1.6.13 Estrategias

1.6.13.1 Análisis de las 4 p

La estrategia de Marketing también conocida como estrategia de Mercadotecnia, de mercado, comerciales que consiste en acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo con el marketing.

El diseño de estrategias es una de las funciones en primer lugar, debemos analizar el público objetivo para que, en base a dicho análisis, podemos diseñar estrategia claves que contribuyan a satisfacer sus necesidades o deseos, aprovechar sus características y costumbres. Para ello también debemos tomar en cuenta la competencia entre otros factores tales como nuestra capacidad e inversión.

1.6.14 Producto

El producto es el bien que ofrecemos o vendemos a los consumidores. Amplio alternativa en variedad de productos, precios competitivos.

Cuadro 3

Productos Para El Cuidado De La Salud (Ortopractic)

Sillas de rueda:	Calzado podología y complementos del pie:
Acero	Plantillas, protectores y apósitos de silicona.
Electricas	Calzado profesional
Ligeras	Plantillas
Sistema de sujecion:	Ortopedia infantil:
Cinturones	Almoadas
Muñequeras	Medicina deportiva:
Mienbro inferiro:	Vendajes
Ferulas	Rodilleras
Musleras	Ayudas a la marcha:
Rodilleras	Muletas
Calcetines de correccion	Andadores
Miebro superior:	Bastones
Cabestrillos	Aparatos de rehabilitacion:
Ferulas	Banda de latex
Muñequeras	Pelotas de goma
Braces	Pelotas de cilicona
Tronco:	Pelota inflable circular
Fajas	Papagayo masculino
Corses	Papagayo femenino
Espaldilleras	
Collarines	

Principalmente se enfoca en el surtido de los productos, según la edad media y las características de la población del Cantón y Provincia. Es importante poder responder a cualquier necesidad que venga planteado un cliente; desde sillas de rueda hasta vendajes especiales.

1.6.15 Precio

La fijación de precio dependerá del porcentaje de compra al por mayor y esta es variable ya que las diferentes casa trabajan de acuerdo al monto de la compra.

Shoeortopedia trabaja con precios: Accesibles y productos de alta calidad.

Insumos de rotación alta y baja- precios de acuerdo a la concurrencia y monto de compra.

1.6.16 Promoción

Nuestra fortaleza consiste en comunicar, informar, dar a conocer o recordar la existencia de un producto a los consumidores, así como persuadir, motivar a inducir su compra o adquisición.

Cuadro 4

Material De Publicidad Volante (Graf-Desing)

DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS PARA EL CUIDADO DE LA SALUD  DIRECCIÓN: Av. 24 de Mayo dentro del Mercado Central Teléfonos: 062737597/0993608782 Leontenemaza.ecu@hotmail.es	<i>Prevención y rehabilitación, restablecimiento de una función perdida o disminuida</i> Sillas de ruedas: de acero, eléctricas, ligeras. Sistema de sujeción: cinturones de sujeción, muñequeras de sujeción. Miembro inferior: férulas, mus leras, calcetines de corrección. Miembro superior: cabestrillos, férulas, muñequeras, braces. Tronco: fajas, corsés, espaldillas, collarnes. Calzado, podología y complementos del pie. Plantillas, protectores y apósitos de silicona Calzado profesional.	Comercializadores de insumos para el cuidado de la salud para las áreas de rehabilitación física, venta al por mayor y menor, siempre buscando los mejores productos para la rehabilitación de los pacientes para su entera satisfacción. Están diseñados especialmente para el tratamiento de las discapacidades en algunas zonas del cuerpo. El uso de los productos se da en las extremidades, tanto superiores como inferiores, para corregir o evitar las malformaciones, reparar tejidos, sustituir funciones, o bien, favorecer y ayudar a la movilidad del cuerpo. El sistema musculo esquelético es aquel conformado por los huesos, las articulaciones, los tendones, los ligamentos, los nervios y los músculos, que permiten a la persona realizar actividades que requieren de movimiento y actividad.
---	--	---

S.A

1.6.17 Plaza

La plaza o distribución consiste en la selección de lugares o puntos de venta en donde se venderá u ofrecerá nuestros productos a los consumidores.

Esta estrategia se tomara en cuenta que la distribución será directamente al consumidor final, con miras a ofrecer a establecimientos.

1.7 Análisis FODA

Cuadro 5

FODA (Biblioteca Municipal)

Fortalezas

Solvencia financiera.

Precios competitivos.

Innovación.

Proveedores.

Debilidades

Ser nueva en el mercado.

No cuenta con capacidad propia productiva.

Software para las gestiones principales tiene limitaciones.

Otros idiomas.

Oportunidades

Aumento de la población.

Atención al cliente.

Políticas de estado.

Ubicación cantón Quinindé.

Amenazas

Farmacia Sana Sana

Aparición de nuevos competidores en el mercado.

Delincuencia.

Crisis en el país.

1.7.1 Matriz MEFI

La clasificación se estableció bajo las siguientes medidas:

1. Nada importante. 2 poco importante. 3 importante 4 muy importante.

Para determinar el peso se estableció el rango de 0 a 1; donde:

0,00 nada importante

1,00 muy importante

Cuadro 6

MEFI (Biblioteca Municipal)

Fortalezas			
Factores críticos de éxito.	Peso	Calificación	Peso Ponderado
▪ Solvencia financiera.	0,20	4	0,80
▪ Precios competitivos.	0,10	2	0,20
▪ Innovación.	0,15	3	0,45
▪ Proveedores.	0,10	2	0,20
			1,65
Debilidades			
▪ Ser nueva en el mercado.	0,09	1	0,09
▪ No cuenta con capacidad propia productiva.	0,6	1	0,06
▪ Software para las gestiones principales tiene limitaciones.	0,20	4	0,80
▪ Otros idiomas.	0,10	2	0,20
			1,15

Análisis: Tomando como referencia que las fortalezas es la solvencia financiera y la innovación, se determina que es un factor interno muy importante dentro de la distribuidora con un peso ponderado de ,65% destacando a las debilidades siendo el software para las gestiones principales tiene limitaciones y otros idiomas que alcanzaron un peso ponderado de 0,45% en su totalidad, mediante el análisis nos da pautas para tomar buenas decisiones.

1.7.2 Matriz MEFE

La clasificación se estableció bajo las siguientes medidas:

1. Nada importante. 2 poco importante. 3 importante 4 muy importante

Para determinar el peso se estableció un rango de 0 a 1; donde:

0,00 nada importante

1,00 muy importante

Cuadro 7

MEFE (Biblioteca Municipal)

Oportunidades			
Factor crítico de éxito	Peso	Calificación	Peso Ponderado
Aumento de la población.	0,15	3	0,45
Atención al cliente.	0,15	3	0,45
Políticas de estado.	0,10	2	0,20
Ubicación Cantón Quinindé.	0,25	4	1,00
			2,10
Amenazas			
Farmacia Sana Sana	0,15	3	0,45
Aparición de nuevos competidores en el mercado.	0,09	2	0,18
Delincuencia.	0,07	2	0,14
Crisis en el país.	0,05	1	0,05
			0,82

Análisis: Las oportunidades alcanzaron un peso ponderado de 2,10% por los siguientes factores: ubicación del Cantón Quinindé, aumento de la población, atención al cliente son ejes claves para la creación de la misma, teniendo siempre en cuenta la representación de las amenazas 0,82% del peso ponderado.

Cuadro 8

Matriz FODA análisis de los factores internos y externos

		Factores internos	
		Fortalezas	Debilidades
Estudio de factibilidad para la creación de una distribuidora de productos para el cuidado de la salud, Zona 1 del Cantón Quinindé 2015		Solvencia financiera	Software para las gestiones principales tiene limitaciones.
		Innovación	Otros idiomas
Factores Externos	Oportunidades	Estrategia FO	Estrategia DO
	Crecimiento poblacional.	Variedad en proveedores y preciso e innovación de productos.	Implementación de un sistema de kardex, mediante el volanteo informar y darse a conocer por ende promover las ventas.
	Ubicación del cantón Quinindé.		
	Atención al cliente.		
Factores Externos	Amenazas	Estrategia FA	Estrategia DA
	Farmacia Sana Sana	Al no existir un centro de productos para el cuidado de la salud, representa una oportunidad posicionarse y convertirse en una empresa líder y competitiva.	La ubicación del local comercial. El hecho de localizarlo en punto bien visible y cercano a centro y establecimientos se dará un notable incremento de la clientela.

CAPITULO III

1.8 Análisis del consumidor

Tabla 7

Segmentación

Variable	Segmento
Demográfica	
Edad	Población comprendida entre los 5 meses a 80 años de edad.
Sexo	Masculino y femenino
Nivel socioeconómico	Población cuyo ingreso sea al menos de un sueldo básico \$ 354 dólares.
Geográficos	
Unidad geográfica	País. Ecuador, provincia: esmeraldas, cantón: Quinindé.
Tipo de población	Sector urbano y rural
Psicograficas	
Clase social	Baja, media y alta
Motivo de compra	Necesidad corregir deformaciones y rehabilitación

Permite evaluar su eficiencia en función al análisis del consumidor

1.8.1 Determinación de la población y muestra

El mercado es el sitio donde se reúnen compradores y vendedores, entran en contacto para intercambiar bienes, servicios. Algunos mercados requieren de la coincidencia física del vendedor y el comprador. Otros mercados operan a través de intermedios que realizan transacciones en nombre de sus clientes.

Aunque hay diferentes tipos de mercados; estos sin embargo cumplen la misma función económica. Determinan los precios que garantizan que la cantidad de gente esta dispuesta a comprar sea igual a la cantidad que la gente que desea vender.

El objetivo es mediante la encuesta es determinar el análisis de la Oferta y Demanda a fin de establecer la demanda insatisfecha que será la razón para la creación de la empresa dedicada a la comercialización de productos para el cuidado de la salud en el Cantón Quinindé.

1.8.1.1 Población

Tabla 8

Población (Cantón Quinindé)

Habitantes en el parroquia	Porcentaje de la población económica mente activa	Total
7000 habitantes	54%	3780 posibles consumidores

Cuadro 9

Significado De La Muestra (Www.Matemática aplicada.Es//)

Variable	Significado
N	Población
E	Margen de error
P	Probabilidad de ocurrencia
Q	Probabilidad de no ocurrencia
Z	Nivel de confianza

Formula:

$$n = \frac{Z^2 pq N}{Ne^2 + Z^2 pq}$$
$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 3780}{(0,07)^2(3780 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$
$$n = \frac{3,630,312}{18,5171 + 0,9604}$$
$$n = \frac{3630,312}{19,4775}$$
$$n = 186 \text{ encuestas}$$

1.8.2 Técnicas de obtención de la información**1.8.2.1 Encuesta**

La encuesta es un método utilizado en la investigación de mercados, consiente en obtener una amplia información fundamental a través de preguntas estructuradas en un cuestionario. Las preguntas de la encuesta se dirigen a una muestra o al total de la población estadística para el estudio, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

1.8.2.2 Análisis de la información

Pregunta n° 1

1. ¿cuáles son los establecimientos donde habitualmente consume?

