

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA, MANAGUA**

**UNAN-MANAGUA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA PÚBLICA Y FINANZAS**



**MONOGRAFÍA PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADAS EN BANCA Y  
FINANZAS**

**TEMA DE INVESTIGACIÓN**

**ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD PARA EL PROYECTO DE CREACIÓN DEL  
CENTRO NATURISTA VIDA VERDE, EN LA CIUDAD DE CHINANDEGA, EN EL  
PERIODO 2021 AL 2026**

**AUTOR**

**BR. JESSICA DE JESÚS BLANCO MENDOZA**

**BR. DAVIESKA FABIOLA PÉREZ COCA**

**BR. KRISTELL ISAMAR GADEA MAIRENA**

**TUTOR**

**MSC. MOISÉS IGNACIO PALACIOS**

**MANAGUA, NICARAGUA ABRIL 2021**



## **i. Dedicatoria**

Dedico el presente trabajo:

A Dios padre por haberme permitido culminar con éxito tan esperada carrera, y haberme otorgado vida, salud, conocimiento, discernimiento, perseverancia, y fortaleza en cada momento. A la virgen María que sé siempre intercede por mis plegarias.

A mis padres quienes han sido el pilar fundamental en mi camino, pero en especial a mi madre, María Isabel, a la paciencia que ha tenido para mí, y que, a pesar de la distancia me ha apoyado en cada etapa y experiencias que he vivido. Lo has sido todo madre ¡Gracias!

A mis hermanos Eugenia, Anielka, Edwing y Allan por su indefinido apoyo, porque en cada momento que los necesite estuvieron y estarán para mí.

A mi esposo Wilfredo, gracias por su constante apoyo y motivación y en especial por creer en mí.

A mí, porque a pesar de las barreras o desmotivaciones que tuve, logré llegar hasta este punto. Si podía hacerlo.

Bra. Jessica de Jesús Blanco Mendoza.



### **i. Dedicatoria**

Dedico el presente trabajo primeramente a Dios por haberme permitido llegar a esta etapa de mi vida, y brindarme la sabiduría necesaria para cumplir mis objetivos. Así mismo, por haberme guiado y permitirme adquirir el gran conocimiento que con la ayuda de los docentes he obtenido.

A mis padres, por ser el apoyo incondicional en mi vida, por inculcarme el deseo de superación, por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mis expectativas, por los consejos, valores y principios que me han enseñado.

A mis abuelos por brindarme su confianza, sustento material y espiritual. Y de igual forma, por servirme de ejemplo de rectitud y responsabilidad.

A mi hermana y a mi novio por su constante ayuda durante todo este proceso y por estar conmigo en todo momento.

A mis docentes, quienes con su gran conocimiento y sabiduría supieron cómo enseñarme cosas nuevas que quedarán preservadas para ayudarme en mis experiencias a futuro.

Bra. Davieska Fabiola Pérez Coca.



### **i. Dedicatoria**

A Dios por sobre todas las cosas, por haberme dado salud y sabiduría para cumplir con mi meta.

A mis padres que han siempre han estado a mi lado, brindándome su apoyo incondicional, amor y confianza permitieron que culminara mi carrera profesional.

A los profesores por haber compartidos sus conocimientos a lo largo de la preparación de nuestra profesión.

A mi novio por ser mi apoyo incondicional y alentarme a seguir adelante.

A las personas que me apoyaron y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Bra. Kristell Isamar Gadea Mairena.



## ii. Agradecimiento

Agradezco primero a Dios quien ha forjado mi camino, por otorgarme la bendición día a día de mi vida y las fuerzas para luchar por este logro.

A la Virgen María por ser quien intercede por mi ante Dios padre.

A mi madre María Isabel, sin ella no lo habría logrado, su bendición a diario me ha protegido y guiado por el buen camino, y por creer en mí.

A mi esposo, el amor recibido, la paciencia y la preocupación por mi crecimiento personal, fueron pilares para llegar hasta donde estoy.

A mi familia entera, son parte de mi formación como persona. Allan gracias por ayudarme en cada duda que surgía.

A mis amigos, todos, que prestaron tan placentera atención y ayuda para culminar este trabajo; y en especial Amanda Moreno y Mauricio Díaz, su ayuda fue fundamental en el proceso de esta monografía.

A mis compañeras Davieska y Kristhell, ¡Lo logramos!

A todos los maestros que a lo largo de mi vida han tomado el arduo trabajo de transmitirme diversos conocimientos de los cuales me he favorecido desde mis primeras letras, y ahora a quien termina de guiarme en esta etapa, maestro Moisés Palacios.

Bra. Jessica de Jesús Blanco Mendoza.



## **ii. Agradecimiento**

Agradezco primeramente a Dios por ser la luz incondicional que ha guiado mi camino, por bendecirme, y por ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad.

Gracias a mis padres y familiares, por ser mi pilar fundamental y que con su demostración de personas ejemplares me han enseñado a no desfallecer nunca.

Así mismo agradezco a mis docentes, a quienes les debo gran parte de mi conocimiento y que a lo largo de mi carrera me han transmitido enseñanzas útiles para crecer profesionalmente.

A mi tutor MSc. Moisés Palacios, quien con su dirección, enseñanza y colaboración permitió el desarrollo y culminación de este trabajo.

Finalmente, a mis compañeras de tesis, amigos y demás personas que directa o indirectamente me han brindado su apoyo a lo largo de mi carrera.

Bra. Davieska Fabiola Pérez Coca.



## ii. Agradecimiento

Primeramente, a Dios por sobre todas las cosas, por ser luz en mi camino, por su infinita misericordia y guiarme a lo largo de mi vida.

“Pon en manos del señor todas tus obras, y tus proyectos se cumplirán.” **Proverbios 16:3.**

A mis padres por su apoyo incondicional, por creer en mis expectativas y por sus consejos para ser una persona con principios y valores.

A los profesores por compartir los conocimientos para el trayecto de mi aprendizaje y en especial a Ms Moisés Palacios por guiarnos en nuestro trabajo final.

Bra. Kristell Isamar Gadea Mairena.



### iii. Carta aval del tutor

Managua, 06 de abril de 2021

**MSc. Ada Ofelia Delgado Ruz**

Directora del Departamento de Contaduría Pública y Finanzas

Facultad de Ciencias Económicas

UNAN-Managua

Su despacho

Estimada maestra Delgado:

Por medio de la presente, remito a usted los juegos resumen final de Monografía correspondiente al II Semestre 2020, con tema general **“Análisis de prefactibilidad para el proyecto de creación del Centro Naturista Vida Verde, en la ciudad de Chinandega, en el periodo 2021 al 2026”** presentado por los bachilleres **Jessica de Jesús Blanco Mendoza** con número de carné **16201256**, **Davieska Fabiola Pérez Coca** con número de carné **16207053** y **Kristell Isamar Gadea Mairena** con número de carné **16201300**, para optar al título de Licenciados en Banca y Finanzas

Este trabajo reúne los requisitos establecidos para el informe final de Monografía que especifica el Reglamento de las Modalidades de Graduación de la UNAN-Managua.

Esperando la fecha de defensa final, me suscribo deseándole éxito en sus labores cotidianas.

Cordialmente,

---

MSc. Moisés Ignacio Palacios  
Tutor



#### iv. Resumen

El presente trabajo de investigación fue diseñado con el propósito de conocer el “Análisis de prefactibilidad en el proyecto de creación de un centro naturista.”, necesidad que surge de la falta de comercialización de productos naturistas en la zona del mercado central de la ciudad de Chinandega.

Por tal razón durante esta investigación se realizarán análisis de los consumidores por encuesta y observación directa, determinando objetivamente algunos aspectos importantes del proyecto. Por todo lo expresado y analizado se considera un proyecto novedoso e innovador, ya que tendrá una gran aportación social, que beneficiará a muchos habitantes de la ciudad. Por ende, brindará las bases de emprendimiento y promoverá la actividad farmacéutica de productos naturales mediante un proceso de comercialización eficaz y eficiente con productos de calidad y variedad con precios accesibles y productos orgánicos.

Finalmente, se puede considerar que el presente trabajo determina la propuesta de comercialización de medicamentos con origen natural en base a las condiciones de mercado, y de esta forma solventar las necesidades de la población que acude diariamente al mercado de Chinandega, con actividades rentables capaz de generar recursos económicos y posicionamiento.



## Índice

|         |   |     |
|---------|---|-----|
| i.      | Dedicatoria .....                           | i   |
| ii.     | Agradecimiento.....                         | ii  |
| iii.    | Carta aval del tutor .....                  | iii |
| iv.     | Resumen .....                               | iv  |
| I.      | Introducción.....                           | 1   |
| 1.1     | Antecedentes.....                           | 3   |
| 1.1.1   | Antecedentes teóricos o históricos.....     | 3   |
| 1.1.2   | Antecedentes de campo. ....                 | 5   |
| 1.2     | Justificación.....                          | 7   |
| 1.3     | Planteamiento del problema .....            | 8   |
| 1.4     | Formulación del problema .....              | 9   |
| II.     | Objetivos.....                              | 10  |
| 2.1     | Objetivo General.....                       | 10  |
| 2.2     | Objetivos específicos.....                  | 10  |
| III.    | Marco teórico .....                         | 11  |
| 3.1     | Generalidades de medicina natural.....      | 11  |
| 3.1.1   | Definición de naturismo. ....               | 11  |
| 3.1.2   | Definición de medicina natural. ....        | 11  |
| 3.1.3   | Medicina tradicional. ....                  | 12  |
| 3.1.3.1 | Medicina complementaria o alternativa. .... | 12  |
| 3.2     | Generalidades de los proyectos.....         | 15  |
| 3.2.1   | Definición de proyecto.....                 | 15  |
| 3.2.2   | Tipología de los proyectos.....             | 16  |
| 3.2.3   | Etapas de los proyectos. ....               | 18  |
| 3.2.3.1 | Idea.....                                   | 19  |
| 3.2.3.2 | Pre inversión.....                          | 19  |
| 3.2.3.3 | Inversión. ....                             | 23  |
| 3.2.3.4 | Operación. ....                             | 23  |



|            |   |           |
|------------|---|-----------|
| <b>3.3</b> | <b>Estudio de Mercado .....</b>               | <b>23</b> |
| 3.3.1      | Estructura del análisis de mercado. ....      | 24        |
| 3.3.2      | Análisis de la demanda. ....                  | 25        |
| 3.3.2.1    | Demanda potencial insatisfecha. ....          | 26        |
| 3.3.3      | Análisis de la oferta. ....                   | 26        |
| 3.3.4      | Análisis de los precios. ....                 | 27        |
| 3.3.5      | Análisis del producto o servicio. ....        | 28        |
| 3.3.6      | Comercialización. ....                        | 28        |
| <b>3.4</b> | <b>Estudio Técnico .....</b>                  | <b>29</b> |
| 3.4.1      | Componentes del estudio técnico. ....         | 31        |
| 3.4.1.1    | Localización. ....                            | 31        |
| 3.4.1.2    | Tamaño. ....                                  | 34        |
| 3.4.1.3    | Ingeniería del proyecto. ....                 | 37        |
| <b>3.5</b> | <b>Estudio legal y organizacional .....</b>   | <b>40</b> |
| 3.5.1      | Aspectos legales. ....                        | 40        |
| 3.5.1.1    | Marco legal o normativo. ....                 | 41        |
| 3.5.2      | Estudio organizacional. ....                  | 42        |
| 3.5.2.1    | Factores humanos y técnicos. ....             | 43        |
| 3.5.2.2    | Planificación y formulación estratégica. .... | 44        |
| 3.5.2.3    | Organigrama. ....                             | 46        |
| <b>3.6</b> | <b>Estudio económico o financiero .....</b>   | <b>47</b> |
| 3.6.1      | Estructura del estudio económico. ....        | 47        |
| 3.6.1.1    | Determinación de los costos. ....             | 47        |
| 3.6.1.2    | Inversiones. ....                             | 49        |
| 3.6.1.3    | Depreciaciones y amortizaciones. ....         | 50        |
| 3.6.1.4    | Capital de trabajo. ....                      | 51        |
| 3.6.2      | Flujos de caja. ....                          | 52        |
| 3.6.2.1    | Estructura general del flujo de caja. ....    | 52        |
| 3.6.2.2    | Tipos de flujos de caja. ....                 | 53        |



|         |  |    |
|---------|--|----|
| 3.6.3   | Evaluación económica y de los riesgos.....       | 54 |
| 3.6.3.1 | Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)..... | 55 |
| 3.6.3.2 | Costo de capital promedio ponderado (CCPP).....  | 56 |
| 3.6.3.3 | Valor actual neto (VAN). ....                    | 57 |
| 3.6.3.4 | Tasa interna de retorno (TIR). ....              | 58 |
| 3.6.3.5 | Periodo de recuperación de la inversión.....     | 59 |
| 3.6.3.6 | Razón beneficio costo (RBC).....                 | 59 |
| IV.     | Preguntas directrices.....                       | 61 |
| V.      | Operacionalización de variables .....            | 62 |
| VI.     | Diseño metodológico.....                         | 64 |
| VII.    | Análisis de resultado.....                       | 69 |
| 7.1.    | Estudio de mercado .....                         | 69 |
| 7.1.1   | Análisis de la demanda. ....                     | 70 |
| 7.1.1.1 | Ingresos.....                                    | 71 |
| 7.1.1.2 | Producto sustituto.....                          | 71 |
| 7.1.1.3 | Preferencias y gustos. ....                      | 71 |
| 7.1.1.4 | Disposición a pagar.....                         | 72 |
| 7.1.2   | Análisis de los productos y servicios.....       | 74 |
| 7.1.3   | Análisis de la oferta.....                       | 76 |
| 7.1.4   | Análisis de proveedores. ....                    | 80 |
| 7.1.5   | Análisis de los precios. ....                    | 83 |
| 7.1.6   | Estrategias de comercialización.....             | 86 |
| 7.1.6.1 | Estrategia de promoción. ....                    | 87 |
| 7.2     | Estudio técnico .....                            | 88 |
| 7.2.1   | Localización. ....                               | 88 |
| 7.2.1.1 | Macro localización.....                          | 92 |
| 7.2.1.2 | Micro localización.....                          | 92 |
| 7.2.2   | Tamaño.....                                      | 93 |
| 7.2.3   | Procesos.....                                    | 97 |



|   |     |
|---|-----|
| 7.2.3.1 Proceso general. ....                                 | 97  |
| 7.2.3.2 Flujograma del proceso de dispensación .....          | 98  |
| 7.2.4 Balance de equipos. ....                                | 99  |
| 7.3 Estudio legal y organizacional .....                      | 100 |
| 7.3.1 Aspectos legales. ....                                  | 100 |
| 7.3.1.1 Ley de concertación tributaria. ....                  | 100 |
| 7.3.1.3 Registro del negocio.....                             | 102 |
| 7.3.1.4 Código del trabajo. ....                              | 104 |
| 7.3.1.5 Ley de seguridad social. ....                         | 106 |
| 7.3.1.6 Plan de arbitrios municipal. ....                     | 107 |
| 7.3.2 Organización. ....                                      | 108 |
| 7.3.2.1 Misión. ....  | 108 |
| 7.3.2.2 Visión. ....  | 108 |
| 7.3.2.3 Valores. ....   | 108 |
| 7.3.2.4 Objetivos estratégicos.....                           | 108 |
| 7.3.2.7 Logotipo.....   | 109 |
| 7.3.2.8 Funciones de los trabajadores. ....                   | 109 |
| 7.3.2.7 Horario de atención Centro Naturista Vida Verde. .... | 110 |
| 7.3.2.8 Salario de los trabajadores. ....                     | 110 |
| 7.4 Estudio financiero .....                                  | 112 |
| 7.4.1 Flujo de caja puro. ....                                | 114 |
| 7.4.2 Flujo de caja del inversionista.....                    | 115 |
| 7.4.3 Indicadores financieros.....                            | 117 |
| VIII. Conclusiones.....                                       | 119 |
| IX. Recomendaciones.....                                      | 121 |
| X. Bibliografía.....  | 122 |
| XI. Anexos.....   | 125 |



## Índice de figuras

|  |    |
|--|----|
| Figura 1: Etapas de los proyectos. Fuente: Sapag, N. (2011).....   | 19 |
| Figura 2: Estructura del análisis de mercado. Fuente: Baca, G. (2001).....                               | 25 |
| Figura 3: Partes que conforman un estudio técnico. Fuente: Baca, G. 2010.....                            | 31 |
| Figura 4: Tipos de capacidad. Fuente: Córdoba M. (2015).....   | 35 |
| Figura 5: Proceso global de producción. Fuente: Baca, G. (2010).....                                     | 39 |
| Figura 6: Estructura del estudio económico. Fuente: Baca, G. (2010).....                                 | 47 |
| Figura 7: Tipos de inversiones. Fuente: Baca, G. (2010).....   | 49 |
| Figura 8: Estructura general del flujo de caja. Fuente: Meza, J. (2013).....                             | 53 |
| Figura 9: Consumidores de productos naturales en Chinandega, segmentados por género.....                 | 70 |
| Figura 10: Disponibilidad a pagar por productos medicinales.....   | 72 |
| Figura 11: Disponibilidad de pago por productos de uso estético.....                                     | 73 |
| Figura 12: Disponibilidad de pago por productos integrales .....   | 73 |
| Figura 13: Productos naturales de uso medicinal más demandados por la población de Chinandega.<br>.....  | 74 |
| Figura 14: Productos naturales de uso estético más demandados por la población de Chinandega.            | 75 |
| Figura 15: Productos naturales de uso integrales más demandados por la población de Chinandega.<br>..... | 75 |
| Figura 16: Ubicación Centro Naturista Salud Integral. Fuente: Autoría propia.....                        | 77 |
| Figura 17: Tienda naturista Pan de Vida.....   | 77 |
| Figura 18: Centro Naturista YHWH. Fuente: Autoría propia.....  | 78 |
| Figura 19: Ubicación Centro Naturista El Español. Fuente: Autoría propia.....                            | 78 |
| Figura 20: Ubicación Centro Naturista Casa del Noni. Fuente: Autoría propia. ....                        | 79 |
| Figura 21: Ubicación Farmacia Naturista Amarus. Fuente: Autoría propia.....                              | 79 |
| Figura 22: Ubicación Centro Naturista Maranatha. Fuente: Autoría propia. ....                            | 79 |
| Figura 23: Productos naturales Centro Naturista Vital. Fuente: Autoría propia. ....                      | 80 |
| Figura 24: Productos Matrioshka. Fuente: Autoría propia.....   | 81 |
| Figura 25: Producto con mayor demanda Tienda Naturista Green Life. Fuente: Autoría propia. ....          | 81 |
| Figura 26: Productos Naturales NaturiFarma. Fuente: Autoría propia. ....                                 | 82 |
| Figura 27: Productos gourmet Tienda Granola y más. Fuente: Autoría propia. ....                          | 82 |
| Figura 28: Productos integrales La Granola de mi tierra. Fuente: Autoría propia. ....                    | 83 |
| Figura 29: Ubicación punto A. Fuente: Autoría propia.....  | 90 |
| Figura 30: Ubicación punto B. Fuente: Autoría propia.....  | 91 |
| Figura 31 Macro localización Centro Naturista Vida Verde. Fuente: Autoría propia. ....                   | 92 |
| Figura 32 :Micro localización Centro Naturista Vida Verde. Fuente: Autoría propia. ....                  | 92 |
| Figura 33: Estructura elevación arquitectónica del Centro Naturista Vida Verde. ....                     | 94 |
| Figura 34: Estructura de planta baja Centro Naturista Vida Verde.....                                    | 95 |



---

|   |     |
|---|-----|
| Figura 35: Estructura de planta alta Centro Naturista Vida Verde.....               | 96  |
| Figura 36: Proceso general de las actividades del Centro Naturista Vida Verde. .... | 97  |
| Figura 37: Flujograma de dispensación del centro naturista. ....                    | 98  |
| Figura 38: De las vacaciones de los trabajadores. Fuente: Código del Trabajo.....   | 106 |
| Figura 39: Valores del Centro Naturista Vida Verde. Fuente: Autoría propia.....     | 108 |
| Figura 40: Logotipo Centro Naturista Vida Verde. Fuente: Autoría propia. ....       | 109 |



## I. Introducción

El Centro Naturista Vida verde, es la idea de un proyecto del cual se pretende determinar si es viable o no financieramente. Al ejecutar un proyecto, se requieren conocimientos sobre los estudios de mercado, técnicos, legales y financieros, que permitan minimizar los riesgos relativos de dicha creación o apertura, además de identificar la necesidad del entorno, a fin de ofrecer un bien o prestar un servicio que realmente brinde satisfacción a los futuros clientes, todo ello para asegurar la permanencia y sostenibilidad de la empresa en el mercado, atendiendo segmentos de mercado insatisfechos y generando empleo e incremento de flujo de factores productivos.