Tabla 9

Pregunta N°1 (Encuesta)

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Farmacias Sana Sana	71	38%
Cruz azul	40	22%
Económicas	29	16%
Botica el Pueblo	23	12%
Farmacia Manabí Descuento	23	12%
Total	186	100%

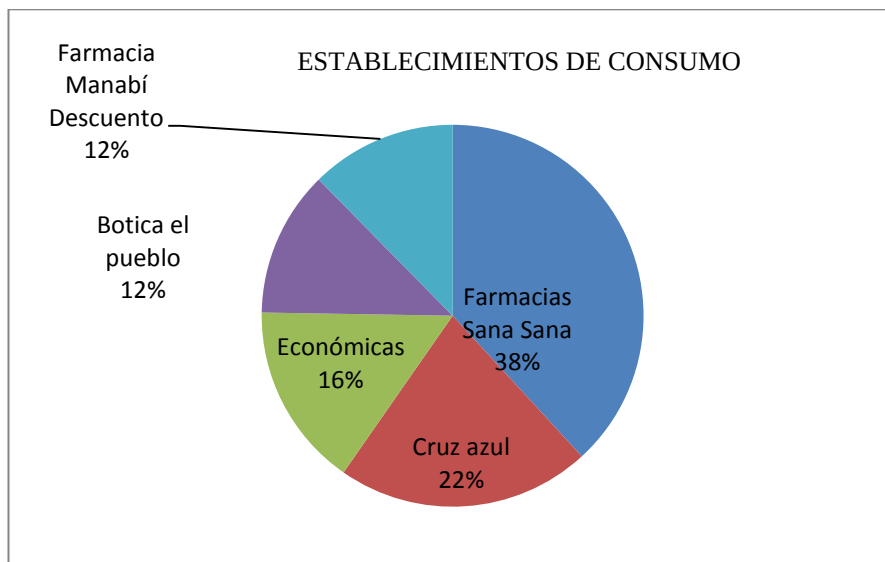


Figura 7 Pregunta N°1 (Encuesta)

Análisis: Mediante la encuestas obtenidas al momento de adquirir sus productos prefiere comprar el 38% en la Farmacia Sana Sana, 22% Cruz azul, 16% Económica, 12% en la Botica el pueblo, 12% en la Farmacia Manabí. Esto quiere decir que la creación de la distribuidora de insumos para la salud en el Cantón Quinindé es factible los habitantes tienen que trasladarse a las Provincias más cercanas para adquirir sus productos, al tener un lugar cercano y productos variados los habitantes consumirían en el mismo Cantón.

2. ¿con que frecuencia realiza sus compras en los lugares mencionados en la pregunta anterior?

Tabla 10

Pregunta N° 2 (Encuesta)

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
A diario	26	14%
Semanal	55	30%
Quincenal	75	40%
Mensual	30	16%
Total	186	100%

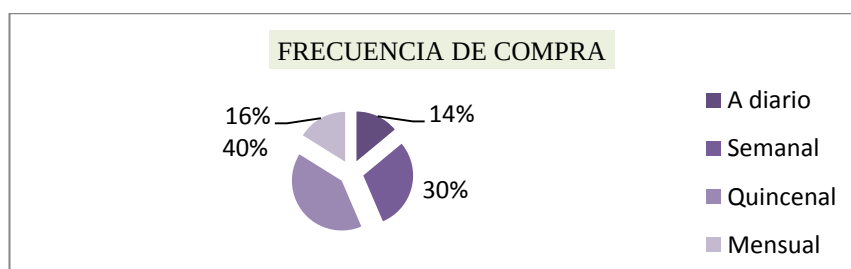


Figura 8 Pregunta N° 2 (Encuesta)

Análisis: de acuerdo a la encuesta los consumidores realizan sus compras el 14% a diario, 30% semanal, 40% quincenal, 16% mensual, cada quince días se vende más porque los habitantes de las parroquias y sectores aledaños al cantón van al cantón principal a adquirir sus productos.

3. ¿las compras que usted realiza las efectúa?

Tabla 11

Pregunta N°3 (Encuesta)

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
En el cantón	31	17%
Fuera del cantón	155	83%
Total	186	100%

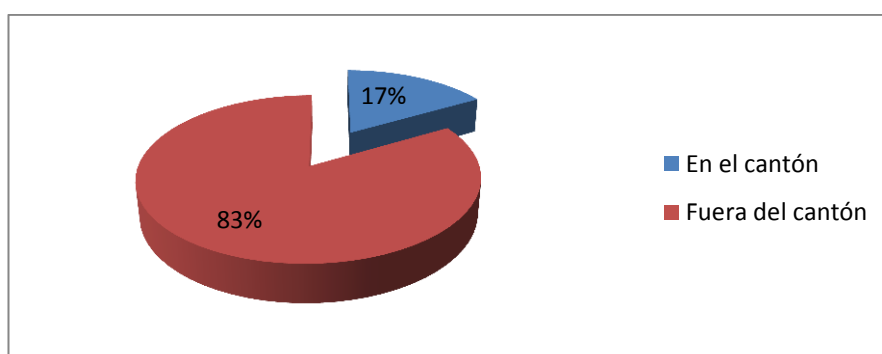


Figura 9

Pregunta N° 3 (Encuesta)

Análisis: mediante la información obtenida el 17% de los consumidores realizan sus compras en el cantón el 83% lo realiza fuera del Cantón Quinindé.

Se puede concluir que la creación de la Distribuidora de insumos para la salud es de gran ayuda para los consumidores porque pueden tener al alcance de sus manos una variedad de productos de calidad con precios bajos sin tener que gastar mucho en transporte ahorrándoles tiempo y dinero.

4. ¿se siente satisfecho con el trato que le ofrecen en los establecimientos a la cual usted acude?

Tabla 12

Pregunta N°4 (Encuesta)

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	40	22%
No	146	78%
Total	186	100%

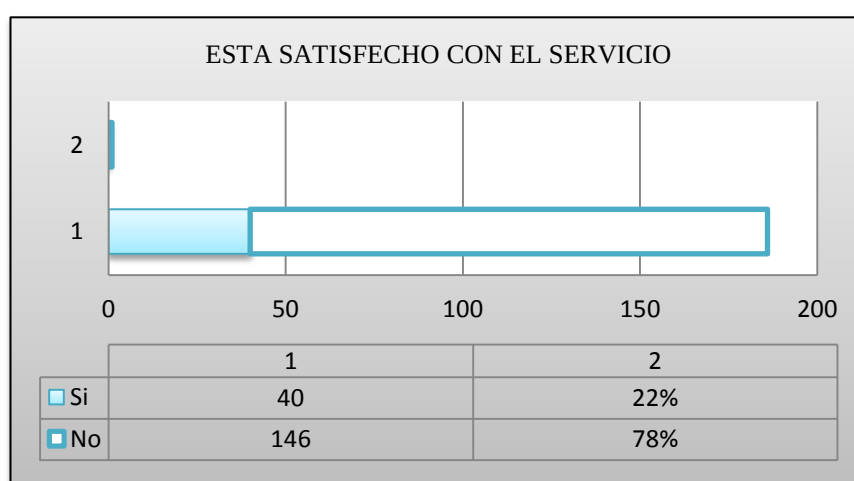


Figura 10 Pregunta N° 4 (Encuesta)

Análisis: mediante la información de la encuesta a los consumidores el 22% si están satisfechos y 78% no lo está. Representa una oportunidad para creación de la distribuidora de insumos para la salud ya que en la actualidad hay farmacias que ofrecen una gama mínima de estos productos, obligando a los consumidores a ir otras ciudades para adquirir los mismos.

5. ¿al momento de adquirir sus productos lo que más le atrae es?

Tabla 13

Pregunta N° 5 (Encuesta)

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
La calidad	46	25%
El precios	85	46%
Características	55	30%
Total	186	100%



Figura 11 Pregunta N° 5 (Encuesta)

Análisis: con la información obtenida el 25% de los consumidores al adquirir sus productos lo que más representa es la calidad, 46% el precio 30% las características del producto. Cabe recalcar que los consumidores adquirir productos que satisfagan sus necesidades a precios bajos y de calidad.

6. ¿cuál es la forma de pago de las compras que usted realiza?

Tabla 14

Pregunta N° 6 (Encuesta)

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	130	70%
Tarjeta de crédito	56	30%
Crédito personal	0	0%
Total	186	100%

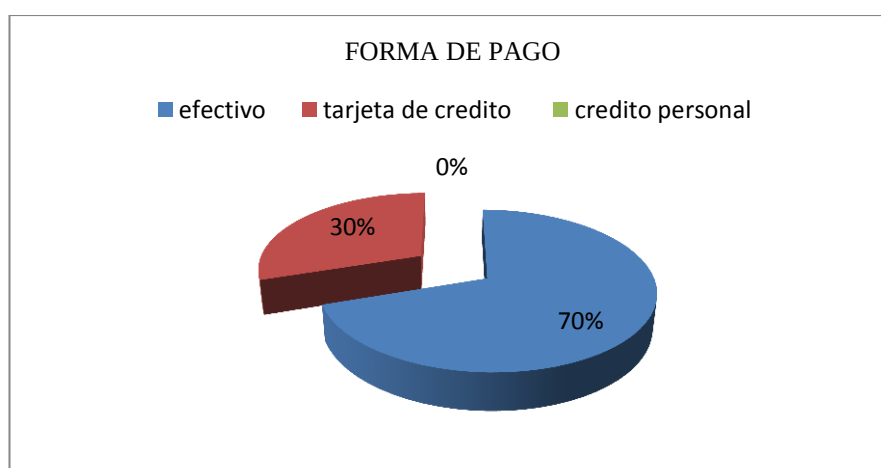


Figura 12 Pregunta N° 6 (Encuesta)

Análisis: a través de las encuestas obtenidas el 70% de los consumidores realizan sus compras en efectivo, 30% con tarjeta de crédito y el 0% a crédito personal, esto es muy bueno ya que al no tener demasiados créditos se obtendrá rentabilidad de la misma.

7. ¿le gustaría que en el cantón existiera un lugar que brinde los beneficios que usted necesite con productos de buena calidad y con excelentes precios?

Tabla 15

Pregunta N° 7 (Encuesta)

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	186	100%
No	0	0%
Total	186	100%

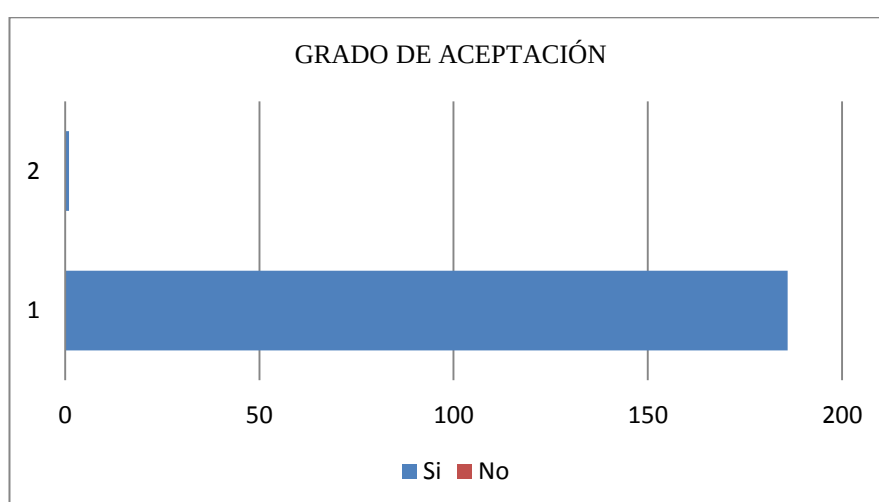


Figura 13 Pregunta N° 7 (Encuesta)

Análisis: Mediante la encuesta obtenida el 100% de la población lo ve positivamente la creación de un lugar cercano que les brinde todos los beneficios, ventajas y características.

8. ¿cuál es el monto de compra que usted realiza?

Tabla 16

Pregunta N° 8 (Encuesta)

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
\$5-10	24	13%
\$15-20	63	34%
\$20-40	99	53%
Total	186	100%

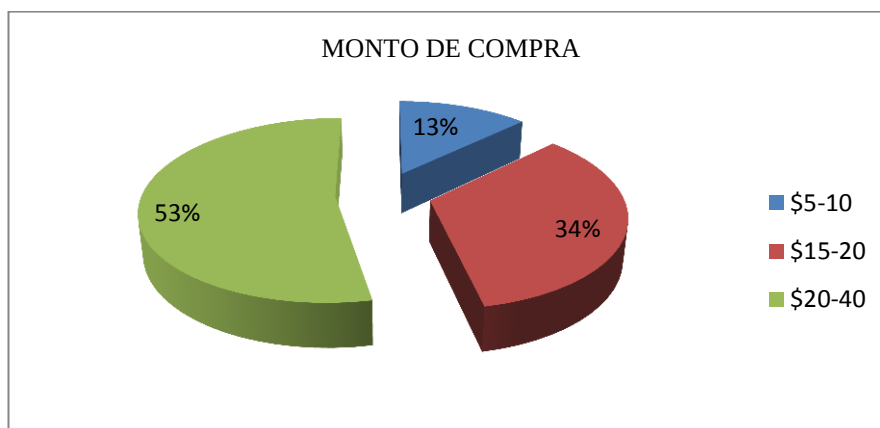


Figura 14 Pregunta N° 8 (Encuesta)

Análisis: Se determinó que el monto de compras es el siguiente: \$5-10 está representando el 13%, \$15-20 corresponde al 34%, \$20-40 corresponde al 53%, representa una oportunidad importante dentro del Cantón Quinindé porque tener al alcance todos los beneficios que ellos necesitan es de gran importancia y para el crecimiento de la empresa.