Este proyecto incluye la identificación y caracterización del negocio, el tamaño y la capacidad del proyecto, igualmente define el volumen de comercialización durante un tiempo proyectado, identifica la demanda y la infraestructura física necesaria. Así mismo, se pretende realizar consideraciones de carácter legal y estructura organizacional de acuerdo a las necesidades de administración y funcionalidad. Finalmente, se revisan los aspectos financieros y se determinan la inversión inicial, los ingresos, costos y gastos necesarios que permitan reflejar un flujo de caja rentable y el punto de equilibrio del negocio, además se identifica y analiza el impacto económico, social y ambiental del proyecto.

La metodología utilizada durante el transcurso de la investigación es una metodología cualitativa con lineamientos cuantitativos con las consultas realizadas a libros de evaluación de proyectos, leyes y normas. La población a tomar en cuenta será las 5,000 personas que visitan el mercado diariamente, por lo cual nuestra muestra será de 150 personas, también con el uso de instrumentos como lo son la encuesta, guía de observación y la entrevista.



La presente tesis está dividida en once capítulos, siendo el primero la introducción, la cual abarca la importancia del tema de investigación, los antecedentes, que se subdividen en antecedentes teóricos y de campo, la justificación y el planteamiento y formulación del problema. El segundo capítulo está formado por los objetivos, el tercero por el marco teórico, el cual posee una variedad de conceptos y teorías que serán aplicadas al proyecto, el cuarto incluye la hipótesis o preguntas directrices, que son las interrogantes sobre lo que se desea investigar o alcanzar.

El quinto capítulo comprende la operacionalización de variables que incluye los ítems a tomar en cuenta para cumplir con los objetivos planteados, el sexto capítulo se encuentra el diseño metodológico, en donde abarca toda la metodología de la investigación, población y los instrumentos a tomar en cuenta, el séptimo incluye el análisis de resultado de cada objetivo, en él se plantea el desarrollo de los mismos con el orden cualitativo y cuantitativo, el octavo capítulo plasma la conclusión que es la síntesis de los resultados de la investigación de acuerdo a los objetivos específicos.

El noveno capítulo contiene las recomendaciones que serán dadas por el investigador del proyecto en base a los resultados obtenidos, el décimo contendrá la bibliografía, es decir la documentación de interés utilizada y el uso de normas APA sexta edición, el último capítulo incluye los anexos: presenta análisis financiero, uso de razones financieras y los instrumentos utilizados en el proceso de investigación y cualquier otra información que el investigador considere de interés, dígase imágenes, ilustraciones entre otros.



## 1.1 Antecedentes

A continuación, se describe los antecedentes de la investigación, por lo que se ha realizado consultas de fuentes variadas y estudios o documentos previos relacionados con las diferentes variables de estudio y los objetivos.

### 1.1.1 Antecedentes teóricos o históricos.

La teoría del poder curativo de la naturaleza comenzó alrededor del siglo IV y V antes del Cristo y fue descrito por seguidores de Hipócrates y Galeno entre los años 460 y 200 A.C. La doctrina sostiene que la naturaleza dota al organismo humano con poderes internos para restaurarse a sí mismo su salud.

En la localidad de Chinandega existe una minoría de farmacias naturistas, sin embargo, estas se encuentran en zonas lejanas al centro de la ciudad de Chinandega. Desde hace pocos años la incursión de puestos o tiendas con productos naturales se ha venido tornando en la zona, pero no lo suficiente, sumando a ello el contexto que actualmente se vive en donde la medicina natural se convirtió en una alternativa para el manejo de enfermedades.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) reconoce, que en la actualidad más del 80% de la población de la tierra sigue utilizando la medicina tradicional como principal recurso para el cuidado de la salud, y dentro de la medicina tradicional las plantas son el principal elemento empleado; por lo que ha establecido políticas internacionales que regulen y establezcan controles de seguridad sobre la medicina natural, y señala la necesidad de lograr una mayor evidencia sobre la idoneidad de estos tratamientos en función de criterios de seguridad y eficacia. La OMS



reconoce la importancia de garantizar la calidad de estos productos, pero advierte sus efectos adversos cuando no es utilizada en forma correcta.

Desde la primera mitad de la década de los '80, el concepto y la práctica de la elaboración de proyectos comienza a circular fundamentalmente en el mundo universitario, en los centros de investigación académica independientes y de las ONGs en nuestro país, a partir de este primer momento logra extenderse ampliamente por casi todo el tejido social, pasando a constituir hoy en día una práctica común en organizaciones e instituciones de diversos tipos.

La elaboración de proyectos es una metodología que busca establecer un ordenamiento lógico de los pasos necesarios a seguir para concretar de la manera más eficaz posible determinados objetivos. No es un fin en sí mismo, es un instrumento que aproxima pero que no puede asegurar que se logre el éxito. En el sentido de impulsar o conducir procesos de desarrollo cultural y social, con la utilización de esta metodología, no obstante, lo que se busca es conocer y controlar el máximo de variables posibles, de manera tal de reducir los márgenes de error y de incertidumbre que encontramos en una realidad concebida como dinámica y compleja.

Los proyectos que conllevan productos naturales se han tornados atractivos debido al antecedente de crecimiento acelerado que ha presentado el naturismo en la última década, en específico el último año. Según la publicación de diciembre de 2,000 en la revista Times proyectaba las 3 mega tendencias mundiales para la siguiente década:

- La creación de tecnología avanzada y sistematización de los procesos.
- El auge de los productos naturales y la medicina biológica como opción terapéutica.



- La aparición simultanea de centros de espiritualidad con especial énfasis en Iglesias Cristianas.

### **1.1.2 Antecedentes de campo.**

Molina, M. (2018) es su tesis de grado realizada en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, titulada “Estudio de factibilidad para la apertura de una farmacia universitaria UNAN-Managua (RURD), periodo 2017”; planteó como objetivo principal, investigar si es factible la apertura de una farmacia universitaria en dicho recinto.

Sus principales conclusiones fueron que la universidad no cuenta con una farmacia que brinde atención al personal que trabaja y estudiantes que visitan dichas instalaciones. Por medio del estudio realizado logró determinar que es posible su implementación mediante un financiamiento de la universidad, o bien de fuentes secundarias, ya que dicho establecimiento está contemplado dentro de los convenios colectivos. Además, el negocio es rentable y auto sostenible, esto significa que puede sufragar sus gastos operativos.

Contreras, L. Baquedano, J. Gutiérrez, M. y Estrada, E. (2017), en su tesis realizada en la Universidad Politécnica de Nicaragua (UPOLI), se titula “Plan de negocios Moringalife, R.L.” y consiste en diseñar un plan de negocio con el fin de determinar la rentabilidad financiera para la producción y comercialización de aceite de moringa (Marango) para uso estético llamado Esthetic Di Moringa en el Municipio de Managua

Calderón *et al.* (S.f.) en su tesis de pregrado realizada en la Universidad Politécnica de Nicaragua (UPOLI), que lleva como título “Té de Marango” dichos autores se plantearon como objetivo principal, analizar la viabilidad financiera en la creación de una empresa que se enfoque



en la producción y comercialización de un té elaborado a base de semilla de Marango, específicamente para personas con padecimientos de diabetes que habitan en Managua. Igualmente llegaron a la conclusión que dicho proyecto era viable y traería grandes beneficios a la población de Managua.

Pinchao, G. (2014) en su tesis realizada en el Instituto Tecnológico Cordillera, Quito, titulado “Creación de una tienda comercializadora de especias y productos naturales en la parroquia de Cotocollao del DMQ 2014”. Se planteó como objetivo evaluar la factibilidad de comercializar productos y especias naturistas además de medir los recursos necesarios para la implementación de este tipo de negocios, llegando a la conclusión que el proyecto es viable desde un punto de vista económico, técnico y financiero.

Jaramillo, C. (2006) en su tesis realizada en la Universidad Autónoma de Occidente, Santiago de Cali; titulada “Proyecto empresarial Centro Naturista Semilla’s”. Tenía como objetivo realizar un proyecto para educar a la población del Suroccidente colombiano en la utilización de productos naturales a través de la creación de una franquicia de medicina alternativa, utilizando como escenario el centro naturista Semilla’s.

Su principal conclusión fue que, es viable convertir al Centro Naturista Semilla’s en una franquicia reconocida e influir en la población colombiana para que utilicen la medicina alternativa como medio cotidiano, aparte se plantea que esta ampliación de servicios le brindará versatilidad a la empresa y mayor diferenciación con su competencia.

Castañeda, N. é Ibáñez, L. (2014) realizaron un proyecto en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia “UNAD” titulado “Estudio de factibilidad para el montaje de una empresa



comercializadora de productos naturistas”, la cual contempla como objetivo realizar un estudio para determinar la factibilidad del montaje de una empresa comercializadora de medicamentos naturales en Fusagasugá que satisfaga las necesidades de las personas preocupadas por su salud y que buscan una alternativa diferente a la medicina tradicional.

En sus conclusiones puntualiza que dicho proyecto es viable técnica y financieramente, al igual que aseguran que el proyecto traerá beneficios sociales a la comunidad Fusagasugueña, gracias a la creación de fuentes de empleo directo e indirecto, además no genera impactos ambientales negativos al entorno en que se ejecutará.

## **1.2 Justificación**

La medicina natural se ha vuelto una alternativa necesaria para el cuidado de la salud en la vida cotidiana de muchas personas, esto debido a la situación actual que se vive a nivel mundial. Por tanto, los hábitos del uso de plantas, frutas, hortalizas, etc. han crecido y ha traído con ello todos los conocimientos ancestrales y aquellos transmitidos de generación en generación.

El presente trabajo investigativo pretende determinar si la creación de un centro naturista comercializador de productos naturales en el sector del mercado central, ubicado en el municipio de Chinandega realmente es rentable, así como también constatar que la creación del mismo contribuirá al desarrollo económico del sector, creando empleos directos e indirectos, y a su vez colocar al alcance de la población productos saludables provenientes de plantas naturales a un precio accesible sin verse en la necesidad de trasladarse a otras ciudades para su adquisición.

El propósito de la ejecución de un negocio de medicina natural no solo debe estar motivada por una necesidad tangente, es muy importante analizar cómo la aplicación de los conocimientos



adquiridos va a contribuir realmente a la solución de esa problemática; además de comprobar si realmente es factible desde el punto de vista económico, social y financiero.

Es por eso que con esta investigación se busca establecer las bases necesarias para determinar si la puesta en marcha de una farmacia de productos naturales será lo suficientemente viable como para invertir y ejecutarla.

### 1.3 Planteamiento del problema

*Síntoma:* En la actualidad, el mundo de la industria farmacéutica está apoderada por grandes empresas internacionales, en donde su mayor preocupación es patentar o crear medicamentos para estar en competencia con las industrias homogéneas. Si bien, su fin es atender la visión de la población que los demanda, muchas veces fallan debido a que la mayoría solo crean medicamentos para atender síntomas y no curar enfermedades. La ciudad de Chinandega no posee muchos establecimientos botánicos o naturistas, por lo que la población desconoce el uso de la medicina natural así como la importancia que pueden llegar a tener dichos establecimientos para los pobladores de la zona. Cabe destacar que existen diversos comerciantes que se aprovechan de los pobladores, ofertándoles productos de dudosa procedencia.

*Causa:* La principal causa de esta problemática es que de cierta forma la comunidad en general no se ve motivada a invertir en este tipo de negocios, ya que por décadas la industria farmacéutica moderna y químicamente procesada ha venido desplazando la medicina natural, creando así incertidumbre hacia los posibles inversores del negocio mismo. Por otra parte, los beneficios que poseen estos productos no son muy conocidos, consecuencia de la poca publicidad de los mismos. Igualmente, los médicos de la localidad no toman en cuenta medicamentos de base



natural debido a la incertidumbre de que estos sean de procedencia dudosa, es decir sean imitadas o adulteradas.

**Pronóstico:** De cierta forma se puede afirmar que, de seguirse dando este problema los pobladores de Chinandega, no tendrán la oportunidad de aprovechar los diversos beneficios que trae la medicina natural o botánica, como sería brindar a los mismos una salud adecuada de manera natural, y a un costo más considerable en comparación a los fármacos industrializados. Los productos sintéticos con el paso del tiempo pueden tener efectos secundarios.

**Control Pronóstico:** Para mitigar este riesgo en la población de la ciudad de Chinandega se es necesario crear un centro de medicina natural que además de salvaguardar la salud de los pobladores, inste a la población de este municipio a implementar una nueva cultura para el cuidado y alivio de las enfermedades.

#### **1.4 Formulación del problema**

¿Es viable financieramente la creación del Centro Naturista Vida verde en la ciudad de Chinandega en el período del año 2021 al 2026?



## II. Objetivos

### 2.1 Objetivo General.

- Desarrollar un estudio de prefactibilidad en el proyecto de creación del Centro Naturista Vida verde en la ciudad de Chinandega, en el periodo del año 2021 al 2026.

### 2.2 Objetivos específicos.

- Realizar un estudio de mercado que determine el potencial de comercialización de los productos naturales ofrecidos por Vida verde, en la ciudad de Chinandega, en el periodo del año 2021 al 2026.
- Elaborar un estudio técnico para determinar la localización, tamaño y equipos a utilizar en el Centro Naturista Vida verde en el periodo del año 2021 al 2026.
- Describir las normas, requisitos legales y administrativos que conlleva la apertura y operación de un centro naturista.
- Analizar la viabilidad financiera de la creación de un centro naturista en el periodo del año 2021 al 2026.



### III. Marco teórico

#### 3.1 Generalidades de medicina natural

##### 3.1.1 Definición de naturismo.

El naturismo es la ciencia que, oponiéndose al artificialismo, estudia las leyes naturales que rigen nuestra existencia y mediante el cumplimiento de dichas leyes, aspira al perfeccionamiento humano integral; aquí se habla de distinguir entre lo natural y lo artificial, es conveniente oponerse a lo artificial o artificioso que, cuando menos, puede impedir o anular incluso mecanismos específicos de defensa de nuestro organismo ante infecciones o reacciones (Conde, J., 1925 citado en Saz, P., 1996, p.5).

##### 3.1.2 Definición de medicina natural.

De acuerdo a la ley N° 774, en su artículo 4, la medicina natural es una de las formas más antiguas de curación de la humanidad, cuya teoría, prácticas y aptitudes son basadas en elementos esenciales de la naturaleza y del universo, sus leyes y principios como recurso terapéutico, que son aplicadas a través de las diferentes técnicas y procedimientos que se ejercen en las terapias complementarias y alternativas bajo conocimientos académicos o de la experiencia. Considera al ser humano una unidad fundamental del universo (Ley de medicina natural, terapias complementarias y productos naturales en Nicaragua, 2012).

Los medicamentos basados en lo natural demuestran la fuerza curativa que provee de la naturaleza y como de generación en generación estos conocimientos se han transmitidos hasta llegar a ser tomados de manera metodológica y práctica para el cuidado de la salud. Su importancia se debe a la accesibilidad y asequibilidad de los productos o ingredientes, además del costo-beneficio que brinda.



### **3.1.3 Medicina tradicional.**

La organización Mundial de la Salud (OMS, 2002.) afirma que,

La medicina tradicional es todo el conjunto de conocimientos, aptitudes y prácticas basados en teorías, creencias y experiencias indígenas de las diferentes culturas, sean o no explicables, usados para el mantenimiento de la salud, así como para la prevención, el diagnóstico, la mejora o el tratamiento de enfermedades físicas o mentales (sección definición de medicina natural, párr.2).

La medicina tradicional abarca una amplia variedad de terapias, prácticas, conocimientos y creencias sanitarias que varían entre países y regiones. En algunos lugares se denomina medicina alternativa o complementaria pero los elementos claves para cada una de ellas son los recursos provenientes de plantas, animales o minerales.

#### ***3.1.3.1 Medicina complementaria o alternativa.***

“El conjunto de diversos sistemas, prácticas y productos médicos y de atención de la salud que no se consideran actualmente parte de la medicina convencional” (Centro Nacional de Medicina Complementaria y Alternativa [NCCAM], 2014).