9. ¿la calidad de los productos que adquiere en las farmacias del cantón son?

Tabla 17

Pregunta N° 9 (Encuesta)

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Alto	40	22%
Medio	56	30%
Bajo	90	48%
Total	186	100%

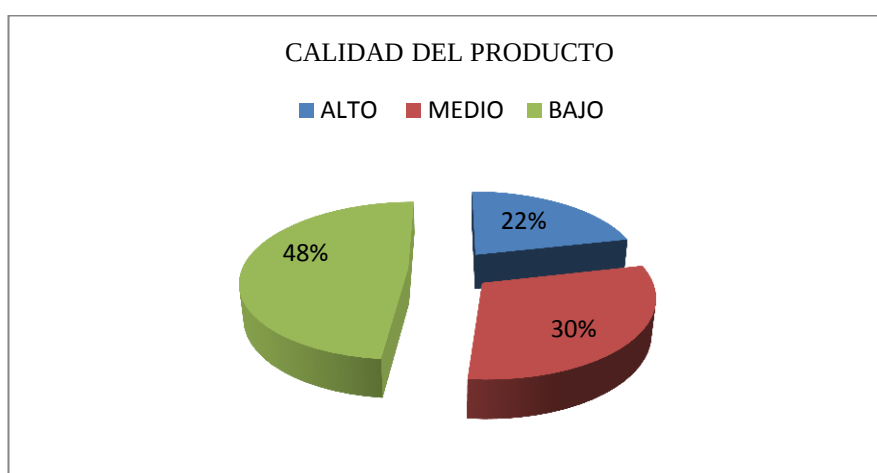


Figura 15 Pregunta N° 9 (Encuesta)

Análisis: Se concluyó en las encuestas realizadas 22% la calidad de los productos en el Cantón son altos, 30% que la calidad media 48% calidad baja. Es factible la creación de la distribuidora de insumos para el cuidado de la salud con productos sean estos variados y al alcance de todos los consumidores.

10. ¿cree usted que es necesario que en el cantón Quinindé se cree una distribuidora de productos para el cuidado de la salud?

Tabla 18

Pregunta N° 10 (Muestra)

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	186	100%
No	0	0%
Total	186	100%



Figura 16 Pregunta N° 10 (Encuesta)

Análisis: de acuerdo a las encuestas realizadas el 100% de los consumidores dice que si es necesario que en el cantón Quinindé se cree una distribuidora de productos para el cuidado de la salud. Es factible la creación ya que en la actualidad no cuenta con un sitio especializado que se dedique únicamente a la venta de insumos para el cuidado de la salud.

1.9 Oferta

1.9.1 Oferta histórica

Tabla 19

Oferta Histórica

Año	PIB	Oferta Histórica
2010	1,60	921.182,61
2011	1,24	936.161,19
2012	1,32	947.915,34
2013	1,90	960.595,20
2014	1,89	979.200,00

Para la oferta histórica se tomó en cuenta el Producto Interno Bruto, por sector de la salud, en los años 2010-2014, tomando como referencia a la oferta actual que es de \$ 979200,00

1.9.2 Oferta actual

El mercado al cual se enfoca este estudio, actualmente existen empresas que se dedican a la comercialización en la línea ortopédica mínima ya que su eje principal es la dispensación de medicamentos, según la página de la Superintendencias de Compañías de acuerdo a los criterios de búsqueda ubica a una empresa domiciliadas en la Provincia de Esmeraldas en estado activo que cubre la demanda de este Mercado.

De acuerdo al cálculo de ventas de la competencia.

Tabla 20

Oferta Actual

Competencia	Ventas anuales	Porcentaje
Farmacias Sana Sana	262800,00	27%
Cruz azul	223200,00	23%
Económicas	194400,00	20%
Botica el pueblo	149400,00	15%
Farmacia Manabí Descuento	149400,00	15%
Total	979200,00	100%

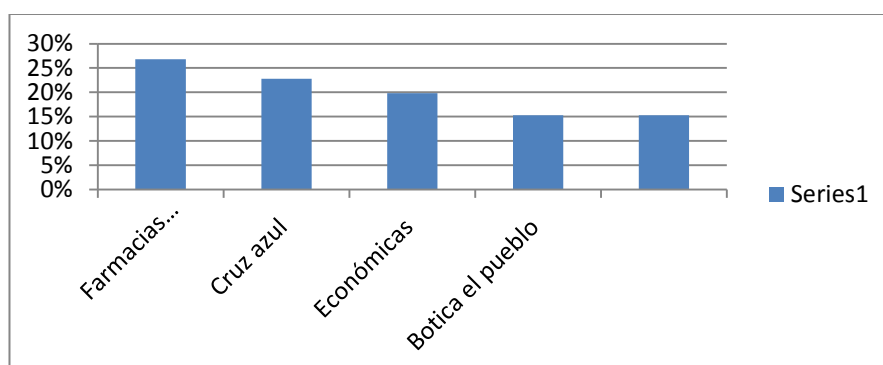


Figura 17 Oferta Actual

1.9.3 Oferta proyectada

Para determinar la oferta proyectada se tomó en cuenta el total de la demanda actual multiplicada el promedio del Producto Interno Bruto, por sector de la salud del año 2010 al 2014 que es de 1,59%.

Tabla 21

Oferta Proyectada

Año	%PIB	Oferta proyectada
2015	1,59	994.769,28
2016	1,59	1.010.586,11
2017	1,59	1.026.654,43
2018	1,59	1.042.978,23
2019	1,59	1.059.561,58
Total		5.134.549,63

1.10 Demanda

De acuerdo con la información recopilada en la encuesta, se determinó que el 100% de los habitantes del cantón Quinindé tiene aceptan positiva la creación de la Distribuidora de productos para el cuidado de la salud, sin embargo se toma en cuenta la 5ta parte del Mercado, correspondiente al 20% para el desarrollo del presente Proyecto.

1.10.1 Demanda actual

Se refiere a la cantidad de compradores que necesitan o demanda el producto y de esta manera satisfacen sus necesidades. En el caso del presente Proyecto, la demanda actual se denomina mediante el crecimiento poblacional.

Tabla 22

Demanda (Mediante El Crecimiento Poblacional Se Sacara La 5 Parte)

Posibles Consumidores	Quinta Parte	Promedio Consumo	Total Mensual	Total Anual
3780,00	756,00	30,00	22.680,00	272160,00

1.10.2 Demanda insatisfecha

Determinado el comportamiento de las variables se puede predecir el comportamiento del mercado.

Tabla 23

Representación De La Demanda Insatisfecha

Oferta anual	Demanda insatisfecha	Demanda actual
979200,00	272160,00	1251360,00

Demanda del proyecto

Tabla 24

Análisis De La Pregunta Encuestada N° 10

Demanda insatisfecha	\$272160,00
Porcentaje de aceptación 100% que corresponde a la quinta parte del 20%	\$54432,00
Demanda del proyecto	\$54432,00

Para determinar la demanda insatisfecha del proyecto se toma en consideración la pregunta 10 de la encuesta realizada, el Proyecto tiene una aceptación del 100% pero para acercarnos a la realidad se tomara la 5 parte correspondiente al 20%.

Tabla 25

Participación Dentro De La Competencia (DP/PCS)

Detalle	Ventas anuales	Porcentaje
Farmacias Sana Sana	262800,00	21%
Cruz Azul	223200,00	18%
Económicas	194400,00	16%
Botica El Pueblo	149400,00	12%
Farmacia Manabí Descuento	149400,00	12%
Distribuidora P.C.Salud	272160,00	22%
Total	1251360,00	100%

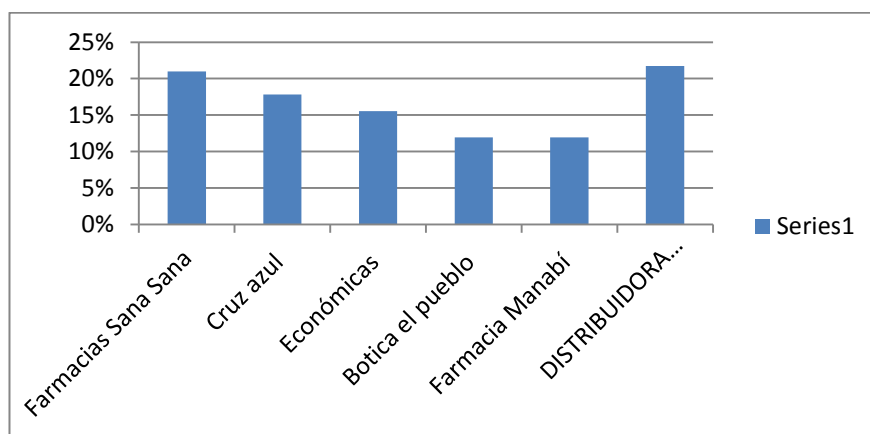


Figura 18 *Participación Dentro De La Competencia*

Análisis: la Distribuidora de productos para el cuidado de la salud tendrá una importante participación dentro del mercado 22% que corresponde a \$272160,00 con respecto a la totalidad de la oferta que es de \$1251360,00

1.10.3 Demanda proyectada

La proyección de la demanda para los años 2015 al 2019 se realiza con la tasa de crecimiento poblacional 2,6% como indica en la siguiente tabla.

Tabla 26

Demanda Proyectada

Año	Crecimiento poblacional	Demanda proyectada
2015	2,6	1283895,36
2016	2,6	1317276,63
2017	2,6	1351525,82
2018	2,6	1386665,49
2019	2,6	1422718,79

Para analizar la demanda proyectada, se tomó como referencia al crecimiento poblacional que es de 2,6% anual.

1.10.4 Balance oferta-demanda

Tabla 27

Balance Oferta Demanda

Oferta-demanda	
979200,00	1251360,00
-272160,00	
Demanda insatisfecha	

1.10.5 Balance proyectado

Tabla 28

Balance Proyectado

Año	Oferta proyectada	Demanda proyectada	Total
2015	994.769,28	1283895,36	- 289.126,08
2016	1.010.586,11	1317276,63	- 306.690,52
2017	1.026.654,43	1351525,82	- 324.871,39
2018	1.042.978,23	1386665,49	- 343.687,26
2019	1.059.561,58	1422718,79	- 363.157,21
Total	5.134.549,63	6762082,09	- 1.627.532,46

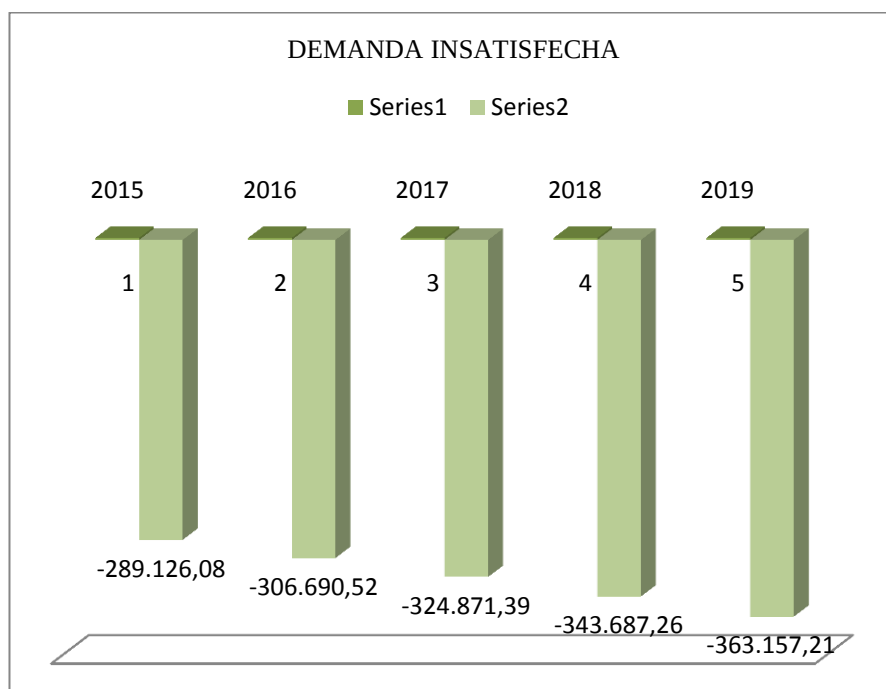


Figura 19 Balance Proyectado

Análisis: La demanda insatisfecha representa una oportunidad para la creación de la empresa en el Cantón Quinindé.

CAPITULO IV

1.11 Tamaño del proyecto

1.11.1 Capacidad instalada

La capacidad instalada es la disponibilidad de infraestructura necesaria para producir determinados bienes o servicios dependiendo de la demanda. Se solicita de: recursos humano, tecnológico, físicos, maquinaria, equipos, producto terminado.

Tomando en cuenta lo mencionado, la “Distribuidora de productos para el cuidado de la salud” contará con un Área de $60m^2$ Según lo establecido en el Reglamento de Control y Funcionamiento de Establecimientos Ortopédico. Y constara de las siguientes áreas; Exposición y Venta al público:

Perchas para los productos ortopédicos, estanterías, mostradores de vidrio, vitrinas de tienda, pechas de pared, metálicas.

(Esta área irá desde la puerta al mostrador, la bodega está situada fuera de la Distribuidora; debe tener buena iluminación y la tonalidad de la decoración debe ser cálida para que el cliente se sienta a gusto)

Área de almacenamiento: esta área se mantiene un stock de aquellos productos de mayor rotación.

Área administrativa: oficina del Gerente de la Distribuidora, baño, baterías sanitarias y lavado de manos.

1.11.2 Capacidad demandada

Tabla 29

Capacidad Demandada

Detalle	Cantidades	Valor unitario	Valor total
Percha	3	60,00	180,00
Vitrina y muebles expositores	2	150,00	300,00
Estanterías	2	75,00	150,00
Mostradores de vidrio	3	175,00	525,00
Perchas de pared	5	35,00	175,00
Elementos de escaparate	2	45,00	90,00
Computador	2	800,00	1600,00
Impresora	2	250,00	500,00
Caja registradora	1	360,00	360,00
Escritorios	2	100,00	200,00
Silla	2	45,00	90,00
Basurero	2	15,00	30,00
Archivadores de oficina	2	145,00	290,00
Carpetas colgantes	10	8,00	80,00
Materiales de oficina	Varios	50,00	50,00
Extintor	1	45,00	45,00
Alarmas	1	80,00	80,00
Teléfono – internet	1	35,00	35,00
Rotulo	1	200,00	200,00
Aire acondicionado lg.	1	330,00	330,00
Útiles de aseo	Varios	15,00	15,00
Total			5325,00

Cuadro 10

Número De Trabajadores

Personal	Numero	Sueldo mensual	Sueldo anual
Administrador	1	450	7.031,10
Técnico ortopédico	1	100	1.200,00
Auxiliar	1	400	6.289,20

1.11.3 Rol de pagos

La distribuidora de productos para el cuidado de la salud "ortopédica" contará con el siguiente personal:

- Gerente emprendedor autónomo
- Técnico de ortopedia
- Auxiliar/dependiente

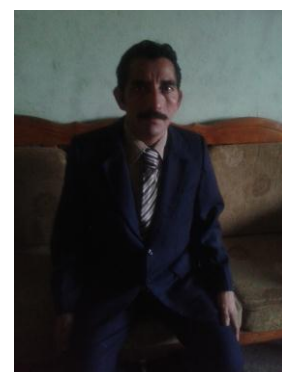


Tabla 30

Rol De Pagos

Cargo	Sueldo	Decimo 3	Decimo 4	Vacaciones	Fondo de .reserva	Aporte patronal	Subtotal	Total anual
Administrador	450	37,5	29,5	18,75	0	50,18	585,93	7.031,10
Técnico ortopédico	100						100,00	1.200,00
Auxiliar dependiente	400	33,33333333	29,5	16,66666667	0	44,60	524,10	6.289,20
Total								14.520,30

1.12 Localización

Es la ubicación que tendrá la empresa para ejercer sus actividades

Administrativas, comerciales será definido a través del estudio de ubicación,

brindándole mejores beneficios y mayores facilidades.

1.12.1 Macro localización

El proyecto se desarrolla en el Cantón Quinindé - Provincia de Esmeraldas, la macro localización corresponde al Cantón Quinindé debido a su ubicación estratégica, el fácil acceso de transporte, servicios básicos, y por qué tiene un importante mercado potencial.

Ilustración 10

Macro- Localización (Cantón Quinindé Inec)



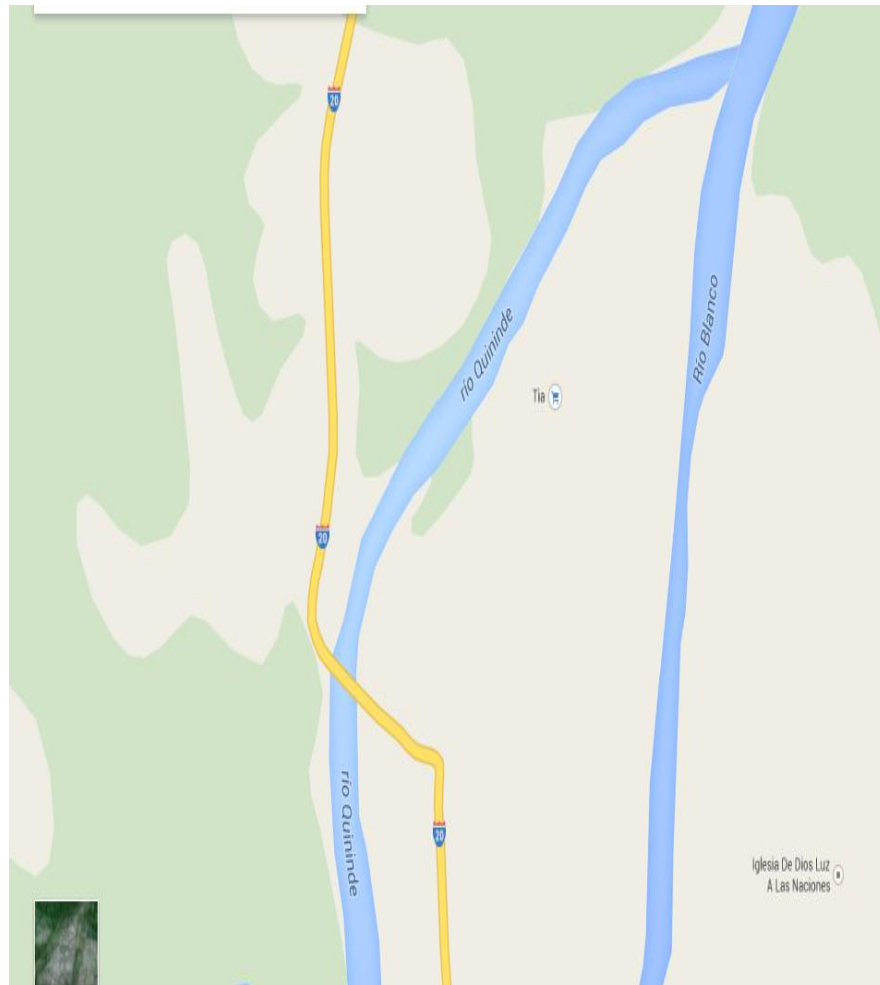
El Proyecto de factibilidad se realizara: Provincia de Esmeraldas, Cantón-
Quinindé, Parroquia-Rosa Zárate.

El espacio físico donde la empresa desarrollara sus actividades será: Av.
Macrovio Velazco, Av. 6 De Diciembre y 24 De Mayo, Av. Guay Ababa

1.12.2 Micro localización

Ilustración 11

Micro Localización (Municipio de Quinindé)



La Distribuidora de productos para el cuidado de la salud “ productos Ortopédicos tendrá ubicación en: Barrio Central, sitio estratégico debido a que existe una numerosa afluencia de personas en el sector y lugares importantes.

1.12.3 Localización optima

Ilustración 12

Localización Óptima

A v. 6 D e D i c i e m b r e Y 2 4 D e M a y o	Parada de buses provinciales	Municipio del cantón Quinindé	A v. 9 D e O c t u b r e
			
	Av. Macrovio velazco		
			
	Ferias	Mercado central	
			
	Dentro de mercado central se encuentra la distribuidora de productos para el cuidado de la salud		
	Av. Guay ababa		

La Distribuidora de productos para el cuidado de la salud funcionará en las av. 24 de Mayo y Macrovio Velazco, Barrio Central, se da la mayor concurrencia debido a que se encuentra el Mercado Central, el Municipio, los lugares mas representativos del Cantón Quinindé, por lo tanto es un sitio estrategico para que se ubique la empresa, se tomo en cuenta el Barrio Central mediante la siguiente tabla de ponderacion:

4 = muy representativo 3 = representativo 2 = poco representativo 1 = nada representativo

Tabla 31

Localización Óptima

Observación	Barrio Central	Barrio Nuevo Quinindé	Barrio El Paraíso
Clientes	4	4	3
Accesibilidad	4	4	4
Servicios básicos	4	3	3
Costos de arriendo	4	3	3
Espacio físico (infraestructura)	4	4	4
Total	20	18	17

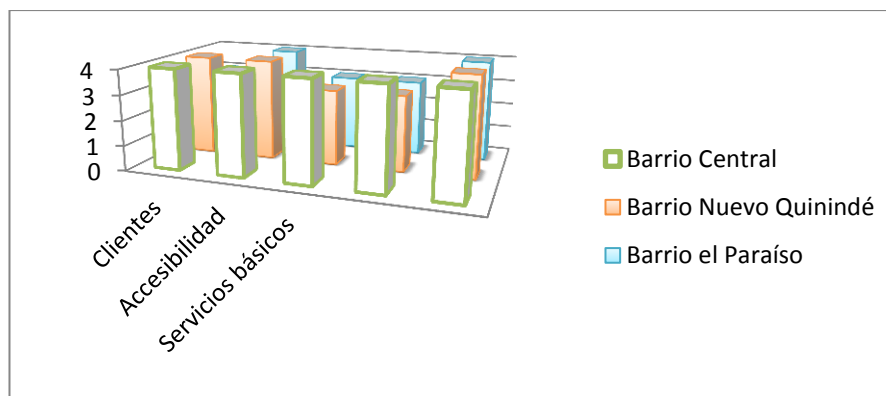


Figura 20 Localización Óptima

Analizando el gráfico se puede determinar que el Barrio Central se encuentra en punto bien visible y cercano al Mercado, establecimientos donde hay un notable incremento de clientela, es el más propicio para la ubicación de la distribuidora.

Existe una mayor cantidad de personas que circulan por el centro. Es un sector de fácil accesibilidad para los consumidores y de mayor concurrencia, porque está ubicado en Mercado Central.

Cuenta con todos los Servicios Básicos. El espacio físico es ideal, que corresponde a $60m^2$, según lo establecido en el reglamento de control y funcionamiento de establecimientos del MSP.

1.13 Ingeniería del producto

1.13.1 Definición del ByS

Los productos para el cuidado de la salud ``Ortopédicos`` parten de principios básicos del conocimiento Médico y tecnológico. Durante el presente siglo la evolución de la ingeniería, el conocimiento de más y mejores en materiales, así como los avances Médicos en el manejo de los trastornos discapacidades y rehabilitaciones ha permitido el perfeccionamiento de estas ayudas. La misma que busca prevenir deformaciones, corrección de deformidades, restablecimiento de una función perdida o disminuida, tracción o soporte de peso, control de movimientos involuntarios, curación de mejoría o un estado patológico.

Sus características funcionales: inmovilización; movimiento; asistencia

1.13.2 Distribución de la planta

Para iniciar el negocio, es necesario incluir un responsable, cuya titulación acredite una cualificación en función de los productos que tenga a su cargo. Así las tareas que se realizara básicamente serán las propias de cada puesto. El área con las que contara la “Distribuidora de productos para el cuidado de la salud” son:

1.13.3 Área Gerente administrativa

El Gerente, se encargara de toda la gestión del negocio, comercial y contable administrativa (en caso de no poseer estos conocimientos, algunas de estas tareas pueden ser encargadas a una asesoría externa). Además, En este proyecto se ha considerado que este puesto será el de la persona emprendedora para lo cual estará dada de alta en el régimen especial de Autónomo de la seguridad social.