Tabla 1

*Tipos de medicina complementaria y alternativa.*

| Categorías de las MAC  | Ejemplos  |
|--|---|
| Sistema médico de salud alternativa  | Medicina ayurveda   |
| Considera sistemas complejos de teoría y práctica  | Quiropraxia<br>Medicina homeopática<br>Nativa<br>Naturista<br>Tradicional china (acupuntura-hiervas)  |
| Medicinas de intervenciones mente-cuerpo   | Meditación  |
| Integra técnicas con el fin de afianzar la capacidad de la mente con el fin de la mente para afectar función y síntomas corporales | Hipnosis<br>Contemplación e imaginería guiada<br>Danzoterapia<br>Musicoterapia<br>Terapia mediante el arte<br>Oración y aliento mental<br>Toque terapéutico (aplicación de manos) |
| Terapias basadas en sustratos biológicos que se encuentran en la naturaleza  | Terapias de hierbas<br>Dietas especiales<br>Terapias biológicas (cartílago de tiburón, miel)  |
| Manipulación o movimiento del cuerpo   | Masaje<br>Osteopatía  |
| Terapias relacionadas con la hipótesis de la energía que rodea y penetra el cuerpo   | Qi gong<br>Reiki<br>Toque terapéutico   |
| Fuerzas electromagnéticas  | Terapia magnética   |

Fuente: Autoría propia.



La MAC (Medicina Alternativa y complementaria) está enfocada a tratamientos individuales, la visión de tratar a la persona en su integralidad, es decir, mente y cuerpo. Promueven el cuidado y responsabilidad del individuo, reconocen la naturaleza espiritual buscando estimular la fuerza y energía vital como agente de recuperación a través de un empoderamiento de quien hace uso de sus productos y técnicas.

### **3.1.4 Puestos de ventas de productos naturales.**

De acuerdo con el artículo 10 es todo establecimiento en donde se expenden exclusivamente productos naturales nacionales o importados, envasados o menudeados, que por su relación beneficio-riesgo favorable no exponen al paciente a riesgos mayores y cuya entrega o administración no requiere de la autorización facultativa o receta médica, pudiendo funcionar sin regente. (Ley de medicina natural, terapias complementarias y productos naturales en Nicaragua, 2012).

#### **3.1.4.1 Productos naturales.**

Delgado, G. (2005) explica que “son sustancias derivadas del metabolismo secundario de los organismos vivos, las cuales generalmente participan directamente en los mecanismos de defensa y supervivencia” (p.6).

Estos productos no se involucran con azúcares, lípidos, proteínas y glicéridos, entre otras sustancias, es decir con el metabolismo primario que utilizan los medicamentos convencionales o industrializados. Su fuente será meramente de origen natural.



## 3.2 Generalidades de los proyectos

### 3.2.1 Definición de proyecto.

Baca, G. (2001), define que un proyecto es:

La búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre muchas, una necesidad humana. En esta forma, puede haber diferentes ideas, inversiones de diverso monto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a resolver las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser: educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, etcétera.

El proyecto de inversión, se puede describir como un plan que, si se le asignara determinado monto de capital y se le proporciona insumos de varios tipos, podrá producir un bien o servicio, útil al ser humano y a la sociedad en general (p. 2).

Los proyectos de inversión surgen de las diferentes necesidades individuales y colectivas de las personas y se concretan con la producción de un bien o servicio, ya que son éstas las que deben ser satisfechas, a través de una adecuada asignación de recursos teniendo en cuenta la realidad social, cultural y política de una comunidad. No existe una sola solución a un problema o a una necesidad, por el contrario, casi siempre se logran encontrar numerosas alternativas que pueden contribuir a resolver las dificultades o a modificar las condiciones existentes. Pero, siempre que exista una necesidad humana de un bien o servicio se hace necesaria la asignación de recursos a través de la inversión. (Meza, J., 2013, p.15).

Un proyecto es una idea que surge en base a una necesidad a suplir; es una búsqueda de objetivos que se realiza para resolver una problemática humana. Por otra parte, un proyecto de

inversión es un plan al cual se le es asignado capital e insumos materiales, humanos y técnicos; sin embargo, el propósito de este radica en algo más que satisfacer una necesidad, ya que busca generar una rentabilidad o rendimiento económico a un determinado plazo.

### 3.2.2 Tipología de los proyectos.

Los proyectos pueden ser clasificados y agrupados de diferentes formas, todo depende del punto de vista y enfoque en que se desarrollen.

Sapag N. (2011) establece que, “las opciones de inversión se pueden clasificar preliminarmente en dependientes, independientes y mutuamente excluyentes” (p. 20).

Por otro lado; Córdoba, M. (2015) plantea que existen diferentes tipos de proyectos, cada uno se dirige a solucionar determinadas barreras al desarrollo, y tiene costos y beneficios específicos asociados, así:

a) de acuerdo a su naturaleza, los proyectos pueden ser:

- **Dependientes**, son los proyectos que para ser realizados requieren que se haga otra inversión.
- **Independientes**, son los proyectos que se pueden realizar sin depender ni afectar ni ser afectados por otro proyecto.
- **Mutuamente excluyentes**, son proyectos operacionales donde aceptar uno impide que no se haga el otro, o lo hace innecesario.

b) De acuerdo al área que pertenece:

- **Productivos**: los que utilizan recursos para producir bienes orientados al consumo intermedio o final (proyectos de producción agrícola, ganadera, forestal, etc.)

- **De infraestructura económica:** los que generan obras que facilitan el desarrollo de futuras actividades.
- **De infraestructura social:** los que se dirigen a solucionar limitantes que afectan el rendimiento de la mano de obra, tales como deficiencias en educación, salud, provisión de agua potable y para riego, telefonía, etc.
- **De regulación y fortalecimiento de mercados:** son los proyectos que apuntan a clarificar y normalizar las reglas de juego de los mercados o a fortalecer el marco jurídico donde se desenvuelven las actividades productivas.

c) De acuerdo al fin buscado, los proyectos pueden ser:

- **Proyectos de inversión privada:** en este caso el fin del proyecto es lograr una rentabilidad económica financiera, de tal modo que permita recuperar la inversión de capital puesta por la empresa o inversionistas diversos en la ejecución del proyecto.
- **Proyectos de inversión pública:** en este tipo de proyectos el Estado es el inversionista que coloca sus recursos para la ejecución del mismo. El Estado tiene como fin el bienestar social, de modo que la rentabilidad del proyecto no es sólo económica, sino también el impacto que el proyecto genera en la mejora del bienestar social en el grupo beneficiado o en la zona de ejecución.
- **Proyectos de inversión social:** un proyecto social sigue el único fin de generar un impacto en el bienestar social. En estos proyectos no se mide el retorno económico; es más importante medir la sostenibilidad futura del proyecto, es decir, si los beneficiarios pueden



seguir generando beneficios a la sociedad, aun cuando acabe el período de ejecución del proyecto.

d) En el caso de los proyectos públicos o sociales, se pueden establecer ciertas clasificaciones:

- **Proyectos de infraestructura:** relacionados a inversión en obras civiles de infraestructura que puede ser de uso económico (beneficiando la producción) o de uso social, mejorando las condiciones de vida.

- **Proyectos de fortalecimiento de capacidades sociales o gubernamentales:** en este caso se trabajan diversas líneas, como por ejemplo participación ciudadana, mejora de la gestión pública, vigilancia ciudadana u otros (pp. 5-7).

### 3.2.3 Etapas de los proyectos.

Por lo general, todos los proyectos toman su propio ciclo o etapas; sin embargo, cada etapa tiene su razón de ser y no debe ni confundirse ni reiterarse con la etapa anterior o posterior.

La importancia del ciclo o etapas de un proyecto, radica en que gracias a ellas se constituye un orden cronológico del proyecto mismo. En términos generales un proyecto se lleva a cabo en cuatro etapas:

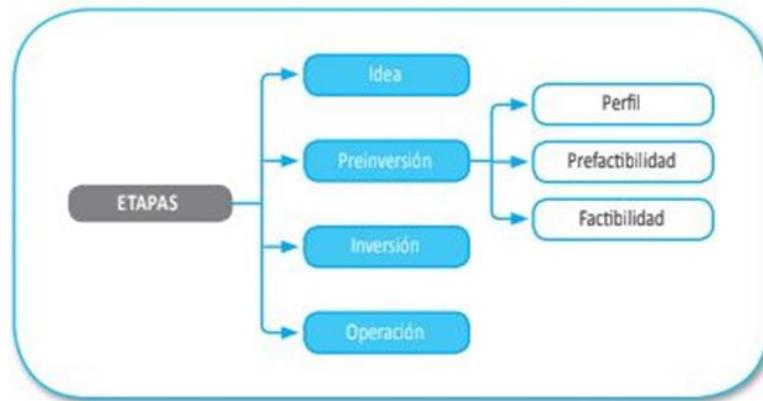


Figura 1: Etapas de los proyectos. Fuente: Sapag, N. (2011).

### 3.2.3.1 *Idea.*

La etapa de la idea corresponde al proceso sistemático de búsqueda de nuevas oportunidades de negocios o de posibilidades de mejoramiento en el funcionamiento de una empresa, proceso que surge de la identificación de opciones de solución de problema o ineficiencias internas que pudieran existir, o de las diferentes formas de enfrentar las oportunidades de negocio (Sapag, N., 2011, p.30).

Cabe destacar que, “en esta etapa se identifica el problema o la necesidad que se va a satisfacer y se identifica las alternativas básicas mediante las cuales se resolverá el problema” (Córdoba, M., 2011, p.9).

Por lo tanto, la idea es una fase en la que se realiza una evaluación sobre la situación actual. En esta etapa se vincula el proyecto con la solución de una problemática, e igualmente se plantean los posibles beneficios que traería dicho proyecto si se implementase.

### 3.2.3.2 *Pre inversión.*

Según Sapag, N. (2011),

La etapa de pre inversión corresponde al estudio de la viabilidad económica de las diversas opciones de solución identificadas para cada una de las ideas de proyectos. Esta etapa se puede desarrollar de tres formas distintas, dependiendo de la cantidad y la calidad de la información considerada en la evaluación: perfil, pre factibilidad y factibilidad.

Mientras menor cantidad y calidad tenga la información, más se acerca el estudio al nivel de perfil; y mientras más y mejor sea esta, más se acerca al nivel de factibilidad. Es decir, la profundización de los estudios de viabilidad económica posibilita reducir la incertidumbre sobre algunas variables que condicionan el resultado en la medición de la rentabilidad de un proyecto, a costa de una mayor inversión en estudios (p. 33).

“Es conocida también como la formulación y evaluación del proyecto de inversión, que dependiendo del nivel de profundidad de los estudios y de la calidad de la información recolectada se realiza a nivel de perfil, pre factibilidad o factibilidad” (Meza, J., 2013, p.18).

La etapa de pre inversión es un proceso que se basa en realizar estudios de información necesaria y suficiente para la evaluación de un proyecto. En esta fase se busca principalmente estudiar la viabilidad económica de las diversas opciones de solución que se plantearon en la etapa de idea para así posteriormente elegir la más factible.

#### *3.2.3.2.1 Perfil.*

Se le llama perfil, gran visión o identificación de la idea; a la etapa que se elabora a partir de la información existente, el juicio común y la opinión que da la experiencia. En términos monetarios sólo presenta cálculos globales de las inversiones, los costos y los ingresos, sin entrar a investigaciones de terreno (Baca, G., 2010, p.5).



El estudio de perfil es el más preliminar, estático, y basado en información secundaria y cualitativa (opiniones de expertos o cifras estimativas). Es la gran visión o identificación de la idea, que se elabora a partir de información existente, el juicio común y la opinión de la experiencia. En términos monetarios sólo presenta cálculos globales de las inversiones, los costos y los ingresos, sin entrar a investigaciones de campo (Córdoba, M., 2015, p.10).

El estudio a nivel de perfil se basa en determinar las posibles alternativas de solución, basándose en información secundaria y generalmente de tipo cualitativa. En esta etapa se dimensiona el proyecto y se realizan estudios generales para determinar la viabilidad de las ideas antes de avanzar al siguiente nivel; pero todo ello sin incurrir en gastos de investigaciones de mercado, campo o laboratorio.

#### *3.2.3.2.2 Prefactibilidad.*

“En esta etapa se profundiza la investigación en fuentes primaria y secundarias, lo que significa que además de la información obtenida a través de las fuentes bibliográficas es menester hacer investigaciones de campo” (Meza, J., 2013, p.19).

Córdoba, M. (2011) plantea que,

En esta etapa se realiza una evaluación más profunda de las alternativas encontradas viables y se determina la bondad de cada una de ellas. Es dinámica, proyecta los costos y beneficios a lo largo del tiempo y los expresa mediante un flujo de caja.

Implica un nivel de precisión de la información utilizada que excede el nivel de perfil y que debe permitir calcular la rentabilidad de la inversión. Esta es calculada en términos privados y desde la óptica del conjunto de la economía principal (p.11).



Según Sapag, N. (2011), “en el nivel de pre factibilidad se proyectan los costos y beneficios con base en criterios cuantitativos, pero sirviéndose mayoritariamente de información secundaria” (p.33).

La prefactibilidad es una fase cuya importancia radica en la preparación y evaluación de las posibles alternativas de solución, basándose en criterios mayormente cuantitativos. En esta etapa se realiza un estudio completo de lo planteado en el nivel de perfil, ya que busca descartar las ideas no factibles y elegir la alternativa técnica y económicamente adecuada, presentando flujos que proyecten los posibles costos y beneficios del proyecto.

#### *3.2.3.2.3 Factibilidad.*

“La factibilidad está enfocada al análisis de la alternativa más atractiva estudiada en la prefactibilidad, abordando en general el mismo aspecto, pero con mayor profundidad y dirigido a la opción más recomendable” (Córdoba, M., 2015, p.12).

Sapag, N. (2011) afirma que,

Dependiendo de lo completo del estudio y lo convincente de los resultados obtenidos a nivel de perfil, se decidirá si se pasa a la etapa de pre factibilidad o directamente a la de factibilidad. En casi la totalidad de los casos, el nivel de perfil proporciona informaciones tan generales que se hace imprescindible realizar la pre factibilidad del proyecto (p.33)

La fase de factibilidad busca generar la decisión definitiva sobre la realización del proyecto y pretende mostrar una información más detallada, para así profundizar el análisis de la mejor alternativa, recurriendo a los datos recopilados en la etapa anterior. Así mismo sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de dicho proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión.

### **3.2.3.3 Inversión.**

La inversión es, “la etapa del ciclo del proyecto en la cual se materializan las acciones que dan como resultado la producción de bienes y servicios y termina cuando el proyecto comienza a generar beneficios” (Meza, J., 2013, p.20).

“La etapa de inversión, en tanto corresponde al proceso de implementación del proyecto, donde se materializan todas las inversiones previas a su puesta en marcha” (Sapag, N., 2011, p.35).

Esta fase corresponde al proceso de implementación del proyecto, aquí se materializan todas las posibles inversiones planteadas anteriormente en la pre inversión, lo cual permite emplear de forma productiva los bienes económicos.

### **3.2.3.4 Operación.**

Según Córdoba, M. (2015), “la fase de operación es aquella donde la inversión ya materializada está en ejecución” (p.14).

La operación de un proyecto es la concreción de un plan en hechos reales mediante la movilización de recursos humanos, financieros y logísticos que se expresan en salidas de dinero como los costos de producción, administrativos, de venta, financieros y en ingresos por la venta de un bien o servicio (Meza, J., 2013, p.21).

Esta etapa tiene como objetivo cumplir con el requerimiento planteado para iniciar su ciclo de vida, donde ya la inversión esta materializada para dar ejecución del bien o servicio para satisfacer la necesidad que dio origen al mismo.

## **3.3 Estudio de Mercado**

Para Meza, J. (2013):



El estudio de mercado, es un estudio de demanda, oferta y precios de un bien o servicio. Este requiere de análisis complejos y se constituye en la parte más crítica de la formulación de un proyecto, porque de su resultado depende el desarrollo de los demás capítulos de la formulación, es decir, ni el estudio técnico ni el estudio administrativo y el estudio financiero se realizarán a menos que éste muestre una demanda real o la posibilidad de venta del bien o servicio. Más que centrar la atención sobre el potencial consumidor y la cantidad del producto que éste demandará, en el estudio de mercado se tendrán que analizar los mercados de proveedores, competidores y distribuidores e incluso, cuando así se requiera, se analizarán las condiciones del mercado externo (p.22).

Este estudio se centra en el análisis de la oferta y la demanda dentro de un mercado cuyo objetivo es determinar la penetración en el mercado real. El estudio de mercado nos ayuda a conocer la respuesta de los posibles clientes, proveedores, precios y su distribución, lo que nos permite analizar un plan de negocio, lo cual es una herramienta indispensable para que las empresas puedan adecuar a sus intereses sus planes y estrategia.

### **3.3.1 Estructura del análisis de mercado.**

Según Baca, G. (2001),

El estudio de mercado consta de la determinación y cuantificación de la oferta y demanda, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. Cuyo objetivo general es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado tomando en cuenta el riesgo (p.7).

Para el análisis de mercado se deben reconocer cuatro variables fundamentales, los cuales proporcionarían información veraz y directa acerca de lo que se debe hacer en el nuevo proyecto con el fin de tener el máximo de probabilidades de éxito.

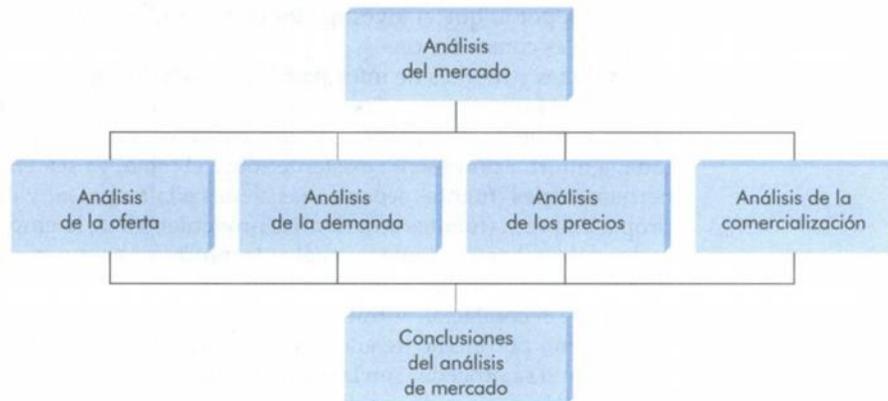


Figura 2: Estructura del análisis de mercado. Fuente: Baca, G. (2001).

### 3.3.2 Análisis de la demanda.

Según Sapag, N. y Sapag, R. (2008), “El análisis de la demanda constituye uno de los aspectos centrales del estudio de proyectos, por la incidencia de ella en los resultados del negocio que se implementará con la aceptación del proyecto” (p.44).

El objetivo de análisis de la demanda es determinar y medir cuales son los factores que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto o servicio del proyecto en la satisfacción de dicha demandan (Baca, G. 2001, p.17).

La demanda define la cantidad de los bienes y servicios que pueden obtener en diferentes precios del mercado para la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. Está



relacionado con el balance de precios y la cantidad de productos y servicios en un determinado mercado.

### ***3.3.2.1 Demanda potencial insatisfecha.***

Demanda potencial insatisfecha es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo (Baca, G., 2010, pp.43- 44).