1.13.4 Área de Recepción Dependiente

Zona de exposición y venta al público, con personal capacitado apto para desarrollar las funciones encomendadas.

1.13.5 Área de almacenamiento

Formada por: En esta zona se mantiene un pequeño stock de aquellos productos de mayor rotación.

Ilustración 13

Plano De La Distribuidora De Productos Para El Cuidado De La Salud

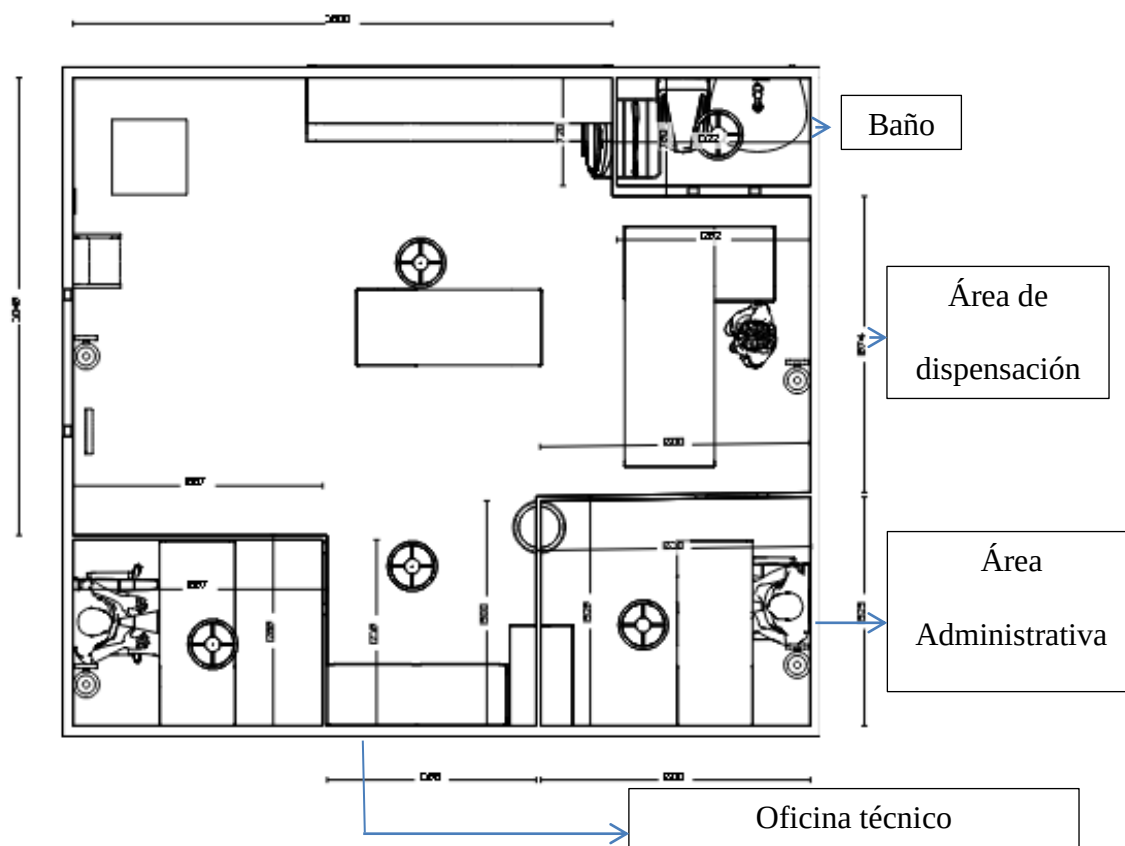


Ilustración 14

Planos Internos De La Distribuidora En 3D

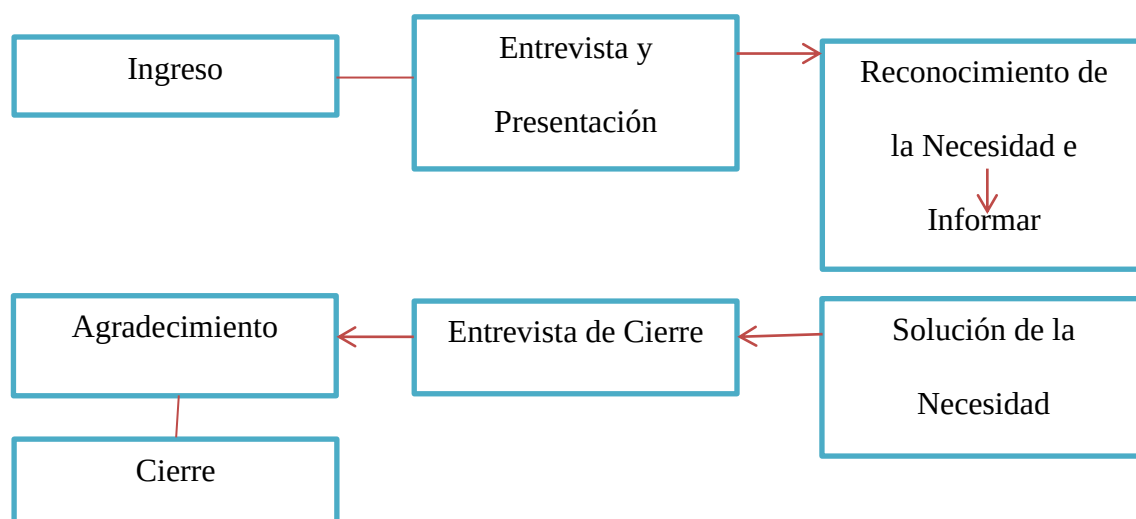


3D



Cuadro 11

Proceso De Comercialización



1.13.6 Maquinaria y equipo

Maquinaria.-La “distribuidora de productos para el cuidado de la salud”, se consolida como una empresa comercializadora y no productora, no existe maquinaria.

Cuadro 12

Equipos Para El Desarrollo Delas Actividades

Detalle	Valor
Computador	1.600,00
Caja registradora	360,00
Impresora	500,00
Subtotal	2.460,00
Equipo de oficina	35,00
Muebles y enseres	1.420,00
Muebles de oficina	660,00
Adecuaciones local	695,00
Subtotal	2.810,00
Total	5.270,00

Tabla 32

Equipo De Computación

Computadora	2	800	1600,00
Caja registradora	1	360	360,00
Impresora	1	500	500,00
Total			2460,00

Tabla 33

Equipo De Oficina

Teléfono	1	35	35,00
----------	---	----	--------------

Tabla 34

Muebles De Oficina

Escritorio	2	100	200,00
Silla	2	45	90,00
Archivadores de oficina	2	145	290,00
Carpetas colgantes	10	8	80,00
Total			660,00

Tabla 35

Muebles Y Enseres

Perchas	3	60	180,00
Estanterías	2	75	150,00
Perchas de pared	5	35	175,00
Muebles expositor	2	150	300,00
Mostradores vidrio	3	175	525,00
Elementos de escaparate	2	45	90,00
Total			1420,00

Tabla 36

Adecuaciones Del Local

Pintura, electricidad	1	120	120,00
Acabados	1	150	150,00
Alarma	1	150	150,00
Extintor	1	49	49,00
Rotulo	1	60	60,00
Aire acondicionado	1	150	150,00
Basurero ecológico	2	3	6,00
Útiles aseo	1	10	10,00
			695,00

1.13.7 Aspectos legales

Requisitos para apertura las distribuidoras de productos para el cuidado de la salud:

- 1.-Aprobación del nombre o Razón Social de la empresa, en las Superintendencias de Compañías. Para lo cual, la pág. La Superintendencias de Compañías (<https://www.supercias.gov.ec/>) cuenta con un servicio para usuario de este sitio web la opción que les permite reservar el nombre de compañía.
- 2.-Apertura de la cuenta de integración de capital en cualquier banco de la ciudad.
- 3.-Elevar a escritura pública la constitución de la empresa, en cualquier notaria.
- 4.-Presentación de 3 escrituras de constitución con oficio firmado por un abogado en las Superintendencias de Compañías.
- 5.-Las Superintendencias de Compañías en el transcurso de 48 horas como máximo pueden revisar emitir un oficio de resolución.

6.-Debe publicar en la periódica de amplia circulación en el domicilio de la empresa por un solo día.

7.-Debe sentar razón de la resolución de constitución en la escritura en la misma notaria donde obtuvo la escritura.

8.-Patente Municipal, RUC, normativa de seguridad, etc.

CAPÍTULO V

1.14 Ingresos

1.14.1 Ingresos operacionales

Debido a que los ingresos operacionales en la distribuidora de productos para el cuidado de la salud, se forman por la comercialización de productos ortopédicos, se toma en cuenta el promedio de ventas analizando en la demanda.

Cuadro 13

Demanda Insatisfecha

Demanda insatisfecha	\$272160,00
Porcentaje de aceptación 100% que corresponde a la quinta parte del 20%	\$5.4432,00
Demanda del proyecto	\$5.4432,00

Tabla 37

Ventas

Ventas anuales	54432,00
Ventas mensuales	4536,00
Ventas diarias	151,20

1.14.2 Ingresos no operacionales

La distribuidora de productos para el cuidado de la salud, no cuenta con ingresos operacionales

1.15 Costos

1.15.1 Costos directos

Está relacionado a la obtención del producto o servicio, es lo se va a gastar para el desempeño de la empresa

Tabla 38

Costos Directos

Demanda insatisfecha	272160,00
Porcentaje de aceptación 20% que corresponde a la quinta parte	54432,00
Demanda insatisfecha del proyecto	54432,00
Total de adquisición de productos anual	108864,00

Tabla 39

Consumo Promedio

Posibles consumidores	3.780,00
Quinta parte	756,00
Promedio de consumo mensual	30,00
Total mensual	22.680,00
Total anual	272.160,00
Mercadería 2	544.320,00

1.15.2 Costos indirectos

Estos costos no están relacionados con la comercialización con la distribuidora de productos para el cuidado de la salud.

Tabla 40

Costos Indirectos

Costos indirectos	Mensual	Anual
Luz	20,00	240,00
Teléfono	35,00	420,00
Útiles de aseo	10,00	120,00
Total	65,00	780,00

1.15.3 Gastos administrativos

Permite el desarrollo eficiente y coordinado de la actividad global de la empresa y se manifiesta contablemente en los gastos administrativos, en la ``Distribuidora de productos para el cuidado de la salud`` se toma en cuenta:

Tabla 41

Gastos Administrativos

Gastos administrativos	
Sueldo del técnico en ortopedia	1200,00
Depreciación de equipos de computación	819,92
Depreciación de equipos de oficina	3,50
Depreciación de muebles y enseres	142,00
Depreciación de muebles de oficina	66,00
Depreciación adecuaciones del local	69,50
Amortización permiso de funcionamiento	165,00
Suministros de oficina	600,00
Total	3065,92

Tabla 42

Depreciaciones De Activos Fijos

Depreciaciones de activos fijos								
Vida Útil								
Años	Detalle	Valor	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
3	Equipo computación	2460,00	33,33	819,92	819,92	819,92	-	-
10	Equipo oficina	35,00	10,00	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50
10	Muebles enseres	1420,00	10,00	142,00	142,00	142,00	142,00	142,00
10	Muebles de oficina	660,00	10,00	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00
20	Adecuaciones del local	695,00	10,00	69,50	69,50	69,50	69,50	69,50
Total		5270,00		1.100,92	1.100,92	1.100,92	281,00	281,00

1.15.4 Gastos financieros

Representa todos aquellos gastos relacionados a endeudamiento o servicio del sistema financiero, la utilización de créditos por parte de la empresa tanto para su implementación como para su funcionamiento.

En el Ecuador la principal fuente de financiamiento para estimular a las empresas Nacionales en la concesión de crédito, lo constituye las IFI'S de acuerdo a los datos publicados por el banco central del Ecuador.

Crédito corporativo corresponde a empresa cuyo ventas sean anuales sean iguales o superiores al nivel que conste en el instructivo de la tasa de interés, dependiendo al sector económico al que se pertenece, en este caso será a la cooperativa de la policía nacional 10,39% interés.

Tabla 43

Monto Del Préstamos y Tasa de Interés

Gastos financieros

Monto del préstamo	30000,00
Tasa de interés	10,39% (0,8658%)
Tiempo	36
Pago mensual	973,52
Total interés a 3 años	631,74

Tabla 44

Amortización

Amortización de activos diferidos								
Años	Detalle	Valor	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
5	Gastos de constitución	165,00	20	33,00	33,00	33,00	33,00	33,00
5	Gastos de investigación	958,94	20	191,79	191,79	191,79	191,79	191,79
		1.123,94		224,79	224,79	224,79	224,79	224,79

Tabla 45

Crédito financiero

Amortización					
Tiempo	C	I	P	Cap. pago	
1	30.000,00	259,75	973,52	713,77	
2	29.286,23	253,57	973,52	719,95	
3	28.566,28	247,34	973,52	726,18	
4	27.840,10	241,05	973,52	732,47	
5	27.107,63	234,71	973,52	738,81	
6	26.368,82	228,31	973,52	745,21	
7	25.623,61	221,86	973,52	751,66	
8	24.871,95	215,35	973,52	758,17	
9	24.113,79	208,79	973,52	764,73	
10	23.349,05	202,16	973,52	771,35	
11	22.577,70	195,49	973,52	778,03	
12	21.799,67	188,75	973,52	784,77	2.697,11
13	21.014,90	181,95	973,52	791,56	
14	20.223,33	175,10	973,52	798,42	
15	19.424,92	168,19	973,52	805,33	
16	18.619,58	161,21	973,52	812,30	
17	17.807,28	154,18	973,52	819,34	
18	16.987,94	147,09	973,52	826,43	
19	16.161,51	139,93	973,52	833,59	
20	15.327,93	132,71	973,52	840,80	
21	14.487,12	125,43	973,52	848,08	
22	13.639,04	118,09	973,52	855,43	
23	12.783,61	110,68	973,52	862,83	
24	11.920,78	103,21	973,52	870,30	1.717,80
25	11.050,48	95,68	973,52	877,84	
26	10.172,64	88,08	973,52	885,44	
27	9.287,20	80,41	973,52	893,11	
28	8.394,09	72,68	973,52	900,84	
29	7.493,25	64,88	973,52	908,64	
30	6.584,61	57,01	973,52	916,51	
31	5.668,11	49,08	973,52	924,44	
32	4.743,67	41,07	973,52	932,45	
33	3.811,22	33,00	973,52	940,52	
34	2.870,70	24,86	973,52	948,66	
35	1.922,04	16,64	973,52	956,88	
36	965,16	8,36	973,52	965,16	
37	0,00	0,00	973,52	973,52	973,52

631,74

Tabla 46

Representada Cada Año La Amortización

Año 1	2.697,11
Año 2	1.717,80
Año 3	973,52

1.15.5 Gastos de venta

Permite ubicar la comercialización en el mercado afrontando el proceso de comercialización de sus diversos niveles.

Tabla 47

Gastos en Venta

Gastos de venta	
Sueldo del administrador	7.031,10
Auxiliar	6.289,20
Volanteo	1.200,00
Total	14.520,30

1.16 Inversión del proyecto

1.16.1 Activos fijos

Se define como el valor de aquellos bienes muebles e inmuebles que la ``Distribuidora de productos para el cuidado de la salud`` utilizara de manera continua en el curso normal de sus operaciones.

Tabla 48

Activos Fijos

Activos fijos			
Detalle	Cantidad	V/u	V/total
Muebles y Enseres			
Perchas	3	60	180,00
Estanterías	2	75	150,00
Perchas de pared	5	35	175,00
Muebles expositor	2	150	300,00
Mostradores vidrio	3	175	525,00
Elementos de escaparate	2	45	90,00
			1420,00
Muebles de Oficina			
Escritorio	2	100	200,00
Silla	2	45	90,00
Archivadores de oficina	2	145	290,00
Carpetas colgantes	10	8	80,00
			660,00
Equipo de Computación			
Computadora	2	800	1600,00
Caja registradora	1	360	360,00
Impresora	1	500	500,00
			2460,00
Equipo de Oficina			
Teléfono	1	35	35,00
Adecuaciones del Local			
Pintura, electricidad	1	120	120,00
Acabados	1	150	150,00
Alarma	1	150	150,00
Extintor	1	49	49,00
Rotulo	1	60	60,00
Aire acondicionado	1	150	150,00
Basurero ecológico	2	3	6,00
Útiles aseo	1	10	10,00

1.16.2 Activos nominales

Tabla 49

Activos Nominales

Activos nominales	
Gastos de constitución	165,00
Gastos investigación	958,94
Subtotal	1123,94

1.16.3 Capital de trabajo

Se considera aquellos recursos que requiere el proyecto para atender las operaciones de comercialización de bienes o servicios y contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al ciclo del proyecto en su fase de funcionamiento.

(Costo Total del Año/360 Días)* Por el Número de Día del ciclo

Tabla 50

Capital de Trabajo

Capital de trabajo	
Caja	165,00
Bancos	1000,00
Mercadería	45360,00
Subtotal activo corriente	46.525,00

Estado de situación inicial de la ``distribuidora de productos para el cuidado de la salud´´.

Tabla 51

Balance General

Distribuidora de productos para el cuidado de la salud			
Balance general			
31-abril-2015			
Activos		Pasivos	
Activos corrientes		Pasivos corrientes	
Mercadería	45.360,00		
Caja	165,00		
Bancos	1000,00		
Sub. Act. Corrientes	46.525,00		
		Pasivos a largo plazo	
Activos fijos		Crédito bancario	30.000,00
Muebles y enseres	1420,00		
Equipo de oficina	35,00	Total pasivo	30.000,00
Muebles oficina	660,00		
Equipo computación	2460,00		
Adecuaciones de local	695,00	Patrimonio	
Sub. Act. Fijos	5270,00	Patrimonio	22.918,94
Otros activos			
Gastos de constitución	165,00		
Gastos de investigación	958,94		
Sub.act. Diferidos	1123,94		
Total	52.918,94	Total pasivo + patrimonio	52.918,94

Fuentes de financiamiento y usos de fondo

Tabla 52

Representación de como está Financiada la Empresa

Total activos	52.918,94
Préstamo	30.000,00
Patrimonio	22.918,94

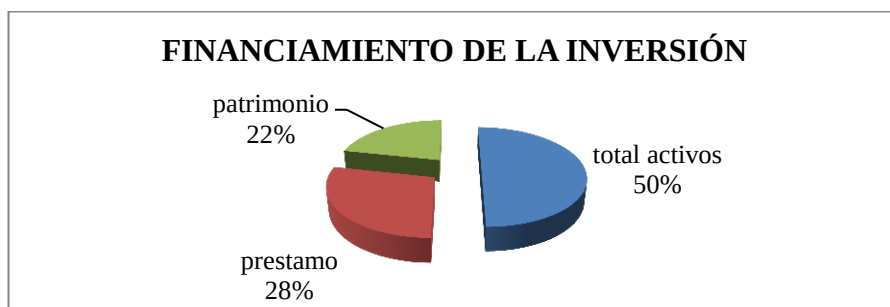


Figura 21 *Financiamiento de la Inversión*

Análisis: el total de la inversión representa el 50% que es de \$52.918,94 y se cuenta con un capital propio de \$ 22.918,94 es decir que un 22% corresponde a la inversión propia y el 28% restante que es \$ 30.000,00 se financiara con un préstamo.

Monto del préstamo

Cuadro 14

Gasto Financiero

Gastos financieros

Monto del préstamo	30000,00
Tasa de interés	10,39% (0,8658%)
Tiempo	36
Pago mensual	973,52
Total interés a 3 años	631,74

1.17Pronostico financiero

Tabla 53

Estado de Pérdidas y Ganancias

Estado de pérdidas y ganancias					
Año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	272160,00	306615,456	345432,9727	389164,79	438433,05
Costos de venta	204.120,00	229.961,59	259.074,73	291.873,59	328.824,79
Util.b. Ventas	68040,00	76653,86	86358,24	97291,20	109608,26
Gastos. Ventas	14.520,30	15.629,43	16.823,27	18.108,31	19.491,51
S/s administrador	7.031,10	7.568,03	8.145,96	8.768,03	9.437,60
S/s auxiliar	6.289,20	6.769,48	7.286,43	7.842,86	8.441,78
Voluntaría	1.200,00	1.291,92	1.390,88	1.497,42	1.612,13
Ut. Net. Ventas	53.519,70	61.024,44	69.534,97	79.182,89	90.116,76
Gastos de administración	2933,92	3071,80	3220,24	2560,13	2732,19
Sueldo del técnico en ortopedia	1200,00	1291,92	1390,88	1497,42	1612,13
Depreciación de equipos de computación	819,92	819,92	819,92	-	-
Depreciación de equipos de oficina	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50
Depreciación de muebles y enseres	142,00	142,00	142,00	142,00	142,00
Depreciación de muebles de oficina	66,00	66,00	66,00	66,00	66,00
Depreciación adecuaciones del local	69,50	69,50	69,50	69,50	69,50
Amortización permiso de funcionamiento	33,00	33,00	33,00	33,00	33,00
Suministros de oficina	600,00	645,96	695,44	748,71	806,06
Útil. Operacional	50.585,78	57.952,64	66.314,73	76.622,75	87.384,57
Gastos financieros	2697,11	1717,80	973,52	0,00	0,00
Préstamo	2697,11	1717,80	973,52		
Útil. Antes .impuesto	47.888,67	56.234,84	65.341,21	76.622,75	87.384,57
15% trabajadores	7.183,30	8.435,23	9.801,18	11.493,41	13.107,69
Útil. Impuesto	40.705,37	47.799,62	55.540,03	65.129,34	74.276,88
% dl impuesto renta 15	6.105,81	9.559,92	11.108,01	16.282,33	18.569,22
Útil. Total	34.599,56	38.239,69	44.432,02	48.847,00	55.707,66
10% reserva legal 10%	3.459,96	3.823,97	4.443,20	4.884,70	5.570,77
Útil. Dividendos	31.139,61	34.415,72	39.988,82	43.962,30	50.136,90

Tabla de impuesto a la renta año 2015

Tabla 54

Impuesto a la Renta Año 2015 (SRI)

Fracción básica	Exceso hasta	Impuesto a la fracción básica	% Impuesto a la fracción básica
0	10,800	0	
10,800	13,770	0	5%
13,770	17,210	149	10%
17,210	20,670	493	12%
20,670	41,330	908	15%
41,330	61,980	4,007	20%
61,980	82,660	8,137	25%
82,660	110,190	13,307	30%
110,190	En adelante	21,566	35%

Para las proyecciones de los años siguientes se tomaron en cuenta los siguientes datos:

Tabla 55

Datos Aplicados en Calculo del Van

Año	%	
2014	3,76	Inflación
2014	5	Producto interno bruto (PIB)
2014	8,19	Tasa de interés activa
2014	3,9	Crecimiento poblacional

Inflación + PIB + Crecimiento Poblacional	12,66	0,1266
Crecimiento Poblacional + Inflación	7,66	0,0766

Proyecciones de sueldo

Tabla 56

Proyecciones de Sueldos

Proyecciones de sueldos		
2011	264	10,61%
2012	292	8,90%
2013	318	6,92%
2014	340	4,12%
2015	354	
		30,55%
		7,64%

Flujo de caja

Tabla 57

Flujo de Caja

Flujo de caja						
	AÑO 0	1	2	3	4	5
Utilidad		34.599,56	38.239,69	44.432,02	48.847,00	55.707,66
Depreciación		1.100,92	1.100,92	1.100,92	281	281
Amortización		33	33	33	33	33
Gastos Financieros		2697,11	1717,8	973,52	0	0
Flujo Operacional		38.431,59	41.093,41	46.542,46	49.161,00	56.021,66
Costo Total Neto	-47.648,94					
Activos Fijos	-5270					
Flujos Netos	-52.918,94	38.431,59	41.093,41	46.542,46	49.161,00	56.021,66

Punto de equilibrio

Tabla 58

Punto de Equilibrio

Punto de equilibrio		
Gastos totales	Gastos fijos	Gastos variables
Costos de ventas		
204.120,00		204.120,00
Gastos de venta		
14.520,30	13.320,30	1.200,00
Gastos administrativos		
2933,92	2933,92	
Gastos financieros		
2697,11	2697,11	
Subtotal	18.951,33	205.320,00
Total	224.271,33	

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{P.v.u - c.v.u}$$

Tabla 59

Precio de Venta por Unidad

PVU=	272160,00/360	756,00
CVU=	205320,00/360	570,33
		185,67
Pe		18.951,33
		185,67
		102,0718

Análisis: se logra un equilibrio de costos y gastos totales en 102,0718 días.