Según Baca, G. (2010) “en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado” (p.16).

La demanda insatisfecha es aquella que no ha sido cubierta en el mercado por lo cual el público no ha logrado acceder al producto o servicio; esta se presenta cuando la demanda es mayor a la oferta en un mercado.

### **3.3.3 Análisis de la oferta.**

Para Sapag, N y Sapag, R (2008),

El término oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios. Obviamente, el comportamiento de los oferentes es distinto al de los compradores; un alto precio les significa un incentivo para producir y vender más de ese bien. A mayor incremento en el precio, mayor será la cantidad ofrecida.

Entre la información básica para hacer un mejor estudio de la oferta se destaca: cantidad de productores, localización, capacidad instalada y utilizada, calidad y precio de los



productos, planes de expansión, servicios que se ofrecen junto con el producto, grados de participación de mercado, canales de distribución, entre otros.

El estudio del comportamiento esperado de la oferta establece el marco de la competencia futura que enfrentará el proyecto una vez se encuentre en funcionamiento. La oferta actual del producto evaluado por el proyecto puede enfrentar cambios una vez que el producto se haya insertado en el mercado. En este sentido, es válido analizar la situación histórica y actual de la oferta para determinar variables que puedan emplearse en pronosticar su comportamiento futuro, tanto en la situación proyectada sin producto, como en la que podría esperarse en reacción a la aparición del producto (pp. 55-58).

La oferta determina todos los bienes y servicios disponibles en el mercado lo cual los clientes pueden adquirir a cambio de dinero. Como consecuencia en precio de mercado sube por lo que empieza a ofertar en un momento adecuado para generar ingresos.

#### **3.3.4 Análisis de los precios.**

De acuerdo a Baca, G. (2010), “precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio” (p.44).

El precio no es más que fijar el valor a un bien o servicios que se está intercambiando. El establecimiento de los precios es de mucha importancia pues este influye en la captación que tiene el consumidor final, tomando en cuenta a qué tipo de mercado se orienta el producto por lo que se debe conocer si el cliente busca calidad sin importar mucho el precio, o si este es una variable de decisión principal, en ocasiones la fijación de los precios es la responsables demanda del producto.



Una adecuada fijación repercutirá en la capacidad de la organización para alcanzar sus objetivos. Acercarse al precio correcto puede tener un buen impacto para atraer cliente y cumplir con la meta esperada.

### **3.3.5 Análisis del producto o servicio.**

De acuerdo a Córdoba, M. (2011) (como citó Mejía, 2010) “el producto es la concentración del bien, cualquier cosa que pueda ofrecerse para satisfacer una necesidad o deseo. Abarca los objetivos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas” (p.56).

Por otro lado, Mc Carthy, J. (2011) afirma que, “un producto es un bien tangible o intangible (físico o servicio) que vendemos. Esto tiene algunas variables como son: calidad, marca, garantía, diseño y características” (p.7).

Hablar de productos o servicios se puede definir como un conjunto que se relacionan entre sí y que se ponen a la venta, con el objetivo de poder ofrecer variedad cuando se vinculan, pero también individualmente donde se está caracterizando por tamaño, tipos, colores, precios y hasta las cantidades. El producto es todo aquello que compra un cliente y lo que es el medio por el cual se va satisfacer al comprador, y se realiza por el cambio de dinero. Las empresas tienen que considerar que el producto o servicio cumplan con las necesidades de los clientes.

### **3.3.6 Comercialización.**

Para Baca, G. (2010),

Comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar. La comercialización no es la simple transferencia de productos hasta las manos del consumidor; esta actividad debe conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar; es decir, una buena comercialización es la que



coloca al producto en un sitio y momento adecuados, para dar al consumidor la satisfacción que él espera con la compra (p.48).

Por otra parte, Pimentel, E. (2008) afirma que la comercialización es, “un proceso mediante el cual se planifica y organizan las actividades necesarias para que, en el momento preciso, una mercadería o servicio, destinado a venderse este en el lugar indicado y en su debido momento” (p.63).

La comercialización es un conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Considerar planear y organizar las actividades necesarias para posicionar una mercancía o servicio logrando que los consumidores conozcan y consuman el producto.

### **3.4 Estudio Técnico**

Córdoba, M. (2015) plantea que,

El estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿cuánto, ¿dónde, ¿cómo y con qué producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea éste un bien o un servicio. Este determina la necesidad de capital y de mano de obra necesaria para la ejecución del proyecto (p.106).

“El estudio técnico presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal” (Baca, G. 2010, p.7).

Según Sapag, N. y Sapag, R. (2008),



Los aspectos que se relacionan con la ingeniería del proyecto son probablemente los que tienen mayor incidencia sobre la magnitud de los costos y las inversiones que deberán efectuarse a la hora de implementar un proyecto. En el análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, el estudio técnico cumple la función de proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes.

Una de las conclusiones más importantes derivada en este estudio, es que se deberá definir la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto (pp.24-25).

Por lo tanto, con el estudio técnico se pretende realizar una valoración económica de las variables técnicas del proyecto, que nos facilite una apreciación de los recursos necesarios para la realización del mismo; de igual forma, las informaciones técnicas y físicas obtenidas en este estudio, se transforman en unidades monetarias para el cálculo de las futuras inversiones y la optimización de los costos; es por ello que este estudio proporciona información relevante para el análisis económico-financiero.

### 3.4.1 Componentes del estudio técnico.

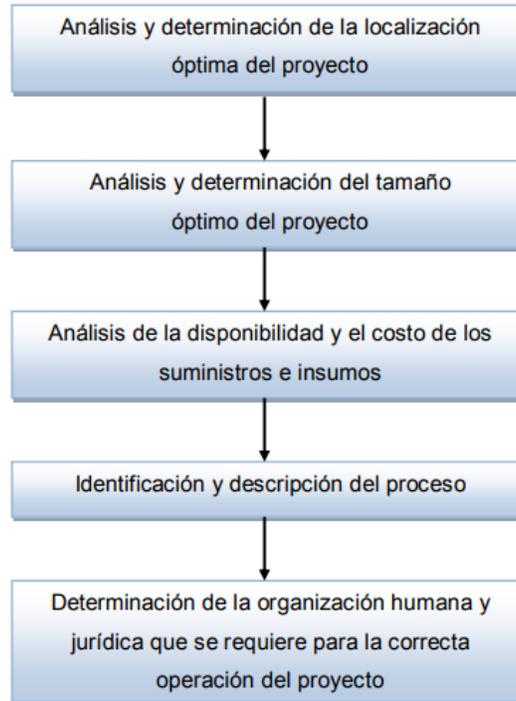


Figura 3: Partes que conforman un estudio técnico. Fuente: Baca, G. (2010).

A pesar de que existe una amplia clasificación con respecto a los componentes de un estudio técnico, sus tres ramas principales son:

1. Determinación de la localización óptima de la planta.
2. Determinación del tamaño óptimo del proyecto.
3. Ingeniería del proyecto.

#### 3.4.1.1 Localización.

Baca, G. (2010) plantea que,

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre una alta tasa de rentabilidad sobre capital, o bien a obtener el costo unitario mínimo. El

objetivo general de este punto es, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta. En la localización del proyecto se encuentran dos aspectos; la Macro localización (ubicación del mercado de consumo; las fuentes de materias primas y la mano de obra disponible) y la Micro localización (cercanía con el mercado consumidor, infraestructura y servicios) (p.86).

Por su parte, Córdoba, M. (2015) asegura que,

Uno de los aspectos importantes de un proyecto es la definición y selección del lugar más adecuado para ubicar las instalaciones productivas. Antes de proceder a evaluar y analizar posibles sitios para instalar un proyecto, es necesario contar con informes técnicos, económicos y comerciales del mismo, que aportarán elementos de evaluación en la consideración de las zonas de interés. Cualquier análisis por sus características tendrá dos factores: Los elementos de juicio cuantificables y los aspectos de cuantificación.

La localización adecuada de la empresa que se creará con la aprobación del proyecto puede determinar el éxito o fracaso de un negocio. Por ello, la decisión de dónde ubicar el proyecto debe obedecer no sólo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales, e incluso de preferencias emocionales. Con todos ellos se busca determinar aquella localización que maximice la rentabilidad del proyecto (p.113).

Es decir, la localización de un proyecto consiste en analizar las diferentes opciones donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios y los menores costos, en otras palabras, en donde se obtenga la máxima ganancia.

#### *3.4.1.1.1 Macro localización:*

Según Córdoba, M. (2011):

La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto. Esta tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente. Además, compara las alternativas propuestas para determinar las regiones o terrenos más apropiados del proyecto (p.119).

Las condiciones básicas de una región son:

- Distancia y acceso a la infraestructura.
- Mercados de ventas amplios.
- Disponibilidad de insumos.
- Abastecimiento de energía.
- Industrias conexas y servicios auxiliares.
- Disponibilidad de mano de obra.

#### *3.4.1.1.2 Micro localización.*

Córdoba, M. (2011) plantea que:

La micro localización indica cual es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida. Esta abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costo para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde opera (p.120).

Esta localización integra los siguientes elementos:

- La disponibilidad y los costos relativos a los insumos.
- Suma de los costos de fletes de insumos a la planta y el producto al mercado.

### **3.4.1.2 Tamaño.**

Según Sapag, N. (2011),

El estudio del tamaño de un proyecto es fundamental para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación que, a su vez, permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados. Varios elementos se conjugan para la definición del tamaño: la demanda esperada, la disponibilidad de los insumos, la localización del proyecto, el valor de los equipos, etcétera (p.134).

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. De igual forma, la decisión que se tome respecto del tamaño determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por venta (Córdoba, M., 2015, p.107).

El tamaño óptimo de un proyecto es la capacidad de producción que tendrá este durante todo su periodo de funcionamiento; por esto, es fundamental para determinar el monto de la inversión ya que nos permitirá observar los costos del funcionamiento del proyecto mismo, así como los ingresos proyectados.

#### **3.4.1.2.1 Capacidad.**

“Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando” (Córdoba, M., 2015, p.107).

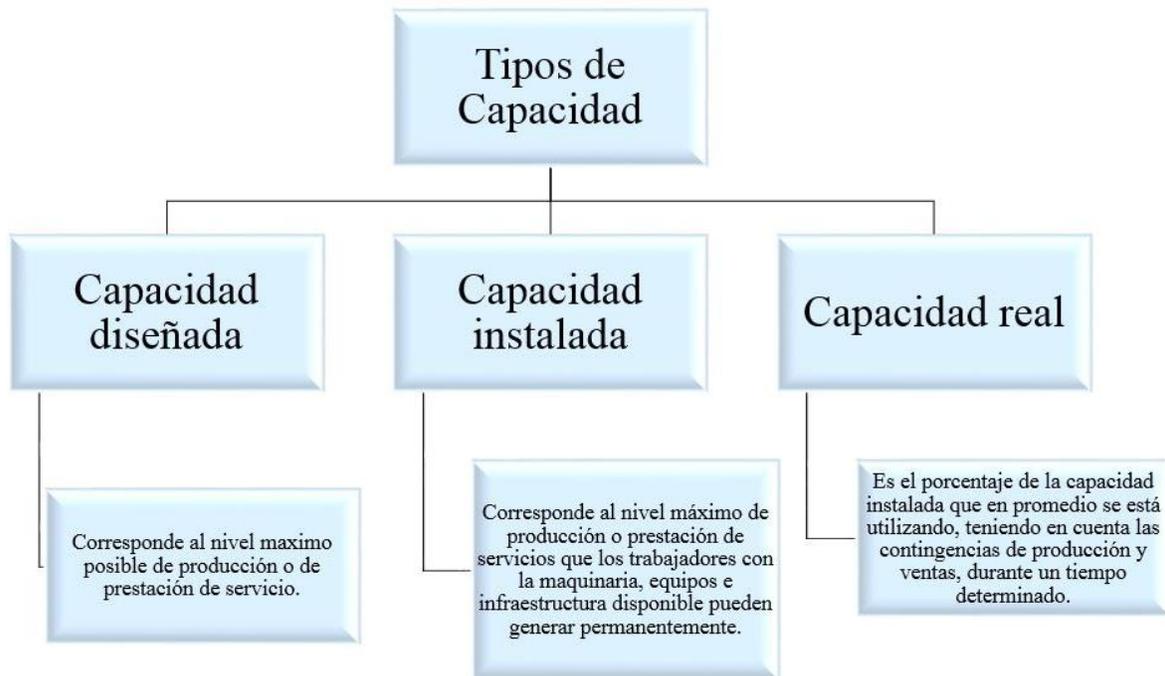


Figura 4: Tipos de capacidad. Fuente: Córdoba M. (2015).

Por lo tanto, la capacidad de producción de un proyecto se define como la escala o nivel de volumen de producción que este puede alcanzar. La misma se divide en tres tipos: la capacidad diseñada, la cual consiste en un porcentaje normal de actividad en el funcionamiento de producción; la capacidad instalada, que corresponde a la máxima actividad de producción que se puede generar en un tiempo determinado y la capacidad real, que se refiere al porcentaje de actividad de producción anual de manera efectiva.

#### 3.4.1.2.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto.

- **Tamaño y mercado:** “Este factor está condicionado al tamaño del mercado consumidor, es decir, al número de consumidores o, lo que es lo mismo, la capacidad de producción del proyecto debe estar relacionada con la demanda insatisfecha” (Córdoba, M., 2015, p.109).

La demanda es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto. El tamaño propuesto sólo puede aceptarse en caso de que la demanda sea claramente superior. Si el tamaño propuesto fuera igual a la demanda, no sería recomendable llevar a cabo la instalación, puesto que sería muy riesgoso (Baca, G., 2010, p.84).

El análisis del mercado permite seleccionar el tamaño del proyecto ya que la demanda influye en gran manera en la realización del mismo. Dicho tamaño propuesto debe de ser mayor a la demanda proyectada que se obtiene en el estudio de mercado ya que de acuerdo a ese segmento de posibles consumidores se determina la cantidad de productos a generar y así el tamaño de la planta.

- **Tamaño y materias primas:** Se refiere a la provisión de materias primas o insumos suficientes en cantidad y calidad para cubrir las necesidades del proyecto durante los años de vida del mismo. La fluidez de la materia prima, su calidad y cantidad son vitales para el desarrollo del proyecto (Córdoba, M., 2015, p.110).

El abasto suficiente en cantidad y calidad de materias primas es un aspecto vital en el desarrollo de un proyecto. Para demostrar que este aspecto no es limitante para el tamaño del proyecto, se deberán listar todos los proveedores de materias primas e insumos y se anotarán los alcances de cada uno para suministrar estos últimos (Baca, G. 2010, p.84).



El factor de materias primas se complementa con el tamaño ya que la provisión de insumos es vital para el desarrollo del proyecto; es por ello que dicho factor nos obliga a analizar la oferta de los insumos o materias primas más relevantes, así como los proveedores, esto con el fin de conocer su existencia a corto y largo plazo.

• **Tamaño y financiamiento:** “si los recursos financieros son insuficientes para cubrir las necesidades de inversión, el proyecto no se ejecuta. Por ende, el tamaño del proyecto debe ser aquel que pueda financiarse fácilmente y que en lo posible presente menores costos financieros” (Córdoba, M., 2015, p.110).

Si los recursos económicos propios y ajenos permiten escoger entre varios tamaños para producciones similares entre los cuales existe una gran diferencia de costos y de rendimiento económico, la prudencia aconsejará escoger aquel que se financie con mayor comodidad y seguridad, y que a la vez ofrezca, de ser posible, los menores costos y un alto rendimiento de capital (Baca, G., 2010, p.85).

Esta variable que condiciona el tamaño de proyecto, hace referencia a que los recursos financieros del mismo deberán cubrir los costos de inversión, de lo contrario no será viable ejecutarlo, igualmente la disponibilidad de recursos financieros destinados para inversiones fijas, diferidas y/o capital de trabajo inciden en la cantidad a producir, y por lo tanto en la determinación del tamaño del proyecto.

### ***3.4.1.3 Ingeniería del proyecto.***

El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta

definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. En pocas palabras, resuelve todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta (Baca, G., 2010, p.89).

La ingeniería del proyecto tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto cuya disposición en planta conlleva a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidos. También se ocupa del almacenamiento y distribución del producto, de métodos de diseño, de trabajos de laboratorio, de empaques de productos, de obras de infraestructura y de sistemas de distribución (Córdoba, M., 2015, p.122).

La ingeniería del proyecto es la etapa en que se selecciona el proceso de producción de este, al igual que se definen los recursos para la ejecución de planes o tareas necesarias que permitan cumplir con el tamaño de producción que se establece en la etapa anterior. En esta etapa se determinan los procesos, equipos, recursos humanos, mobiliario y equipo de oficina, terrenos, construcciones, etc.

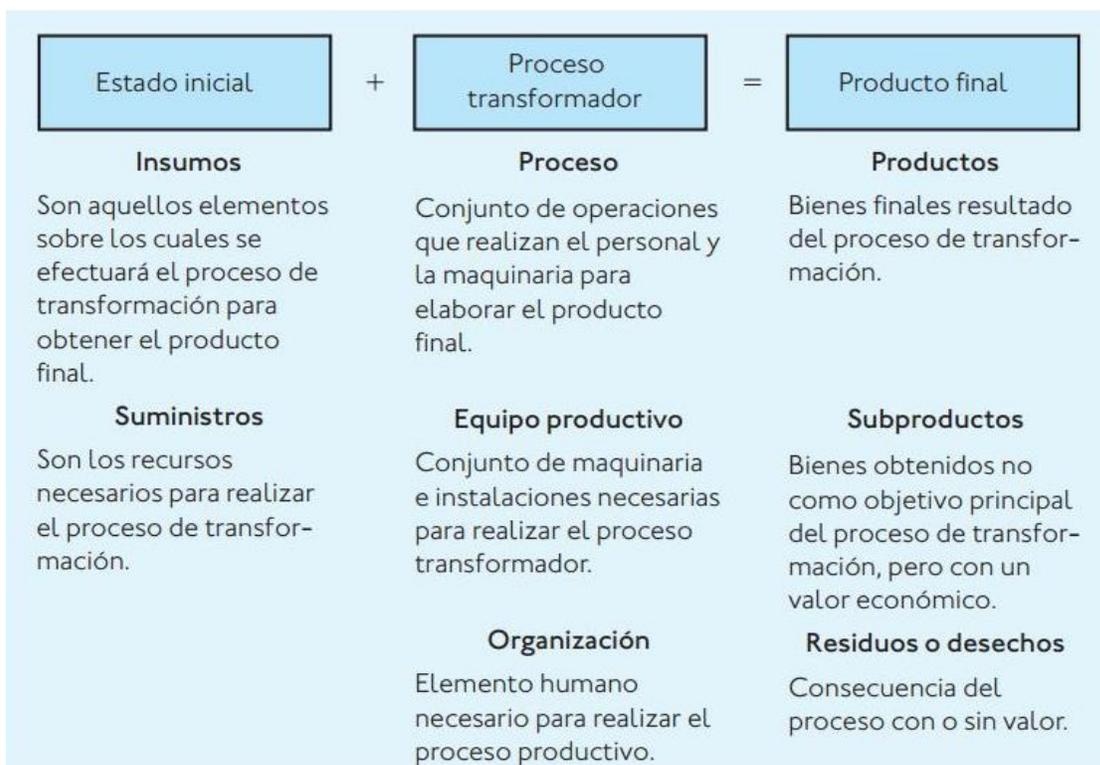
#### *3.4.1.3.1 Proceso de producción.*

Según Córdoba, M. (2015) el proceso de producción se define como:

La fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados mediante la participación de la tecnología, los materiales y las fuerzas de trabajo (combinación de la mano de obra, maquinaria, materia prima, sistemas y procedimientos de operación). Un proceso de producción se puede clasificar en función de su flujo productivo o del tipo de producto a manufacturar y, en cada caso particular, se tendrán diferentes efectos sobre el flujo de fondos del proyecto (p.123).

“Es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirla en artículos mediante una determinada función de manufactura” (Baca, G., 2010, p.89).

Por lo tanto, el proceso de producción de un proyecto se refiere al conjunto de procedimientos orientados principalmente a la transformación de recursos o servicios que parten de una materia prima. Igualmente, en esta fase se deberá seleccionar una determinada tecnología para la fabricación del producto mismo, por lo que será indispensable la adquisición de equipo y maquinaria considerando así una flexibilidad en los procesos.



*Figura 5: Proceso global de producción. Fuente: Baca, G. (2010).*



### 3.5 Estudio legal y organizacional

Este estudio tiene como propósito definir la forma de organización que requiere la unidad empresarial, con base en sus necesidades funcionales y presupuestales. Comprende el análisis del marco jurídico en el cual va a funcionar la empresa, la determinación de la estructura organizacional más adecuada a las características y necesidades del proyecto, y la descripción de los procedimientos y reglamentos que regularán las actividades durante el período de operación (Meza, J., 2013, p.28).

#### 3.5.1 Aspectos legales.

De acuerdo a Sapag, N. y Sapag, R. (2008),

El estudio de viabilidad de un proyecto de inversión debe asignar especial importancia al análisis y conocimiento del cuerpo normativo que regirá la acción del proyecto, tanto en su etapa de origen como en la de su implementación y posterior operación. Ningún proyecto, por muy rentable que sea, podrá llevarse a cabo si no se encuadra en el marco legal de referencia en el que se encuentran incorporadas las disposiciones particulares que establecen lo que legalmente está aceptado por la sociedad, es decir, lo que se manda, prohíbe o permite a su respecto (p.245).

Toda persona moral o sociedad mercantil tiene una personalidad jurídica, la cual es definida como una investidura o la posición legal que tiene, que se le atribuye a cualquier corporación o colectividad, jurídicamente organizada, como una empresa, asociación, organización, institución o conjunto de con la capacidad de contraer obligaciones que generan responsabilidades para el mismo o terceros, que se validan y se legitiman, dando el derecho de adquirir y poseer bienes y ejercitar acciones judiciales (Nuño, P., 2012, p.17).



### **3.5.1.1 Marco legal o normativo.**

**Ley No. 822**, Ley de concertación tributaria, La cual tiene por objeto crear y modificar los tributos nacionales internos, y regular su aplicación, con el fin de proveerle al Estado los recursos necesarios para financiar el gasto público. (Arto.1)

**Ley No. 774** Ley de Medicina Natural, Terapias Complementarias y Productos Naturales en Nicaragua, tiene por objeto, institucionalizar, promover, resguardar y regular el ejercicio colectivo o individual en todo el país, de la medicina natural y las terapias complementarias, incluyendo lo relativo a la producción, distribución y comercialización de los productos naturales derivados de la medicina natural. (Arto.1)

**Reglamento de la ley 774** "ley de medicina natural, terapias complementarias, tiene por objeto establecer los procedimientos para la aplicación de la Ley No. 774, "Ley de Medicina Natural, Terapias Complementarias y Productos Naturales en Nicaragua"

**Código de Comercio de la República de Nicaragua**, plantea que la sociedad anónima es una persona jurídica formada por la reunión de un fondo común, suministrado por accionistas responsables sólo hasta el monto de sus respectivas acciones, administrada por mandatarios revocables, y conocida por la designación del objeto de la empresa. (Capítulo V, Arto. 201).

**Reglamento de la ley No. 453** Ley de equidad fiscal, sostiene como objeto adecuar el régimen fiscal nacional a los principios de generalidad, neutralidad y equidad de los tributos; disminuir los sesgos anti-exportadores, facilitar las inversiones y fortalecer las instituciones encargadas de recaudar todos los tributos.



**Ley de medicamentos y farmacias, Ley No. 292**, tiene por objeto proteger la salud de los consumidores, garantizándoles la disponibilidad y accesibilidad de medicamentos eficaces, seguros y de calidad; para tal efecto regulará:

- a) La fabricación, distribución, importación, exportación, almacenamiento, promoción, experimentación, comercialización, prescripción y dispensación, de medicamentos de uso humano, cosméticos medicados y dispositivos médicos;
- b) La selección, evaluación, control de calidad y registro sanitario;
- c) La información, publicidad y uso racional de medicamentos;
- d) El funcionamiento de los establecimientos farmacéuticos;
- e) Las responsabilidades del propietario del establecimiento farmacéutico y de su regente, así como las de toda persona que intervenga en cualquiera de las actividades reguladas por dicha Ley.

### **3.5.2 Estudio organizacional.**

“En cada proyecto de inversión se presentan características específicas y normalmente únicas, que obligan a definir una estructura organizativa acorde con los requerimientos propios que exija su ejecución” (Sapag, N., 1991, p.168).

Córdoba, M. (2006) plantea que, “La organización busca agrupar las funciones para el logro de objetivos propuestos, asignando actividades las diferentes niveles y definiendo mecanismos de coordinación” (p.158).

Por su parte Sapag, N. y Sapag R. (2008) afirman que:

Todas las actividades que se requieran para la implementación y operación del proyecto deberán programarse, coordinarse y controlarse por alguna instancia que el estudio del



proyecto debe prever. La estructura organizativa que se diseñe para asumir estas tareas tendrá relevancia no sólo en términos de su adecuación para el logro de los objetivos previstos, sino también por sus repercusiones económicas en las inversiones iniciales y en los costos de operación del proyecto. Para garantizar que los resultados de la evaluación se basen en proyecciones realistas, deberán cuantificarse todos los elementos de costos que origine una estructura organizativa dada (p.227).

El estudio organizacional de un proyecto es indispensable, pues este determina la estructura óptima que exige la ejecución del mismo. Dicho estudio busca definir las funciones y responsabilidades futuras del personal, así como también establecer las relaciones entre estos y de ese modo lograr que se trabaje con eficiencia para así alcanzar los objetivos planteados.

### ***3.5.2.1 Factores humanos y técnicos.***

Córdoba, M. (2006) plantea que las organizaciones disponen de una serie de medios, y a su vez están clasificadas en:

- Factores humanos: aportan turbulencia, tienen ideas para mejorar los procesos técnicos y alteran la estabilidad porque proponen cambios, intentando modificar el desarrollo del trabajo para una mejor consecución de los objetivos.
- Factores técnicos: aportan estabilidad a la organización. Son los puntos de referencia tangibles que ayudan en el sentido de dar continuidad en el trabajo.

El problema que se plantea para la dirección de las organizaciones es cómo equilibrar estabilidad y turbulencia. Se tendrá entonces unos conceptos claros y seguros sobre los cuales trabajar, y una serie de cambios periódicos que permitirán evolucionar en el desarrollo del trabajo (p.159).

### *3.5.2.2 Planificación y formulación estratégica.*

Según Córdoba, M. (2006),

Toda empresa diseña planes estratégicos para el logro de sus objetivos y metas planteadas. Estos planes pueden ser a corto, mediano y largo plazo, según la amplitud y magnitud de la empresa, es decir, su tamaño, ya que esto influye en la cantidad de planes y actividades que debe ejecutar cada unidad operativa, ya sea de niveles superiores o niveles inferiores

La planeación estratégica de la empresa es un proceso continuo que explica y culmina con la expresión escrita de hacia dónde (¿qué?) y cómo se quiere llegar en un período considerado, a través de misiones, objetivos, estrategias y planes de acción comprometidos por todos y cada uno de los componentes de la estructura.

Esta planificación proporciona la dirección que guiará la misión, la visión, los objetivos y las estrategias de la empresa, pues facilita el desarrollo de planes para cada una de sus áreas funcionales (pp.162-163).

#### *3.5.2.2.1 Misión.*

De acuerdo con Córdoba, M. (2006),

La misión es el primer documento donde se empieza a plasmar la unidad de dirección. En esta se debe considerar: ¿A qué negocio se dedicará?, ¿Qué lo diferenciará de su competencia ahora y en el futuro?, ¿Qué fabricará?, ¿Qué nivel de calidad pretende para sus productos?, Flexibilidad del proceso productivo, Investigación básica, ¿sí o no?, ¿Desarrollo de productos propio o tercerizado?, Cada división, gerencia, planta, o individuo con su misión. (p.163).



Por tanto, la misión es la definición del propósito y enfoque de la organización, esta es indispensable para la toma de decisiones, ya sea a corto o a largo plazo. Igualmente, la misión nos sirve como filtro para separar lo importante de lo que no lo es y así tener bien claro el enfoque de lo que queremos lograr con nuestro proyecto.

#### 3.5.2.2.2 *Visión.*

Córdoba, M. (2006) considera que la visión es:

- Inherente a la alta dirección.
- Define al conjunto.
- Enfoque holístico de la empresa.
- Es la expresión formal de cómo la empresa “ve” su realidad futura en el más alto nivel.

Por su parte, la visión podrá responder a: misión social (si la tuviera), valores éticos compartidos de la organización, como será la organización en 10 ó 15 años, integración vertical y extensión horizontal (p.163).

La visión describe hasta dónde quiere llegar la organización, responde a la pregunta de qué será de la misma en un futuro, así como a dónde quiere llegar. Esta busca guiar a la organización hacia el punto en que se desea estar, es decir es una mirada hacia el futuro plasmada por los inversionistas.

#### 3.5.2.2.3 *Objetivos.*

Según Córdoba, M. (2006),

Un objetivo se refiere a un resultado que se desea o necesita lograr dentro de un

Periodo de tiempo específico. Los objetivos están relacionados con:

- Estrategias. Se empieza a formular el ¿cómo?
- Planes de acción. Son respuestas de ¿cómo?
- Presupuesto. Es el compromiso operacional de la empresa, con un horizonte de un año. Se materializa y expresa casi exclusivamente en números.

Para definir los objetivos se debe de estar acorde a los fines misionales de la organización, deben de ser cuantificables en el tiempo, que sea posible su realización, deben de ser comprensibles, inmodificables, la organización debe comprometerse con su realización y debe involucrarse a todos los miembros de la organización en su definición (pp. 163-164).

### ***3.5.2.3 Organigrama.***

Córdoba, M. (2006) afirma que:

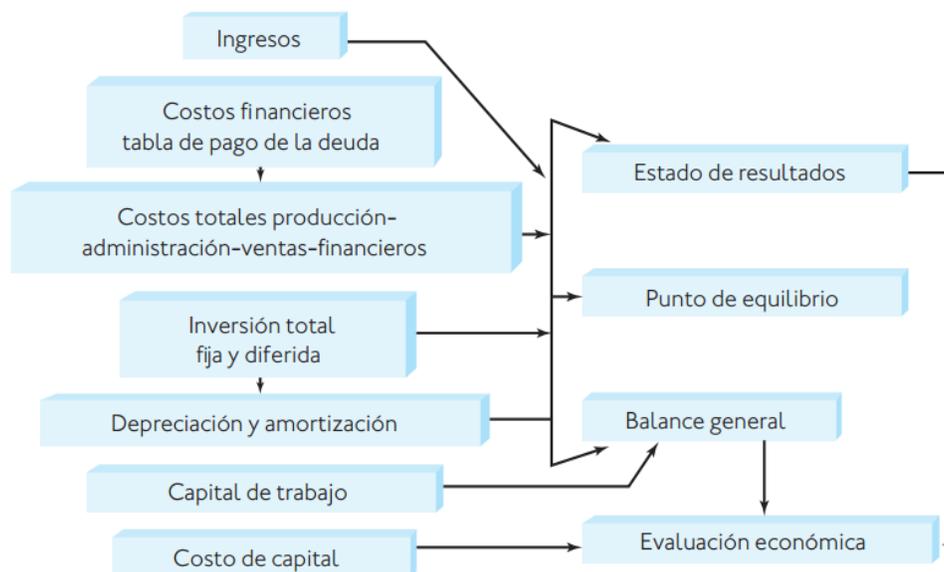
Un organigrama es el diagrama de organización de un negocio, empresa, trabajo o cualquier entidad que generalmente contiene las principales áreas dentro del organismo. Representa una herramienta fundamental en toda empresa y sirve para conocer su estructura general. Es un sistema de organización que se representa en forma intuitiva y con objetividad. También son llamados cartas o gráficas de organización.

El organigrama señala la vinculación que existe entre los departamentos a lo largo de las líneas de autoridad principales. Los organigramas revelan: la división de funciones, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y responsabilidad, los canales formales de comunicación, la naturaleza lineal o staff del departamento, los jefes de cada grupo de empleados, trabajadores, etc. las relaciones existentes entre los diversos puestos de la empresa y en cada departamento o sección (pp. 170-171).

### 3.6 Estudio económico o financiero

De acuerdo con Baca, G. (2010),

El estudio Financiero o análisis económico dentro de la metodología de evaluación de proyectos, consiste en expresar en términos monetarios todas las determinaciones hechas en el estudio técnico. Las decisiones que se hayan tomado en el estudio técnico, en términos de cantidad de materia prima necesaria y cantidad de desechos del proceso, cantidad de mano de obra directa e indirecta, cantidad de personal administrativo, número y capacidad de equipo y maquinaria necesarios para el proceso, etc. Ahora deberán aparecer en forma de inversiones y gastos (p.138).



*Figura 6: Estructura del estudio económico. Fuente: Baca, G. (2010).*

#### 3.6.1 Estructura del estudio económico.

##### 3.6.1.1 Determinación de los costos.

Para Baca, G. (2010) un costo es:

Un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado (costos hundidos), en el presente (inversión), en el futuro (costos futuros) o en forma virtual (costo de oportunidad). A los costos o desembolsos hechos en el presente (tiempo cero) en una evaluación económica se les llama inversión. Los costos se pueden clasificar como:

**Costos de producción:** Son el reflejo de las determinaciones realizadas en el estudio técnico, en referencia a los costos de la materia prima, mano de obra, envases, servicios, combustibles, mantenimiento, cargos de depreciación y amortización entre otros.

**Costos de administración:** Son los costos necesarios para realizar la función de administración de la empresa.

**Costos de ventas:** Como su nombre lo indica, son los costos necesarios para vender el producto, implica la investigación y desarrollo de nuevos mercados o productos y los apartados para promoción y publicidad.

**Costos financieros:** Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo. Algunas veces estos costos se incluyen en los generales y de administración, pero lo correcto es registrarlos por separado, ya que un capital prestado puede tener usos muy diversos y no hay por qué cargarlo a un área específica (pp.140-143).

Por otra parte, Vivillato, P. (s.f.) considera que:

Un costo de inversión es todo y cualquier esfuerzo utilizado para producir un bien, siempre que se le pueda atribuir un determinado valor monetario y los clasifica en:

**Costos fijos** son aquellos costos que incurre la empresa y tienden a aparecer constante, independientes del volumen de producción.

*Costos variables* están directamente relacionado con la elaboración y venta del producto, y por ello, varían con el volumen de producción, estos costos se derivan del pago de los siguientes componentes: materia prima, mantenimientos, reparación de insumos y mano de obra de operación (pp.226-232).

La importancia de determinar los costos atrae la necesidad de tomar decisiones, de fijar precios, lograr la producción y obtener la eficiencia esperada en la empresa y competitividad en los mercados, y a la vez es un instrumento de aprovechamiento de los recursos disponibles en cualquier proceso económico. La correcta asignación de los costos dará como resultado un mejor costeo de los productos lo cual permite el establecimiento de los precios de venta y conocer el nivel de mercado que tan eficiente y efectivamente se está llevando a cabo.

### 3.6.1.2 Inversiones.

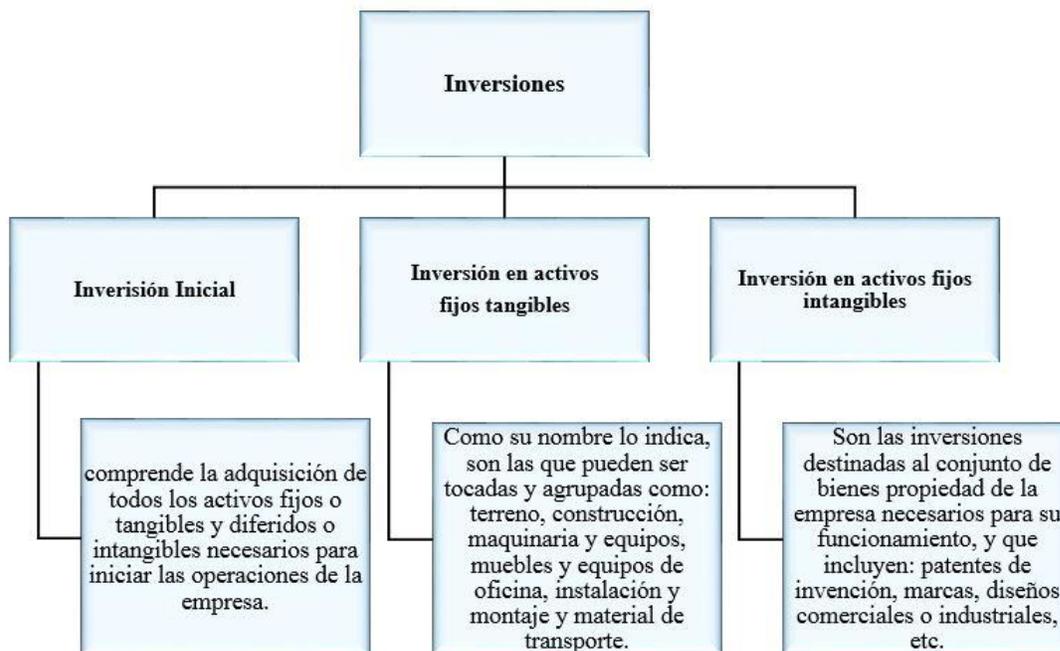


Figura 7: Tipos de inversiones. Fuente: Baca, G. (2010).