1.17.1 Punto de equilibrio monetario

$$P.E. \text{ monetario} = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{C.v.u}{P.v.u}}$$

$$\frac{C.v.u}{P.v.u} = \frac{570,33}{756,00} = 0,75$$

$$P.E \text{ monetario} = \frac{18951,33}{-1 (0,75)}$$

$$P.E \text{ monetario} = \frac{18951,33}{0,25}$$

$$P.E \text{ monetario } 77166,28$$

Análisis: El equilibrio monetario de los gastos y costos totales es de 77166,28

1.18 Evaluación financiera

Tabla 60

T(MAR)

T(MAR)	Inflación	Tasa Interés Activa	
Suma	3,76		8,19
T(MAR) =	17,55		0,1755
FLUJOS			
NETOS		VAN	
0	- 52.918,94	-	52.918,94
1	38.431,59		32.693,83
2	41.093,41		29.739,04
3	46.542,46		28.653,75
4	49.161,00		25.747,21
5	56.026,66		24.962,13
			88.877,01

1.18.1 Van

Tabla 61

VAN

	Flujos Netos		VAN
0	- 52.918,94	-	52.918,94
1	38.431,59		32.693,83
2	41.093,41		29.739,04
3	46.542,46		28.653,75
4	49.161,00		25.747,21
5	56.026,66		24.962,13
			88.877,01

Análisis: mediante el análisis financiero se determina que la vida útil de la empresa, en cinco años generara un total de \$ de recursos netos \$ 25.327,43 de recursos netos.

1.18.2 TIR

Tabla 62

TIR

Año	VAN	TIR
0	- 52.918,94	- 52.918,94
1	32.693,83	21.910,83
2	29.739,04	13.357,12
3	28.653,75	8.625,03
4	25.747,21	5.194,01
5	24.962,13	3.374,79
	88.877,01	- 457,16

$$TIR = 0,75\%$$

$$TIR = 75\%$$

Análisis: la tasa interna de retorno es de 75% mayor al (TMAR) que corresponde al 17,55% al realizar la inversión la empresa tiene una alta rentabilidad.

Razón costo beneficio

Tabla 63

Razón Costo Beneficio

$$R\ c/b = \frac{141.795,95}{52.918,94}$$

$$R\ c/b = 2,6794934$$

Elaborado por: Lilian Zamora

Análisis: la razón costo benefició tiene un valor de 1,69 es decir que por cada dólar que se invierta se obtendrá una utilidad de 0,69 centavos.

Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Tabla 64

PRI

$$PRI = \frac{14.487,35}{0,352546713}$$

$$PRI = 1,352546713$$

Tabla 65

Tiempo de Recuperación de la Inversión

Años	Meses	Días
1	4,230560556	
1	4	0,230560556
1	4	6,916816671
1	4	2

Análisis: El tiempo de recuperación de la inversión es de 1 año, 4 meses y 6 días.

La empresa tiene liquidez, podrá cancelar sus deudas en corto plazo.

1.19 Coeficientes financieros

1.19.1 Margen bruto

Este indicador establece el rendimiento bruto sobre las ventas al restar el costo de venta de la distribuidora de productos para el cuidado de la salud.

$$\text{Margen bruto} = \frac{\text{Utilidad brutas}}{\text{Ventas netas}}$$

Tabla 66

Margen Bruto

Margen bruto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ut bruta ventas	68040,00	76653,86	86358,24	97291,20	109608,26
Ventas	272160,00	306615,46	345432,97	389164,79	438433,05
Porcentaje	25%	25%	25%	25%	25%

Análisis: este indicador determina que las ventas de la distribuidora de productos para el cuidado de la salud generaran un 25% de utilidad bruta en ventas.

1.19.2 Margen neto

Es un coeficiente de rentabilidad que determina un porcentaje neto sobre ventas al restar costos de venta y otros egresos como son los gastos operacionales, no operacionales y los impuestos a la renta.

$$\text{Margen neto} = \text{Utilidad neta} / \text{Ventas netas}$$

Tabla 67

Margen Neto

Margen neto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ut neta ventas	53.519,70	61.024,44	69.534,97	79.182,89	90.116,76
Ventas	272160,00	306615,46	345432,97	389164,79	438433,05
Porcentaje	19,66%	19,90%	20,13%	20,35%	20,55%

Análisis: la utilidad neta corresponde al 20,10% que corresponde al promedio de los cinco años, indica que por cada dólar vendido se tendrá \$20,10 de utilidad neta.

CAPÍTULO VI

1.20 Análisis de impacto

1.20.1 Impacto ambiental:

Constituye el proceso de estudio técnico y multidisciplinario que se lleva a cabo sobre el medio físico, biológico y socioeconómico, con el propósito de conservar, proteger, recuperar y/o mejorar los recursos naturales existentes, culturales y el medio ambiente en general, así como la salud y calidad de vida de la población.

La creación de la ``distribuidora de productos para el cuidado de la salud`` en el cantón Quinindé no afecta a la salud ambiental ni a la integridad de los ecosistemas. Tiene bajo impacto ambiental debido a que algunos deshechos son recreables y convertidos y otra sería debido al mal uso del consumidor, los deshechos de los productos ortopédicos toma en cuenta el reciclaje y la reutilización de los materiales que son de plástico, cartón, madera, acero.

1.20.2 Impacto económico:

Es de gran importancia ya que aporta al desarrollo de la matriz productiva del país. Las grandes y pequeñas empresas en Ecuador se constituyen de acuerdo al volumen de ventas, capital social y su nivel de comercialización.

En el Ecuador las empresas comercializadoras de productos de bienes y servicios son la base del desarrollo tanto demandado y ofertando o agregando valor constituyéndose en un actor esencial en la generación de riqueza y empleo.

Las grandes y pequeñas empresas constituyen el 75% de las entidades en el Ecuador y concentran el 70% de los empleos.

Por tanto la Distribuidora de productos para el cuidado de la salud, contribuye al crecimiento del país también, ser fuente de empleo para los habitantes del Cantón Quinindé, aportando principalmente a mejorar la calidad de vida.

1.20.3 Impacto productivo:

La actividad comercial de la Distribuidora de productos para el cuidado de la salud, aporta al sector de la salud, ayudando a la población del Cantón Quinindé y sus alrededores a tener accesibilidad a los productos para la rehabilitación, corrección de las discapacidades o deformaciones físicas de las personas, brindándoles atención de calidad, satisfaciendo sus necesidades y deseos.

Con la creación de este proyecto se espera contribuir a la mejora de la calidad de vida que es uno de los propósitos del plan nacional del buen vivir en nuestro país.

1.20.4 Impacto empresarial:

La Distribuidora de productos para el cuidado de la salud, está ubicada en una zona que consta de previo estudio, compensa lo negativo y potencia lo positivo ya que al estar en un entorno social cercano y con gran afluencia de personas crea vínculos muy estrechos entre la empresa y la comunidad de la que forma parte.

CAPITULO VII

1.21 Conclusiones

Una vez terminado el presente proyecto se llegó a establecer varias conclusiones, entre las cuales señalamos las siguientes:

Después de haber realizado el estudio de mercado, hemos justificado que existe una demanda que es atendida por farmacias, pero la mayor parte de la demanda no está satisfecha, las farmacias específicamente dispensan medicamentos y no disponen de insumos de rehabilitación completos, al no existir una Distribuidora de productos para el cuidado de la salud ``ortopédicos`` en el Cantón Quinindé siendo oportuna para su creación.

Las farmacias de los alrededores cubren una parte mínima ya que su actividad principal es el expendio y comercialización de medicamentos lo que nos indica que no cubre la demanda total.

Al realizar el pronóstico financiero del proyecto se determina que la ``distribuidora de productos para el cuidado de la salud`` tiene un margen neto de 20,10% lo que indica que por cada dólar que se venda, se ganara \$ 20,10 dólares de utilidad neta.

El van tiene como resultado un valor de 89.673,83 que es la totalidad de los recursos de la empresa al final de su vida útil estimada en 5 años.

La tasa de interna de retorno 142.592,77 representa lo que puede ganar anualmente con la inversión.

El periodo de recuperación es de 1 año, 4 meses y 6 días.

1.22 Recomendaciones

Que los inversionistas interesados, ejecuten este proyecto, pues tendrán ventajas y beneficios tanto sociales como económicos la ``distribuidora de productos para el cuidado de la salud`` dará un servicio óptimo con fin de que el cliente depositen su confianza en el establecimiento, lograr la fidelización de la clientela, que confíen en el personal y estén satisfechos con el trato que se les da.

La gestión del Gobierno Nacional para fomentar la Creación de empresas a través del amparo y protección de leyes, debe ser apoyada con la ejecución de obras básica para el desarrollo empresarial, de manera que el capital existente en el Cantón Quinindé, sea invertidos con toda confianza.

Se recomienda así mismo, que las instalaciones y la puesta en marcha de la Distribuidora, se lo haga en el menor tiempo posible, por cuanto existe una demanda que favorece a los intereses de esta actividad.

Frente al proceso de compras y facturación se recomienda utilizar una tecnología de punta, con la finalidad de prevenir ciertos desfases que vayan en contra de la empresa.

Que exista una buena gestión organizacional, con especificaciones claras de las funciones delegadas a los miembros de la Empresa.

BIBLIOGRAFÍA

Amat, O. (2000). Supuestos Análisis de Estados Financieros . En O. Amat, *Ejercicios y Casos Resueltos* (págs. Págs 36-81). Barcelona : Book Print Digital .

Arya, J. C. (2002). *Matemática aplicada a la Administración y a la Economía*. México : Cuarta Edición .

Arya, J. C. (s.f.). *Matemática aplicada a la Administración y a la* .

C, C. A. (2012). Documentos Planning . *Ekos Negocios* , Págs 30-39.

C., V. H. (2002). *Administración Financiera* . México : Undecima Edición .

Centralizado, G. A. (2015). *Permisos de Funcionamiento Ambiental* . Povincia de Esmeraldas : Novena .

Firpo, D. C. (201). *Manual de Ortopedia* .

Firpo, D. C. (2010). *Manual de Ortopedia* . Argentina : Primera Edición Electrónica .

Gazques, J. C. (2006). *Costos del Marketing y Estrategias* . Barcelona : Primera Edición entrega en Castellano.

Gonzales, D. L. (1979). *Porgrama de Manejo de Proyectos* . Costa Rica : Primera Edición .

Parra, E. d. (2003). *Estrategias de Ventas y Negociación* . México : Priemra Edición .

Paulino, E. M. (2013). *Tres Elementos Básicos del Costo*. México : Primera Edición .

Permerlee, D. (1993). *Evaluación de los Puntos Fuertes Y débiles del Marketing* . Argentina : Granica S.A.

Ramírez, H. B. (2006). *Indicadores Financieros* . México : Unbral Edición .

Ramos, E. E. (2009). *Matemática Básica* . Perú: Turner E diciones .

Romero, L. A. (2010). *Marketing* . Mexico : Sexta Edición .

Sobrado, C. Z. (2002). *Historia de la Ortopedia* . Lima : Odín del Pozo Omiste .

Stornaiolo, U. (1999). *Anatomía De Un País En Transacción* . Qito- Ecuador : 2 Edición .

T., C. (2006). Contabilida Administrativa. En C. H. Horngren, Sundem, Stratton , *Contabilida Administrativa* (págs. Págs 5-33). España : In Chief.