El periodo de inversión se inicia en el momento en que se toma la decisión de ejecutar el proyecto y termina cuando el proyecto entra en operación. En esta etapa se materializa lo definido en el estudio técnico, en lo que hace referencia a las inversiones que son necesarias para dejar al proyecto en condiciones de entrar en operación. Tales inversiones son: compra de terrenos, construcción de obras físicas, compra de maquinarias y equipos, compra de equipos de oficina adquisición de materia prima, etc. (Meza, J., 2013, p.20).

Es la utilización de los recursos en el sector productivo para generar beneficios, esta se logra con recursos financieros (efectivo) y va aumentando debido a los intereses, acciones y ganancias. La inversión es aquello que se utiliza para designar un objetivo mediante el cual un empresario o individuo decide colocar parte de su ganancia o dividendo en una actividad que permite obtener ganancia en corto y largo plazo.

### ***3.6.1.3 Depreciaciones y amortizaciones.***

De acuerdo con Baca, G. (2010),

El término depreciación tiene exactamente la misma connotación que amortización, pero el primero solo se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos; es decir, se deprecian; en cambio, la amortización solo se aplica a los activos diferidos o intangibles, ya que por ejemplo si se ha comprado una marca comercial, ésta con el uso del tiempo no baja de precio o se deprecia, por lo que el término amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión (p.144).

Desde la óptica contable, la depreciación es la distribución como gastos de valor del activo en los precios en los cuales presta sus servicios. Los activos fijos con excepción de los



terrenos, son de uso de la empresa por un número limitado de años y su costo se distribuye como gasto entre los años durante los cuales se usa (Meza J., 2013, p.90).

Por su parte, Vivillato, P. (s.f.) define la amortización como “la representación contable de la depreciación monetaria que en transcurso de tiempo sufren los activos inmovilizados” (p 230). Es decir, la amortización de un bien, es la devaluación o pérdida de valor del mismo. Sin embargo, una amortización solo es aplicable a los activos intangibles, ya que estos no tienen una vida útil definida y es a través de la amortización que se registra su desgaste.

#### ***3.6.1.4 Capital de trabajo.***

Baca, G. (2010) plantea que,

Desde el punto de vista contable, este capital se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces, debe comprarse la materia prima, pagar la mano de obra directa que la transforme, otorgar crédito en las primeras ventas y contar con cierta cantidad de efectivo para sufragar los gastos e la empresa (p.145).

Una inversión fundamental para el éxito o el fracaso de un negocio es la que se debe hacer en capital de trabajo. El proyecto puede considerar la inversión en todos los activos fijos necesarios para poder funcionar adecuadamente, pero si no contempla la inversión en el capital necesario para financiar los desfases de caja durante su operación, probablemente fracase (Sapag, N., 2011, p.183).

### **3.6.2 Flujos de caja.**

Según Meza, J. (2013), “el flujo de caja es la sistematización de la información sobre la inversión inicial, inversiones durante la etapa de operación, los ingresos y egresos operacionales y de producción, y el valor de rescate del proyecto” (p.234). Es decir, el flujo de caja del proyecto es el registro de los desembolsos que se presentan antes de la puesta en marcha de proyecto, así como ingresos y egresos durante su operación.

La proyección del flujo de caja es un elemento fundamental dentro de la evaluación de proyectos, dado a que significa medir la capacidad de generar ingresos a lo largo del horizonte de vida, tomando en cuenta todos los elementos de los estudios previos (Sapag, N. y Sapag, R., 2008, p.291).

Los flujos de caja nos ayudan a la evaluación de la viabilidad del proyecto, estos emplean el punto de partida del mismo, ya que gracias a su construcción se determinan todos los posibles ingresos y egresos que se desarrollarán a lo largo del tiempo. En definitiva, los flujos de caja del proyecto revelan la capacidad que tendrá el proyecto para hacer frente a sus necesidades y de no ser así buscar alternativas de financiamiento.

#### ***3.6.2.1 Estructura general del flujo de caja.***

Un flujo de caja se estructura en varias columnas que representan los momentos en que se generan los costos y beneficios de un proyecto. Cada momento refleja dos cosas: los movimientos de caja ocurridos durante un periodo, generalmente de un año, y los desembolsos que deben estar realizados para que los eventos del periodo siguiente puedan ocurrir (Sapag, N., 2011, p.250).

Conocer la estructura general de los flujos de caja es indispensable ya que dichos flujos muestran información sobre las entradas y salidas de efectivo que tendrá el proyecto, por lo tanto se deberán ordenar estos datos de manera que permitan conocer los saldos del periodo, así como los saldos futuros del proyecto mismo.

|                                   |
|-----------------------------------|
| (-) INVERSIÓN INICIAL             |
| (+) INGRESOS GRAVABLES            |
| (-) EGRESOS DEDUCIBLES            |
| (-) DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN   |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS       |
| IMPUESTOS CAUSADOS                |
| (-) IMPUESTOS PAGADOS             |
| (+) DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN   |
| (-) EGRESOS NO DEDUCIBLES         |
| (+) INGRESOS NO GRAVABLES         |
| (+) VALOR DE RESCATE DEL PROYECTO |
| <b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>     |

Figura 8: Estructura general del flujo de caja. Fuente: Meza, J. (2013).

### 3.6.2.2 Tipos de flujos de caja.

Según Meza J. (2013),

Existen diferentes flujos de caja dependiendo de cuál rentabilidad se desea conocer y de la forma de financiar la inversión:

**El flujo de caja puro del proyecto**, cuyo propósito es servir de base para medir la rentabilidad del proyecto en sí, teniendo en cuenta toda la inversión sin importar las fuentes de financiamiento.

**El flujo de caja del inversionista**, que permite medir exclusivamente la rentabilidad sobre sus aportes. Para su correcta construcción y para medir el efecto del financiamiento se incluyen en el flujo de caja del proyecto los cargos por intereses y amortización de capital. Además de los dos flujos de caja anteriores, cuando se acude al financiamiento con pasivos es imprescindible construir un presupuesto de efectivo para verificar la capacidad de pago del proyecto (p.242).

El flujo de caja puro o libre es aquel que se construye considerando que un proyecto será financiado solamente con capital propio, en él se registran las inversiones necesarias, así como los ingresos proyectados, esto sin estimar fuentes secundarias de financiamiento. Por otra parte, el flujo de caja del inversionista, se realiza cuando un proyecto es fraccionalmente financiado.

### **3.6.3 Evaluación económica y de los riesgos.**

Para Baca, G. (2010);

La evaluación económica y de los riesgos, consiste en la determinación de la rentabilidad de la inversión y los riesgos asociados a la misma. Es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Si no han existido contratiempos, hasta este punto se sabrá que existe un mercado potencial atractivo; se habrá determinado un lugar óptimo y el tamaño más adecuado para el proyecto, de acuerdo con las restricciones del medio; se conocerá y dominará el proceso de producción, así como todos los costos en que se incurrirá en la etapa productiva; además, se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto (p.181).

Para realizar la evaluación económica de un proyecto se debe tomar en cuenta:

### 3.6.3.1 Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR).

Según Baca, G. (2010);

Para formarse cualquier empresa se debe de realizar una inversión inicial. El capital que forma esta inversión puede provenir de varias fuentes como: inversionista e instituciones de crédito o de una mezcla de inversionistas. Como sea que haya sido la aportación de capitales, cada uno de ellos tendrá un costo asociado al capital que aporte, la nueva empresa así formada tendrá un costo de capital propio.

$$TMAR = i + f + if$$

**Donde:**

**i**= Premio al riesgo

**f**= Inflación

Para los inversionistas, es muy importante determinar la tasa mínima de retorno aceptable. Por esta razón, se debe considerar la inflación y la prima de riesgo. En muchos casos, TMAR se ha comparado con los ingresos del certificado que proporciona el banco para los depósitos, que no es Totalmente Efectivo, debido a que la tasa de incremento del efecto inflación incluso supera la tasa de retorno que genera el certificado, este retorno no permite que el poder adquisitivo de los inversores se mantenga y crezca en el tiempo, por lo que se utiliza como referencia a la hora de calcular TMAR: Se debe considerar el efecto de la inflación.

Es de suma importancia para el inversionista poder determinar su tasa mínima de rendimiento aceptable, para esto se debe de tomar en cuenta la inflación y la prima al riesgo (p.152).

### ***3.6.3.2 Costo de capital promedio ponderado (CCPP).***

El costo de capital corresponde a aquella tasa que se utiliza para determinar el valor actual de los flujos futuros que genera un proyecto y representa la rentabilidad que se le debe exigir a la inversión por renunciar a un uso alternativo de los recursos en proyectos de riesgos similares (Sapag, N., y Sapag, R., 2008, p.344).

Cuando el proyecto se financia con deuda y con aportes propios, la tasa de descuento se debe de calcular como un costo ponderado de capital entre ambas fuentes de financiamiento. Al ir amortizando la deuda, cambia la estructura de capital, por lo que se deberá calcular la tasa ponderada individualmente para cada uno de los periodos, aunque el costo de la deuda y el patrimonio se mantengan en el tiempo (Sapag, N., 2011, p.378).

El costo de capital promedio ponderado está dado por:

$$WACC = \left(\frac{E}{V}\right) * Re + \left(\frac{D}{V}\right) * Rd * (1 - Tc)$$

El costo de capital promedio ponderado (CCPP) refleja el costo promedio de los fondos a largo plazo. Es utilizado para descontar los flujos de caja futuros para la valuación de proyectos de inversión. En un enfoque del inversionista este permite visualizar el retorno que estos obtendrían, si deciden invertir en dicho proyecto. Cabe destacar que este costo porcentual deberá de ser menor a la rentabilidad del proyecto a fondear.

### 3.6.3.3 Valor actual neto (VAN).

El VAN, es el valor que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero (Baca, G., 2010, p.182).

Según Gitman, L. y Zutter, C. (2012),

El valor actual neto (VAN) es la técnica más desarrollada de elaboración del presupuesto de capital; se calcula restando la inversión inicial de un proyecto del valor presente de sus flujos de entrada de efectivo descontados a una tasa equivalente al costo de capital de la empresa. Cuando se usa el VAN, tanto las entradas como las salidas de efectivo se miden en términos de dólares actuales. Para un proyecto que tiene salidas de efectivo más allá de la inversión inicial, el valor presente neto del proyecto se obtendría restando el valor presente de los flujos de salida de efectivo del valor presente de las entradas de efectivo (p.368). Sus criterios de decisión son:

- Si el VAN es mayor que \$0, el proyecto se acepta.
- Si el VAN es menor que \$0, el proyecto se rechaza.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} - I_0$$

El valor actual neto nos permite saber cuánto será el margen de ganancia en términos monetarios en caso de realizarse la inversión, y por ende nos brinda la decisión de aceptación o

rechazo de la inversión misma. Si el VAN es mayor que cero se acepta el proyecto, puesto que el proyecto generará un rendimiento mayor que el costo de capital invertido.

#### ***3.6.3.4 Tasa interna de retorno (TIR).***

Según Baca, G. (2010), la TIR “es la tasa de descuento por la cual el Valor Presente Neto es igual a cero. Es la tasa que igual a la suma de los flujos descontados a la inversión inicial” (p.184).

Sapag, N. y Sapag, R. (2008) detallan que “este criterio es equivalente a hacer el VAN igual a cero y determinar la tasa que le permite al flujo actualizado ser cero” (p.323).

Por otra parte, Gitman, L. y Zutter, C. (2012) plantean que,

La tasa interna de rendimiento o retorno (TIR) es la tasa de descuento que iguala el VPN de una oportunidad de inversión a 0 (es decir que el valor presente de las entradas de efectivo es igual a la inversión inicial); es la tasa de rendimiento que ganara la empresa si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas (p.372).

En el caso de la TIR los criterios de decisión son los siguientes:

- Si la TIR es mayor que el costo de capital, se acepta el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo de capital, se rechaza el proyecto.

La tasa interna de retorno (TIR) no es más que el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá la inversión del proyecto. Es la tasa de rendimiento que se obtendrá si se invierte en el proyecto y este recibe las entradas de efectivo proyectadas. La TIR transforma la posible rentabilidad del proyecto obtenida en términos monetarios a través del valor actual neto, en una tasa de rentabilidad que nos permite saber cuál de las alternativas es más viable.

$$TIR = \sum_{t=0}^n \frac{F_n}{(1+i)^n} = 0$$

### ***3.6.3.5 Periodo de recuperación de la inversión.***

Para Córdoba, M. (2015), “el periodo de recuperación de la inversión es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial” (p.234).

“Los periodos de recuperación se usan comúnmente para evaluar las inversiones propuestas. El periodo de recuperación es el tiempo requerido para que una compañía recupere su inversión inicial en un proyecto, calculado a partir de entradas de efectivo” (Gitman, L. y Zutter, C., 2012, p.364).

Es un determinante importante para saber si se emprende el proyecto, ya que generalmente los periodos de recuperación más largos no son deseables para las posiciones de inversión, lo cual busca tomar el tiempo establecido del proyecto. Por tanto, cuanto más corto sea el período de recuperación de la inversión de un proyecto, más atractivo este será.

$$PRI = \frac{\text{Inversión inicial}}{\text{Ingresos promedios}}$$

### ***3.6.3.6 Razón beneficio costo (RBC).***

De acuerdo a Córdoba, M. (2015),

La razón beneficio costo, también llamada índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de clasificación de



proyectos en orden descendente de productividad. Si la razón beneficio costo es mayor que 1, entonces acepte el proyecto (p.240).

Estima adecuadamente los recursos económicos necesarios en el plazo que se realizará el proyecto. Es necesario cuando para la creación de una empresa o producto, con el fin de conocer la rentabilidad y así conocer si el proyecto será viable o lo atractivo de el mismo.

$$RBC = \Sigma \frac{VP \text{ Ingresos Netos } (TIO)}{Inversión Inicial}$$

El análisis permite a las pronosticar el éxito o fracaso de un proyecto utilizando datos confiables y certeros. Al estudiar todas las posibles variables y resultados, el encargado puede tomar mejores decisiones respecto al proyecto.



#### IV. Preguntas directrices

- ¿Cómo se logrará determinar el potencial de comercialización a través de la demanda, oferta, precios y competidores para el Centro Naturista Vida Verde en la ciudad de Chinandega en el periodo 2021-2026?
- ¿Qué aspectos técnicos se utilizarán para determinar la localización, tamaño y equipos a utilizar en el Centro de Medicina Natural Vida verde?
- ¿Cuál es el marco normativo y legal que se necesita para la constitución y administración del Centro Naturista Vida Verde?
- ¿Al implementar un estudio financiero se especificará la viabilidad del proyecto de apertura del Centro Naturista Vida Verde?

### V. Operacionalización de variables

| Objetivos   | VARIABLES          | Definición conceptual   | Definición operacional   | Indicadores  | Ítems   |
|---|--------------------|---|--|--|---|
| Realizar un estudio de mercado que determine el potencial de comercialización de los productos naturales ofrecidos por “Vida Verde” en la ciudad de Chinandega, en el periodo del año 2021 al 2026. | Estudio de mercado | Para Meza, J. (2013) “es un estudio de demanda, oferta y precios de un bien o servicio, requiere de análisis complejos y se constituye en la parte más crítica de la formulación de un proyecto” (p.22).  | Forma en cómo se obtendrán datos para comercializar los productos a ofrecer. | Demanda<br>Oferta<br>Precios<br>Proveedores<br>Productos | - Anexo 1.<br>Guía de observación.<br>Ítems 2, 3, 4, 9 y 11.<br>-Anexo 2.<br>Encuesta.<br>Ítems 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8 y 9 |
| Elaborar un estudio técnico para determinar la localización, tamaño y equipos a utilizar en el Centro Naturista Vida Verde, en el periodo del año 2021 al 2026.                                     | Estudio técnico    | “El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo, localización de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal” (Baca, G., 2010, p. 7). | La entrevista de opinión de expertos, e investigación de costos.             | Tamaño<br>Localización<br>Balances                       | - Anexo 1.<br>Guía de observación.<br>Ítems 1, 5, 7, 8.<br>Anexo 2.<br>Entrevista ítems 10 y 11                         |

| Objetivos   | Variabes           | Definición conceptual   | Definición operacional   | Indicadores  | Ítems  |
|---|--------------------|---|--|--|--|
| Describir e identificar las normas, requisitos legales que conlleva la apertura y operación de un centro de medicina natural. | Estudio legal      | “Por la viabilidad legal de un proyecto se determina la existencia o inexistencia de normas que pudieran restringir la realización del negocio o condicionar su materialización al cumplimiento de algunos requisitos mínimos para poder implementarlo” (Sapag, N., 2011, p.172). | Crear guía de seguimiento y cumplimiento con la información y bibliografía consultada. | Ley de concertación tributaria<br><br>Código del trabajo, Ley de seguridad social<br><br>Ley del salario mínimo<br><br>Código del comercio | -Anexo 3.<br>Guía de revisión documental<br>1. Ítems 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 y 11. |
| Analizar la viabilidad financiera de la creación de un centro de medicina natural en el periodo del año 2021 al 2026.         | Estudio financiero | De acuerdo a Córdoba, M. (2006), “en el estudio financiero se especifican las necesidades de los recursos a invertir, los ingresos y egresos para el periodo de vida útil del proyecto”   | Aplicación de instrumentos financieros.  | Utilización de medidas o parámetros financieros, para evaluar la rentabilidad del proyecto, estudio de precios y mercado.                  | -Anexo 4.<br>Guía de revisión de práctica.<br>Ítems 1, 2, 3, 4 y 5.                      |

## VI. Diseño metodológico

### 5.1. Enfoque de investigación

La metodología que se utilizó para desarrollar el estudio de pre factibilidad lleva un enfoque mixto, ya que se aplica un método cualitativo con lineamientos cuantitativos, porque a través de este estudio se pretende cuantificar las variables y cualificar algunos aspectos para cumplir con los objetivos planteados; por lo que se requiere seguir un orden secuencial que inicia con el planteamiento del problema de investigación y culmina con el análisis de los resultados.

Es cualitativo, ya que llevará los fenómenos que serán estudiados mediante las herramientas y técnicas de recopilación de datos como: guía de observación y entrevista, con el objetivo de diagnosticar la pre factibilidad del proyecto mismo.

Por otro lado, la investigación es también de tipo cuantitativo porque se pretende recopilar y analizar datos cuantificables y los resultados que se obtendrán son numéricos, demostrando el cumplimiento de las variables en estudio partiendo de la necesidad de realizar proyecciones haciendo uso de diferentes fórmulas relacionadas al estudio de mercado, estudio técnico y financiero para demostrar la viabilidad del estudio.

### 5.2. Tipo de investigación

En este estudio, el tipo de investigación es correlacional debido a que posee caracteres analíticos, descriptivos y explicativos, ya que implicó una averiguación de la relación entre varias variables que se encuentran conectadas entre sí, como son la guía de observación, el análisis y evaluación de resultados.



Esta investigación es de índole transversal siendo que se realiza una medición de fenómenos aplicado a un periodo de estudio y aplicación de instrumentos, porque dentro de sus objetivos se plantea el estudio de las variables sin realizar ningún tipo de manipulación, asimismo, se encuentra enmarcado en un período de tiempo, ya que el proceso investigativo se llevó a cabo durante el período del año 2020, describiendo la situación en el momento dado, es decir, se estudió la problemática de esta situación en el tiempo determinado.

Según el tiempo que se realiza, esta investigación se ubica dentro de la categoría longitudinal, ya que se analiza la relación de los antecedentes, las causas y los efectos del fenómeno de estudio durante el año 2020; igualmente se dice que es de tipo longitudinal ya que el periodo de investigación es distinto al lapso de tiempo del desarrollo del proceso de estudio, es decir que la duración de la investigación fue de x meses, mientras que el desarrollo del proyecto está a disposición de quien lo ejecute.

### **Descripción de las variables**

Para este estudio se desarrollarán las siguientes variables que son en relación a los objetivos planteados para realizar esta investigación, ya que permitirán comprobar las preguntas directrices antes mencionadas:

Estudio de mercado

Estudio Técnico

Marco legal y normativo

Estudio financiero



### **5.3. Población o área de estudio**

Primeramente, la población o área de estudio se refiere al conjunto de todos los elementos acerca de los cuales se intentan obtener conclusiones. Es por ello que el área de estudio es el sector del mercado central de la ciudad de Chinandega en Nicaragua. Por ello que esta investigación está enfocada al municipio de Chinandega, el cual posee una población de 133,361 habitantes (estimada el 30 de junio del año 2012 según el Censo Nacional de Población y Vivienda, INIDE, 2005) con una densidad poblacional de 89 habitantes / km<sup>2</sup>, pero nuestra población clave será las 5,000 personas que visitan el mercado central diariamente.

### **5.4. Muestra**

El área específica de estudio la constituye el sector del mercado central, el cual se ha seleccionado por conveniencia ya que los comerciantes de dicho sector podrán ser consumidores potenciales del producto a ofertar. La muestra a tomar será de 165 personas.

Del mismo modo, se ha seleccionado por conveniencia a usuarios claves como son los comerciantes y compradores del mercado central de Chinandega, ya que éstos poseen información y experiencia, en el desempeño de la función de negocios del mismo, igualmente se toma como muestra a expertos del sector fármaco naturista los cuales conocen el manejo de las leyes tributarias y especiales de este sector, para efectos de controlar adecuadamente el debido cumplimiento de las obligaciones específicas que conlleva a abrir el negocio.

## 5.5. Instrumentos y técnicas

Para la recolección, procesamiento y análisis de los datos obtenidos se hizo uso del método empírico que significa algo que ha surgido de la experiencia directa de las cosas y su fundamento radica en la percepción directa del objeto de investigación y del problema.

### Técnicas

Los parámetros para la evaluación del riesgo.

Los parámetros para evaluación del control interno.

En cuanto a las técnicas que se aplicaron para la recolección de datos se encuentran la entrevista dirigida a funcionarios expertos en la medicina natural, así como la observación de los activos principales utilizados en el sector médico naturista; dichos instrumentos se aplicaron con el objetivo de obtener información sobre las actividades empresariales referentes al tema de estudio.

## 5.6. Instrumentos de análisis de datos

El uso de los instrumentos es con el propósito de lograr medir las variables objeto de estudio, de tal manera que permita la recolección de datos necesarios para comprobar la veracidad de información proporcionada por las diferentes fuentes. A continuación, se especifica la aplicación de los instrumentos y los sujetos a quienes estarán dirigidas:

**Guía de Observación:** consiste en examinar directamente algún hecho o fenómeno según se presenta espontáneamente y naturalmente, teniendo un propósito expreso conforme a un plan determinado y recopilando los datos e información en una forma sistemática.

“Observar es describir sistemáticamente eventos, comportamientos y artefactos en el escenario social elegido para ser estudiado”. Marshall (1989)



A través de esta técnica se podrá apreciar, ver, analizar una situación con el propósito de visualizar los activos fijos utilizados en el sector de telecomunicaciones para tener un conocimiento más amplio de los mismos.

**Guía de Entrevista:** Es una forma de conversación que permite alcanzar información cualitativa, debido a que permite escuchar las opiniones del entrevistado. Además, estas respuestas están respaldadas por datos cuantitativos que afirmen la veracidad de las contestaciones.

Al realizar la entrevista es más ventajoso, porque permite una mayor fluidez de datos, rapidez en la obtención de la información y veracidad de las respuestas y de esta forma se pueden captar los gestos, los tonos de voz, los énfasis entre otros, que aportan una importante información sobre el tema y las personas entrevistadas.

La entrevista estará dirigida a funcionarios expertos en medicina natural, así como a personas dueñas de negocios de medicina natural.

**Análisis estadístico:** A través de esta técnica se analizarán datos correspondientes a nuestro mercado meta es decir dicha información vendrá de contribuyentes pertenecientes al sector del mercado central en la ciudad de Chinandega.

## VII. Análisis de resultado

El proyecto consiste en la creación de un centro naturista, un negocio dedicado a las actividades de venta, conservación, dispensación de productos naturales y servicios de medicina alternativa, así como la colaboración en los procesos de vigilancia de la salud pública; debido a que existe una demanda creciente de medicamentos naturales y el consumidor exige cada vez más calidad y precios bajos, puesto que, actualmente los productos de origen vegetal resultan atractivos para los consumidores.

Además, la industria de productos naturales y plantas medicinales son un sector potencial dentro de la industria farmacéutica nicaragüense, considerando que hoy en día es común el consumo de este tipo de medicamentos y productos a base de plantas naturales.

### 7.1. Estudio de mercado

Si bien, hay algo que caracteriza a los mercados con gran facilidad, es que los mismos no son homogéneos y por lo tanto no suelen comportarse de la misma manera. Cada mercado posee propiedades únicas y en las que se debe reparar con detenimiento, si se espera posicionar o llegar a crear un negocio, en este caso el fin del estudio de pre factibilidad.

En el municipio de Chinandega existen alrededor de 8 establecimientos de medicina natural en los cuales la mayoría de ellos están ubicados en zonas lejanas al centro de la ciudad, por lo que este negocio se ubicará de la esquina de los bancos 1 c. arriba hasta 120 vrs. hacia el norte ya que está cerca del mercado central, por donde transitan muchas personas a diario y este sector no cuenta con ningún establecimiento naturopático.

### 7.1.1 Análisis de la demanda.

El análisis de la demanda será tomado en base a la encuesta realizada a la población de Chinandega, utilizando los datos de proyección para el año 2020 determinado por el Censo Nacional de Población y Vivienda, INIDE, equivalente a 133,721 habitantes, quienes serán nuestros posibles consumidores, asumido por el hecho que nuestros productos son susceptibles de consumir. Tal población será segregada en hombres 64,440 y mujeres 69,281.

En la encuesta realizada a la población de Chinandega con una muestra de 165 se determina que el 78% si consume productos naturales, y un 22% no consume productos naturales.

Tabla 2  
*Consumidores de productos naturales en Chinandega.*

| Resultados encuesta            |            |             |
|--------------------------------|------------|-------------|
| ¿Consumen productos naturales? |            |             |
| Si                             | 129        | 78%         |
| No                             | 36         | 22%         |
| <b>Total encuestados</b>       | <b>165</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Autoría propia.

Si bien se demuestra que la mayor población de la ciudad es de mujeres más que hombres, en la encuesta se fija que la mayoría a contestar que sí consumían productos naturales son mujeres, se deduce por el hecho de que son quienes están más atentas a la salud de la familia y al cuidado en general.

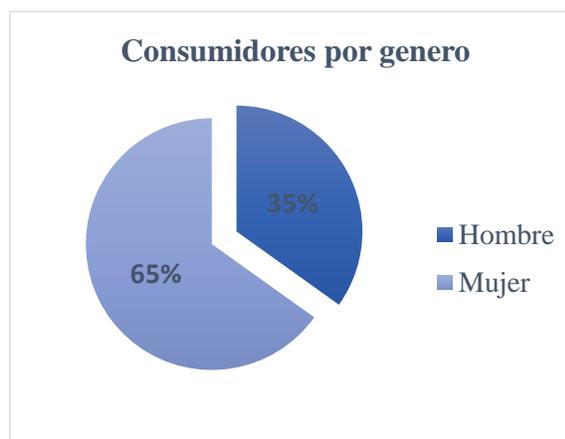


Figura 9: Consumidores de productos naturales en Chinandega, segmentados por género. Fuente: Autoría propia.

#### ***7.1.1.1 Ingresos.***

El ingreso es un factor determinante para el desplazamiento de la demanda, debido a que este influye en los niveles de consumo del mismo, ya que a mayor poder adquisitivo mayor capacidad de contraer bienes o servicios para suplir necesidades.

La ciudad de Chinandega ocupa el segundo lugar como potencia económica a nivel nacional, según Fundación Nicaragüense para Desarrollo Económico y social (FUNIDES), debido a la gran variedad de actividades agrícolas, ganaderas, acuícolas, industrial y portuarias que en la localidad existe, es por tal motivo que los ingresos promedios de la población rondan los \$624.5 mensuales indica Global Data Lab.

#### ***7.1.1.2 Producto sustituto.***

Si bien los productos naturales se han considerado un producto sustituto de los industrializados, cabe mencionar que así mismo los medicamentos o productos altamente procesados lo son para estos. Por tanto, el Centro Naturista Vida Verde tendrá competencia, ya que zonas aledañas al centro se ubican una variedad de farmacias con gran afluencia.

#### ***7.1.1.3 Preferencias y gustos.***

Las modas cambian a menudo, unas veces como consecuencia de la publicidad, otras por avances tecnológicos. El caso de la medicina naturópata la aceptación y preferencia de su uso surge debido a la pandemia, en donde juega un rol importante para la ratificar efectos del virus.

A nivel nacional han surgido capacitaciones en todo el sector salud sobre medicina natural alternativa y complementaria, exponiendo la importancia que ha tenido en este último

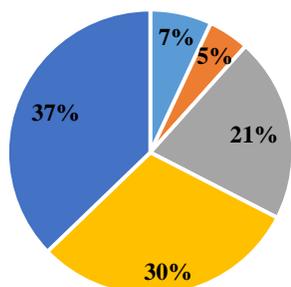
año tomando en cuenta preferencias, preocupaciones y motivaciones, las cuales han acontecido para el consumo de estos productos.

**7.1.1.4 Disposición a pagar.**

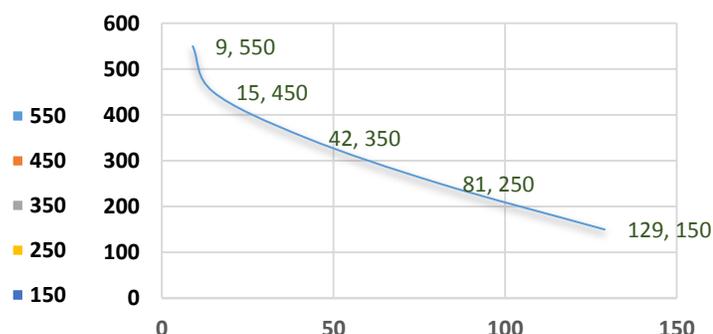
La disposición a pagar estará determinada en base de los precios de nuestros productos en donde la variación estará dada entre C\$150.00 y C\$500.00 para cada segmentación.

A continuación, las siguientes gráficas describen la disponibilidad a pagar que tienen para nuestros productos la población que consume productos naturales.

**Disponibilidad a pagar de quienes si consumen productos naturales de uso medicinal.**

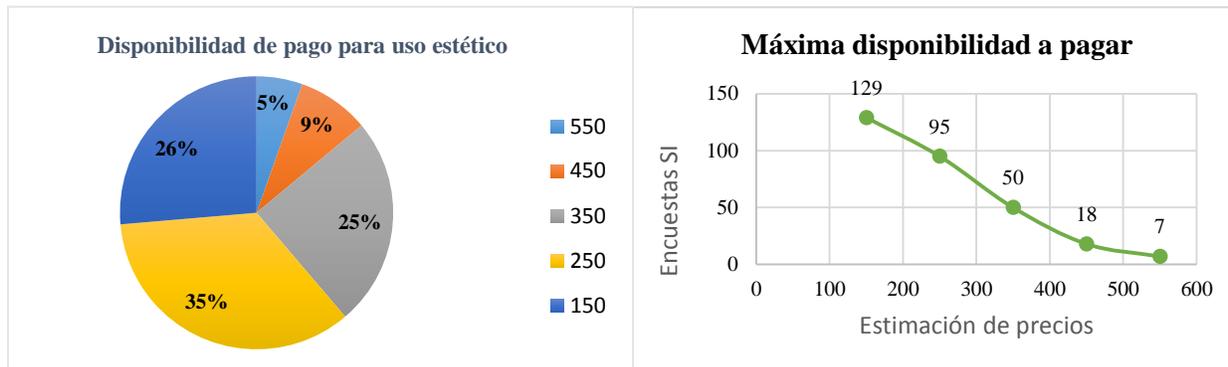


**Máxima disposición a pagar**



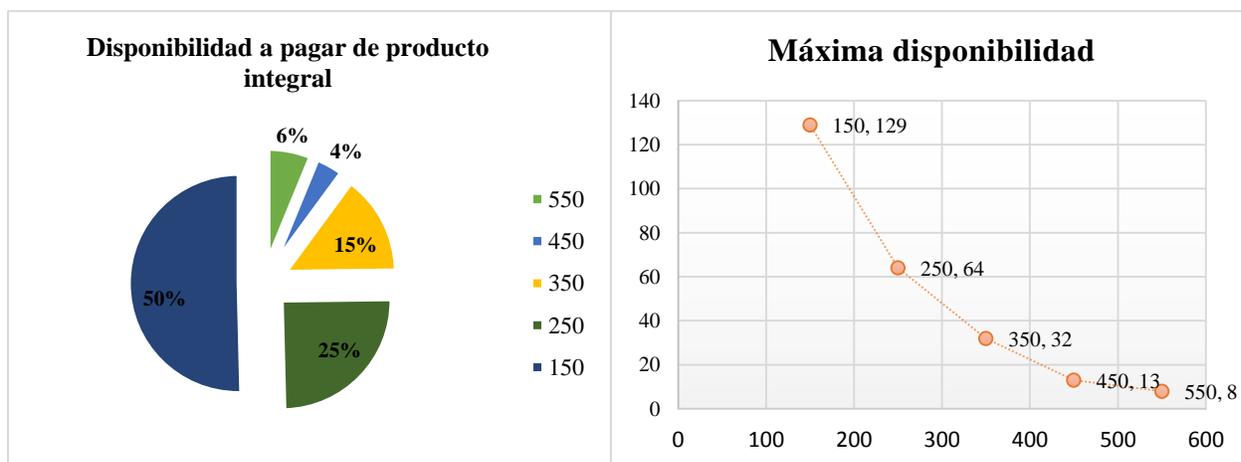
*Figura 10:* Disponibilidad a pagar por productos medicinales. Fuente: Autoría propia.

La disponibilidad a pagar que los encuestados aceptan con mayor porcentaje para medicamentos naturales es del 37% que representa C\$150.00. En la máxima disposición a pagar, pese a que en su mayoría acepta el mínimo del costo hay quienes están dispuestos a adquirir el bien con el mayor costo.



*Figura 11:* Disponibilidad de pago por productos de uso estético. Fuente: Autoría propia.

En productos estéticos de origen natural la mayor disposición a pagar es de C\$ 250.00 equivalente al 35% de los encuestados que respondieron si consumían productos naturópatas, seguidos del 25% por ciento que denota C\$350.00. En este segmento la población accede a pagar más que en medicina natural, se asume que es debido a que son productos novedosos y captan la atención debido a que son nuevos en el mercado de esta índole.



*Figura 12:* Disponibilidad de pago por productos integrales. Fuente: Autoría propia.

Los productos integrales son de gran uso para una alimentación sana, además de ser promotores para esta misma; la disponibilidad de precio se acopla al precio dado por los proveedores. En la máxima disponibilidad un 4 % está dispuesto a pagar el precio máximo.

Por tanto, la máxima disponibilidad explica que, si un usuario accede a pagar el monto máximo de un precio, también estará dispuesto a pagar el precio mínimo, siendo este tomado en cuenta en los precios que anteceden al costo mayor.

### 7.1.2 Análisis de los productos y servicios.

Los productos que se ofertarán en el Centro Naturista Vida Verde se encuentran clasificados en tres segmentos: productos integrales, productos de uso medicinal y de uso estético.

En la línea de productos medicinales, los cuales son utilizados para tratar enfermedades y aliviar síntomas o molestias de una manera más saludable; se destacan principalmente: los oxigenantes cerebrales, multivitamínicos, limpia colon, relajantes musculares, así como productos para enfermedades respiratorias.

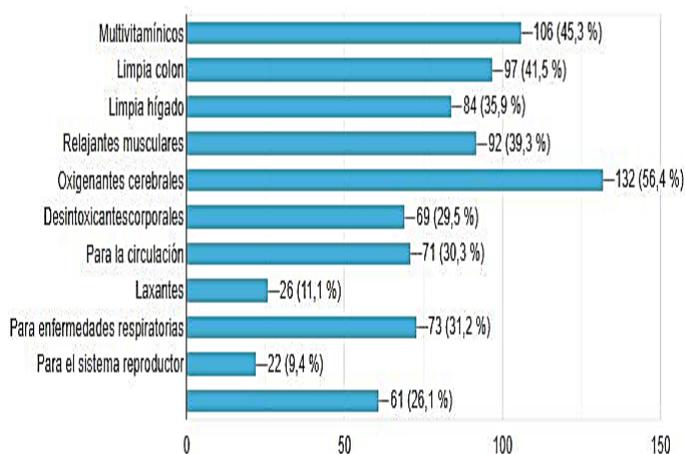


Figura 13: Productos naturales de uso medicinal más demandados por la población de Chinandega. Fuente: Autoría propia.