ANEXOS

Anexos 1

Formulario del SRI

 SRI SERVICIO DE RENTAS INTERNAS Protección No. SAC: 000000010076	REPÚBLICA DEL ECUADOR SERVICIO DE RENTAS INTERNAS FORMULARIO RUC 01-B	INSCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE LAS SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PÚBLICO	ORIGINAL - SRI www.sri.gov.ec
			ESTADO 1290033140001

10	TIPO O DENOMINACIÓN SOCIAL: IMPORTADORA BETANIA (INBE) CIA. LTDA.
----	--

DATOS DEL ESTABLECIMIENTO									
11	TIPO DE COMERCIO: IMPORTADORA BETANIA (INBE) CIA. LTDA.	12	APERTURA: ☐	CIERRE: ☐	ACTUALIZACIÓN: ☒	Nº ESTABLECIMIENTO: 00			
13	PROVINCIA: LOS RIOS	14	CANTÓN: BABAHOYO	15	PARROQUIA: CLEMENTE BAQUERIZO				
16	CALLE: 5 DE JUNIO	17	NÚMERO: 512-514						
18	FECHA DE INSCRIPCIÓN / MODIFICACIÓN: 27 DE MAYO	19	CONJUNTO: 	20	TIPO DE COMERCIO: 	21	TIPO DE COMERCIO: 	22	TIPO DE COMERCIO:
23	OFICINA O CENTRO COMERCIAL: 								
24	TIPO DE COMERCIO: 								
25	TIPO DE COMERCIO: 								
26	TIPO DE COMERCIO: 								
27	TIPO DE COMERCIO: 								
28	TIPO DE COMERCIO: 								
29	TIPO DE COMERCIO: 								
30	TIPO DE COMERCIO: 								
31	TIPO DE COMERCIO: 								
32	TIPO DE COMERCIO: 								
33	TIPO DE COMERCIO: 								
34	TIPO DE COMERCIO: 								
35	TIPO DE COMERCIO: 								
36	TIPO DE COMERCIO: 								
37	TIPO DE COMERCIO: 								
38	TIPO DE COMERCIO: 								
39	TIPO DE COMERCIO: 								
40	TIPO DE COMERCIO: 								
41	TIPO DE COMERCIO: 								
42	TIPO DE COMERCIO: 								
43	TIPO DE COMERCIO: 								
44	TIPO DE COMERCIO: 								
45	TIPO DE COMERCIO: 								
46	TIPO DE COMERCIO: 								
47	TIPO DE COMERCIO: 								
48	TIPO DE COMERCIO: 								
49	TIPO DE COMERCIO: 								
50	TIPO DE COMERCIO: 								
51	TIPO DE COMERCIO: 								
52	TIPO DE COMERCIO: 								
53	TIPO DE COMERCIO: 								
54	TIPO DE COMERCIO: 								
55	TIPO DE COMERCIO: 								
56	TIPO DE COMERCIO: 								
57	TIPO DE COMERCIO: 								
58	TIPO DE COMERCIO: 								
59	TIPO DE COMERCIO: 								
60	TIPO DE COMERCIO: 								
61	TIPO DE COMERCIO: 								
62	TIPO DE COMERCIO: 								
63	TIPO DE COMERCIO: 								
64	TIPO DE COMERCIO: 								
65	TIPO DE COMERCIO: 								
66	TIPO DE COMERCIO: 								
67	TIPO DE COMERCIO: 								
68	TIPO DE COMERCIO: 								
69	TIPO DE COMERCIO: 								
70	TIPO DE COMERCIO: 								
71	TIPO DE COMERCIO: 								
72	TIPO DE COMERCIO: 								
73	TIPO DE COMERCIO: 								
74	TIPO DE COMERCIO: 								
75	TIPO DE COMERCIO: 								
76	TIPO DE COMERCIO: 								
77	TIPO DE COMERCIO: 								
78	TIPO DE COMERCIO: 								
79	TIPO DE COMERCIO: 								
80	TIPO DE COMERCIO: 								
81	TIPO DE COMERCIO: 								
82	TIPO DE COMERCIO: 								
83	TIPO DE COMERCIO: 								
84	TIPO DE COMERCIO: 								
85	TIPO DE COMERCIO: 								
86	TIPO DE COMERCIO: 								
87	TIPO DE COMERCIO: 								
88	TIPO DE COMERCIO: 								
89	TIPO DE COMERCIO: 								
90	TIPO DE COMERCIO: 								
91	TIPO DE COMERCIO: 								
92	TIPO DE COMERCIO: 								
93	TIPO DE COMERCIO: 								
94	TIPO DE COMERCIO: 								
95	TIPO DE COMERCIO: 								
96	TIPO DE COMERCIO: 								
97	TIPO DE COMERCIO: 								
98	TIPO DE COMERCIO: 								
99	TIPO DE COMERCIO: 								
100	TIPO DE COMERCIO: 								

DATOS DEL ESTABLECIMIENTO									
11	TIPO DE COMERCIO: IMPORTADORA BETANIA (INBE) CIA. LTDA.	12	APERTURA: ☐	CIERRE: ☐	ACTUALIZACIÓN: ☒	Nº ESTABLECIMIENTO: 00			
13	PROVINCIA: LOS RIOS	14	CANTÓN: BABAHOYO	15	PARROQUIA:				

Anexos 2

Formato Para Calificar La Actividad

PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO AMBIENTAL

CATEGORIA I (de impacto no significativo)

<http://suia.ambiente.gob.ec/web/suia/categoria>

REQUISITOS:

- 1.- Copia de C.I. del propietario, representante o delegado
- 2.- Certificado de votación
- 3.- Permiso del Cuerpo de Bomberos
- 4.- Patente Municipal
- 5.- Croquis de ubicación de local/proyecto/empresa o actividad del regulado (incluye dirección, referencia y coordenadas es obligatorio)
- 6.- Correo electrónico
- 7.- Guía de buenas prácticas ambientales (elaborada por un técnico registrado ante el Ministerio del Ambiente)
- 8.- Certificado de Registro Ambiental (otorga el Ministerio del Ambiente)

Tiempo en otorgar el Permiso de Funcionamiento Ambiental:

Presentada la documentación en regla el tiempo estimado en otorgar el permiso es máximo de 24 horas

Costo:

El costo del permiso de funcionamiento para esta categoría está clasificado así:

Los regulados **que no superen** sus activos las 10 RBUM, pagará, el 10% + la especie valorada, la cual significa treinta y seis dólares (\$ 36,00).

Los regulados que sus activos **superen** las 10 RBUM, pagarán el 25% + la especie valorada, esto es ochenta y siete dólares (\$ 87,00).

Anexos 3

Modelo De La Encuesta

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS PARA EL CUIDADO DE LA SALUD, ZONA 1 CANTÓN QUININDE- PROVINCIA DE ESMERALDAS 2015

Encuesta	
1.	¿Cuáles son los establecimientos donde habitualmente consume?
	Farmacias Sana Sana
	Cruz azul
	Economicas
	Botica el pueblo
	Farmacia Manabi
2.	¿Con que frecuencia realiza sus compras en los lugares mencionados en la pregunta anterior?
	A diario
	Semanal
	Quincenal
	Mensual
3.	¿Las compras que usted realiza las efectúa?
	En el cantón
	Fuera del cantón
4.	¿se siente satisfecho con el trato que le ofrecen en los establecimientos a la cual usted acude?
	Si
	No
5.	¿Al momento de adquirir sus productos lo que más le atrae es?
	La calidad
	El Precios
	Características
6.	¿Cuál es la forma de pago de las compras que usted realiza?
	Efectivo
	Tarjeta de crédito
	Crédito personal
7.	¿Le gustaría que en el cantón existiera un lugar que brinde los beneficios que usted necesite con productos de buena calidad y con excelentes precios?
	Si
	No
8.	¿Los precios de la venta de los productos que adquieren las farmacias del cantón son?
	Altos
	Bajos
	Moderados
9.	¿La calidad de los productos que adquiere en las farmacias del cantón son?
	Alto
	Media
	Bajo
10.	¿Cree usted que es necesario que en el cantón Quininde se cree una distribuidora de productos para el cuidado de la salud?
	Si
	No

Anexos 4

Equipos De Oficina Entre Otros

Característica:

Equipo de computación

HP Intel core i33.1 GHZ 4 GB RAM



Impresora

Canon 3510 WIFI_DUPLEX+ SISTEMA



Caja registradora

SAMSUNG SAM4S



Telefono

PANASONIC KX-TS



Anexos 5

Muebles

Muebles de oficina



Equipo de oficina



Muebles Y Emseres



Anexos 6

Crédito



Resultado del préstamo Ok!

DATOS DEL SOCIO DEUDOR

Socio: PARDO ORTIZ YINMY HERNAN

Cedula: 080344647-

Unidad: SUBZONA ESMERALDAS

Teléfonos: 3022350 Correo: NO ASIGNADO

Capacidad: \$622

Garante

DATOS DEL PRODUCTO DE PRÉSTAMO

Tipo de préstamo: Quirografario extraordinario

Producto: Q

Tipo de cálculo: Calculo decreciente

Tasa de interés: NORMAL 10,39%

Plazo y monto: \$30.000 para 3 años

Monto a recibir: \$30.000

Desfase (-):

Descuentos **iniciales**

Total de descuento

Anexos 7

Gasto Financiero

Gastos financieros

Monto del préstamo	30000,00
Tasa de interés	10,39% (0,8658%)
Tiempo	36
Pago mensual	973,52
Total interés a 3 años	631,74

Administración				
Ítem	C	I	P	Cop. pago
1	30.000,00	259,73	973,52	713,77
2	29.286,23	253,57	973,52	719,95
3	28.566,28	247,34	973,52	726,18
4	27.840,10	241,05	973,52	732,47
5	27.107,63	234,71	973,52	738,81
6	26.368,82	228,31	973,52	745,21
7	25.623,61	221,86	973,52	751,66
8	24.871,95	215,35	973,52	758,17
9	24.113,79	208,79	973,52	764,73
10	23.349,05	202,16	973,52	771,35
11	22.577,70	195,49	973,52	778,03
12	21.799,67	188,75	973,52	784,77
13	21.014,90	181,95	973,52	791,56
14	20.223,33	175,10	973,52	798,42
15	19.424,92	168,19	973,52	805,33
16	18.619,58	161,21	973,52	812,30
17	17.807,28	154,18	973,52	819,34
18	16.987,94	147,09	973,52	826,43
19	16.161,51	139,93	973,52	833,59
20	15.327,93	132,71	973,52	840,80
21	14.487,12	125,43	973,52	848,08
22	13.639,04	118,09	973,52	855,43
23	12.783,61	110,68	973,52	862,83
24	11.920,78	103,21	973,52	870,30
25	11.050,48	95,68	973,52	877,84
26	10.172,64	88,08	973,52	885,44
27	9.287,20	80,41	973,52	893,11
28	8.394,09	72,68	973,52	900,84
29	7.493,25	64,88	973,52	908,64
30	6.584,61	57,01	973,52	916,51
31	5.668,11	49,08	973,52	924,44
32	4.743,67	41,07	973,52	932,45
33	3.811,22	33,00	973,52	940,52
34	2.870,70	24,86	973,52	948,66
35	1.922,04	16,64	973,52	956,88
36	965,16	8,36	973,52	965,16
37	0,00	0,00	973,52	973,52
		631,74		

Anexos 8

Publicidad



SHOEORTOPEDIA

S.A

Leonardo Tenemaza

Prevención y control de riesgos
Malformaciones
Rehabilitación

Teléfono: 062737597- 0993505782
Correo: Leotenemaza.ecu@hotmail.es

PRODUCTOS PARA EL CUIDADO DE LA SALUD. "ORTOPÉDICO"	PRODUCTOS DE REHABILITACIÓN	SILLA DE RUEDA
Inmovilizadores 		
Calzado ortopédico 	COLLARES HIGIENE Papagayo masculino y femenino OTROS TENSIÓMETRO	ACCESORIOS 
		Movilidad bastones 

Leonardo Tenemaza
Gerente

Anexos 9

Principales Fuentes De Comercio Definiéndose Como Zona Estratégica

En la Parte de afuera del Mercado Central del Cantón Quininde



Parte Interna del Mercado



Parte Horizontal



Elaborado por: Lilian Zamora

Anexos 10

Instalaciones Del Local, Dentó y Fuera

Ubicación del Local



Pasillo



Entrada del
Mercado



Recepción



Area De Almacenamiento



Representante
SINOORTOPEDIA S.A
Leonardo Tenoriano



Anexos 11

Plano Del Local



ENTRADA



3D