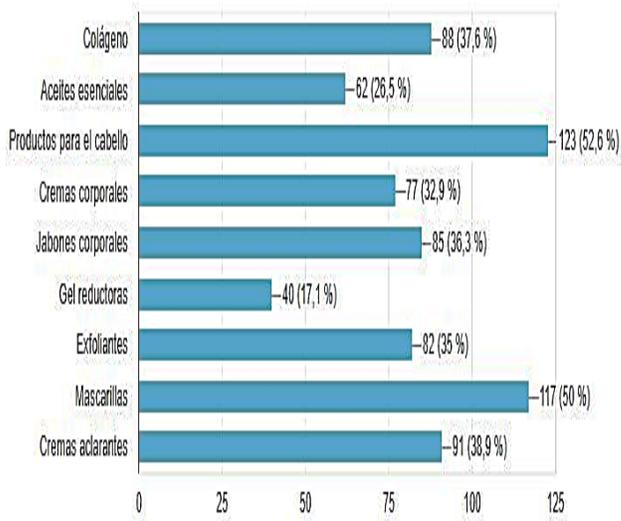


Figura 14: Productos naturales de uso estético más demandados por la población de Chinandega. Fuente: Autoría propia.

En lo que respecta a los productos de uso estético, se puede decir que son productos que además de ayudar a la preservación del medio ambiente, brindan diversos beneficios al organismo, puesto que; a diferencia de los cosméticos químicamente procesados, estos evitan la integración de sustancias potencialmente dañinas para la salud.

Con respecto a este segmento se puede decir que los productos estéticos más representativos y en los cuales existe una mayor demanda en el mercado son: productos para el cuidado del cabello, mascarillas, cremas aclarantes, jabones corporales, colágeno y exfoliantes.

Igualmente, en el Centro Naturista se ofrecerán productos integrales, ya que a pesar de no ser productos a base de hierbas y demás, contribuyen de manera positiva a la salud de las personas que los consumen, en vista de sus grandes valores vitamínicos y nutricionales. Dicho esto, los productos

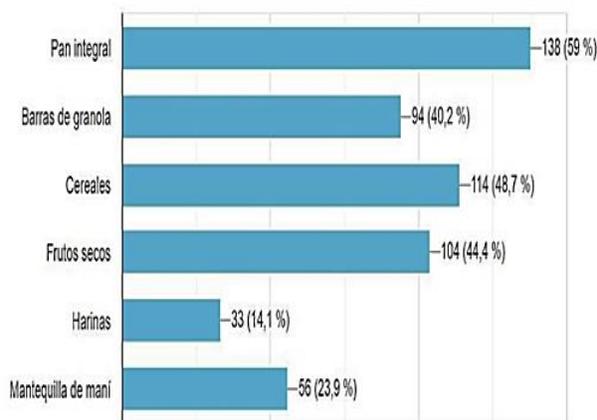


Figura 15: Productos naturales de uso integrales más demandados por la población de Chinandega. Fuente: Autoría propia.

integrales mayormente demandados son: Los cereales, pan integral, barras de granola y frutos secos.

Así mismo, añadido a la oferta de productos de origen naturista, se pretende brindar consultas por parte de un médico especializado en medicina natural, con el objetivo de ofrecer a las personas un espacio donde además de recibir asesoría personalizada, chequeos médicos, terapias, u otro tipo de servicio; puedan posteriormente comprar el tratamiento en el Centro Naturista.

### **7.1.3 Análisis de la oferta.**

En la ciudad de Chinandega se encuentran 8 puestos de medicina natural que se han mantenido en el mercado por muchos años, pero no como centro naturista completo, es decir, que proporcione a sus clientes calidad, variedad e innovación en sus productos, o prestar las condiciones adecuadas para ofrecer un buen servicio. Entre los puestos de productos naturales establecidos en la ciudad se destacan los siguientes:

Tabla 3

*Oferta de Centros Naturistas en la ciudad de Chinandega.*

| <b>Nombre del negocio.</b>              | <b>Dirección.</b>                        |
|---|--|
| <b>Centro Naturista Salud Integral.</b> | De Unión Fenosa 2 C. y media Al este.    |
| <b>Tienda Naturista Pan De Vida.</b>    | De Unión Fenosa 175 vrs. Al oeste.       |
| <b>Tienda Naturista Hossana.</b>        | Del Palí 3 C. y media al norte.          |
| <b>YHWH.</b>                            | Frente a Pali                            |
| <b>Centro Naturista El Español.</b>     | Contiguo a supermercado Palí             |
| <b>Casa del Noni.</b>                   | Frente al Palí Chinandega 20 vrs arriba. |

|                                    |                                     |
|------------------------------------|-------------------------------------|
| <b>Farmacia Naturista Amarus.</b>  | Escuela el Rosario 1 C. al sur.     |
| <b>Centro Naturista Maranatha.</b> | Iglesia San Agustín 125 vrs al sur. |

Fuente: Autoría propia.

Cada uno de los Centros posee características que los diferencia de los otros pese a estar ligados meramente a la venta de productos de medicina natural. Por consiguiente, se describe a cada uno de ellos exponiendo las actividades que realizan.



*Figura 16:* Ubicación Centro Naturista Salud Integral. Fuente: Autoría propia.

*Centro Naturista Salud Integral:* dedicado a la venta de productos alimenticios naturales e integrales, además de ofrecer alimentos que están en armonía con los animales. Poseen los servicios de terapias y consultoría médica, planes y asesoría dietética, cursos de comida vegetariana.

*Tienda naturista Pan de Vida:* dicho negocio ofrece la venta de medicina natural, productos elaborados a base de soya. Asimismo, los servicios de masajes (sueco, quiropráctico e hidroterapia) consultas médicas y diagnóstico por el iris.



*Figura 17:* Tienda naturista Pan de Vida. Fuente: Autoría propia.

*Tienda Naturista Hossana:* brinda a sus usuarios medicina natural, alimentos vegetarianos, bebidas dietéticas y nutritivas, suplementos alimenticios. Servicios concretos el negocio no posee, su fin es instar a la alimentación sana proveyendo a sus consumidores recetas alimenticias de la mano con medicamentos naturales para instar a un debido cuidado del cuerpo.

*YHWH:* dicho local se dedica a la venta de medicamentos naturales, es uno de los



Figura 18: Centro Naturista YHWH. Fuente: Autoría propia

primeros negocios que se catalogó en comercializar productos medicinales de origen natural. Pese a no ofertar servicios se ha mantenido en el mercado, llegando a impulsar en la zona aledañas a él más negocios del mismo segmento como lo son Centro Naturista El Español y Casa del Noni.

*Centro Naturista El Español:* este centro se destaca más por promover los servicios de iridología y ofrecer consultas gratuitas con un especialista en materia. También dedicado a la venta de productos herbolarios dirigidos a los organismos del cuerpo. Se destaca como la principal competencia.



Figura 19: Ubicación Centro Naturista El Español. Fuente: Autoría propia.

*Casa del Noni:* segmentado como farmacia naturista dedicada a la comercialización de productos de medicina natural. No posee servicios y publicidad alguna en donde determine su ubicación, trabaja de la mano con Centro Naturista El Español.



Figura 20: Ubicación Centro Naturista Casa del Noni. Fuente: Autoría propia.



Figura 21: Ubicación Farmacia Naturista Amarus. Fuente: Autoría propia.

*Farmacia Naturista Amarus:* Se dedica a la venta de productos naturales, en ella se encuentra una gran variedad de medicina herbolaria, el único servicio a prestar son consultas con previa cita.

*Centro Naturista Maranatha:* Ofrece la variedad de tratamientos naturales, con el único servicio de promocionar descuentos en la compra de sus productos, y el único ubicado en la zona del mercado mayorista el Bisne.



Figura 22: Ubicación Centro Naturista Maranatha. Fuente: Autoría propia.

De los 8 centros distribuidores de productos y servicios naturópatas 7 de ellos están operando de manera formal. Se determina que 3 de ellos podrían ser competencia directa para el Centro Naturista Vida Verde, debido a la ubicación estratégica que poseen, es decir, los 3 establecimientos se sitúan en un mismo punto, sumado que poseen un establecimiento comercial (supermercado) y una zona de entretenimiento que es el parque central de la ciudad, este hecho hace que haya una zona de influencia para los consumidores.

#### 7.1.4 Análisis de proveedores.

##### Centro Naturista Vital

Ubicado en el departamento de Managua, Ciudad Jardín. Es uno de los proveedores con más variedad de productos medicinales, cosméticos e integrales donde los mismos son distribuidores y fabricantes. Además, ofrece a los consumidores un precio razonable, en conjunto a la calidad de los productos que brinda.



Figura 23: Productos naturales Centro Naturista Vital. Fuente: Autoría propia.

En lo que respecta a los productos más representativos de este centro, se destacan principalmente medicina para limpieza de colon, tratamiento hepático, suplementos adelgazantes, entre otros. Así mismo dicho proveedor ofrece al público servicios médicos, como lo son terapias alternativas, masajes y demás.

### **Matrioshka**

Tienda de cosméticos naturales situada en el departamento de Managua, la cual se caracteriza por ser uno de los pocos proveedores de productos higiénicos y de uso estético a nivel nacional. Los productos más representativos de este proveedor son:

champú, acondicionador, cremas, aceites

corporales, mascarillas, entre otros. Igualmente, se

distingue por la variedad de precios y buena presentación de sus productos. Igualmente

brinda asesoramiento a sus consumidores, dependiendo de las necesidades de los mismos.



*Figura 24: Productos Matrioshka. Fuente: Autoría propia.*

### **Tienda Naturista Green Life Nicaragua**

Cuenta con dos establecimientos, situados en calle principal de Altamira y Farmacia

Potenza edificio Armando Guido en el departamento de Managua. Es una tienda

distribuidora de medicinas naturales y cosméticos

en convenio con diferentes marcas. Sus productos

poseen un costo más alto, debido a su calidad en

los mismos, así como su buena presentación.

Igualmente brinda el servicio de consulta médica

a sus consumidores.



*Figura 25: Producto con mayor demanda Tienda Naturista Green Life. Fuente: Autoría propia.*

### NaturiFarma

Farmacia mayorista que se encarga de la distribución de productos naturales para el mejoramiento de la salud. Ofrece una gran variedad de productos, entre los cuales se destacan: vitaminas, minerales, suplementos y demás. De igual manera poseen precios variables y competitivos, y disponen de una excelente presentación en los suministros que ofertan.



Figura 26: Productos Naturales NatuFarma. Fuente: Autoría propia.

### Granola y más



Figura 27: Productos gourmet Tienda Granola y más. Fuente: Autoría propia.

Esta empresa nicaragüense elabora sus propios productos, los cuales comercializan enfocados principalmente en una alimentación nutritiva. Se destacan por las diferentes combinaciones de sabores en los mismos, y sus productos más representativos son: granolas con pasas, almendras, marañón y frutos mixtos para los cuales muestran empaques únicos con

variedad de tamaño y costo. Sus precios son cómodos para los consumidores, esto con respecto a la alta calidad y presentación que prometen.

### La granola de mi tierra.

Tienda de alimentos integrales ubicada en Managua, esta se encuentra distribuida en diversos puntos de venta, como lo son: gimnasios del Crown Gym, Shake it y Ritmo fit estudios. Ofertan variedad de granolas, almendras, frutos secos y marañón con precios accesibles.



Figura 28: Productos integrales La Granola de mi tierra. Fuente: Autoría propia.

Los 6 proveedores que trabajaran con el centro naturista poseen precios favorables, calidad en los productos, altamente conocidos y consumidos a nivel nacional. Todos cuentan con registro sanitario para la fabricación, comercialización y distribución de dichos productos mencionados. Así mismo se destacan por poseer información en las redes sociales más utilizadas actualmente como lo son Facebook e Instagram, por lo que los hace más solicitados gracias a la información que brindan en estas (**Ver anexo 6**).

#### 7.1.5 Análisis de los precios.

La fijación del precio es sumamente importante, pues el precio influye en la percepción que tiene el consumidor potencial sobre el producto. El Centro Naturista Vida Verde comercializará los productos tomando en cuenta los precios sugeridos por sus proveedores, los cuales todos favorecieron, detallando así mismo los márgenes de ganancia los cuales varían entre proveedores.

Se determinó que el método utilizado por los proveedores para fijar los márgenes de ganancia, es el método basado en el costo total más el beneficio deseado, dado que es muy

utilizado por los comercializadores ya sea mayorista o detallista, lo cual sirve a quienes son sus acreedores de producto.

En las siguientes tablas se describe los precios de los productos:

Tabla 4  
*Lista de precios Centro Naturista Vital*

| Linea del producto | Descripción                  | Proveedor | Precio unitario | Costo unitario | Margen de ganancia |
|--------------------|------------------------------|-----------|-----------------|----------------|--------------------|
| Medicinales        | Gastritis                    | Vital     | \$ 3.98         | \$ 2.58        | 35%                |
| Medicinales        | Ginkgo biloba orgánica       | Vital     | \$ 5.74         | \$ 3.73        | 35%                |
| Medicinales        | Circulación                  | Vital     | \$ 3.98         | \$ 2.58        | 35%                |
| Medicinales        | Limpiador de colon 60 cap    | Vital     | \$ 7.29         | \$ 4.74        | 35%                |
| Medicinales        | Tratamiento hepático 60 cap  | Vital     | \$ 7.29         | \$ 4.74        | 35%                |
| Medicinales        | Vitaminas en jarabe          | Vital     | \$ 3.75         | \$ 2.44        | 35%                |
| Medicinales        | Jarabe tos                   | Vital     | \$ 3.36         | \$ 2.18        | 35%                |
| Cosméticos         | Champú piojel                | Vital     | \$ 3.98         | \$ 2.58        | 35%                |
| Cosméticos         | champú anticaspa             | Vital     | \$ 3.98         | \$ 2.58        | 35%                |
| Cosméticos         | Acondicionadores 400ml       | Vital     | \$ 4.86         | \$ 3.16        | 35%                |
| Cosméticos         | Crema para peinar            | Vital     | \$ 3.75         | \$ 2.44        | 35%                |
| Cosméticos         | Crema (hongos, picaduras de  | Vital     | \$ 2.21         | \$ 1.44        | 35%                |
| Cosméticos         | Aceites de menta 120ml       | Vital     | \$ 3.98         | \$ 2.58        | 35%                |
| Cosméticos         | Aceites de almendras 120ml   | Vital     | \$ 2.74         | \$ 1.78        | 35%                |
| Cosméticos         | Mascarilla de arcilla        | Vital     | \$ 1.55         | \$ 1.00        | 35%                |
| Cereales           | Granola gourmet (sin azúcar) | Vital     | \$ 4.64         | \$ 3.01        | 35%                |
| Cereales           | Harina de lino               | Vital     | \$ 2.43         | \$ 1.58        | 35%                |
| Cereales           | Linaza lingt                 | Vital     | \$ 3.98         | \$ 2.58        | 35%                |

Fuente: Autoría propia.

Tabla 5  
*Lista de precios Tienda Naturista Matrioshka.*

| Linea del producto | Descripción   | Proveedor  | Precio unitario | Costo unitario | Margen de ganancia |
|--------------------|---|------------|-----------------|----------------|--------------------|
| Cosméticos         | Champú 500ml (coco, cola de caballo, linaza, manzanilla, romero, etc) | Matrioshka | \$ 4.24         | \$ 2.76        | 35%                |
| Cosméticos         | Aceite de coco 240ml  | Matrioshka | \$ 5.30         | \$ 3.45        | 35%                |
| Cosméticos         | Jabón de carbón activado  | Matrioshka | \$ 3.53         | \$ 2.30        | 35%                |
| Cosméticos         | Bloqueador solar natural  | Matrioshka | \$ 6.36         | \$ 4.13        | 35%                |
| Cosméticos         | Piedra de alumbre   | Matrioshka | \$ 5.30         | \$ 3.45        | 35%                |

Fuente: Autoría propia.

Tabla 6

*Lista de precios Tienda Green Life Nicaragua.*

| Línea del producto | Descripción                | Proveedor  | Precio unitario | Costo unitario | Margen de ganancia |
|--------------------|----------------------------|------------|-----------------|----------------|--------------------|
| Medicinales        | Quemador de grasa          | Green Leaf | \$ 8.84         | \$ 5.74        | 35%                |
| Medicinales        | Ácido úrico                | Green Leaf | \$ 7.82         | \$ 5.08        | 35%                |
| Medicinales        | Riñones                    | Green Leaf | \$ 8.84         | \$ 5.74        | 35%                |
| Medicinales        | Articulaciones             | Green Leaf | \$ 8.50         | \$ 5.53        | 35%                |
| Medicinales        | Colágeno                   | Green Leaf | \$ 11.78        | \$ 7.66        | 35%                |
| Medicinales        | Colesterol                 | Green Leaf | \$ 9.20         | \$ 5.98        | 35%                |
| Medicinales        | Omega                      | Green Leaf | \$ 11.78        | \$ 7.66        | 35%                |
| Medicinales        | Vitamina E                 | Green Leaf | \$ 18.38        | \$ 11.94       | 35%                |
| Medicinales        | Calcio vitamina D          | Green Leaf | \$ 11.78        | \$ 7.66        | 35%                |
| Medicinales        | Desintoxicante             | Green Leaf | \$ 7.49         | \$ 4.87        | 35%                |
| Medicinales        | Laxante                    | Green Leaf | \$ 7.13         | \$ 4.64        | 35%                |
| Medicinales        | Enfermedades respiratorias | Green Leaf | \$ 8.84         | \$ 5.74        | 35%                |
| Medicinales        | Cerebro protector          | Green Leaf | \$ 10.20        | \$ 6.63        | 35%                |

Fuente: Autoría propia.

Tabla 7

*Lista de precios Farmacia Mayorista NatuiriFarma.*

| Línea del producto | Descripción            | Proveedor    | Precio unitario | Costo unitario | Margen de ganancia |
|--------------------|------------------------|--------------|-----------------|----------------|--------------------|
| Medicinales        | Fibra (colon, hígado)  | NatuiriFarma | \$ 6.80         | \$ 4.42        | 35%                |
| Medicinales        | DesparaProx 60 cáp     | NatuiriFarma | \$ 7.85         | \$ 5.11        | 35%                |
| Medicinales        | Boldo 60 cáp           | NatuiriFarma | \$ 5.26         | \$ 3.42        | 35%                |
| Medicinales        | Diabetes 60 cáp        | NatuiriFarma | \$ 5.57         | \$ 3.62        | 35%                |
| Medicinales        | Ajo 60 cáp             | NatuiriFarma | \$ 6.01         | \$ 3.91        | 35%                |
| Medicinales        | Valeriana 60 cáp       | NatuiriFarma | \$ 5.88         | \$ 3.82        | 35%                |
| Medicinales        | Cola de caballo 60 cáp | NatuiriFarma | \$ 5.08         | \$ 3.30        | 35%                |
| Medicinales        | Ginseng coreano 60 cáp | NatuiriFarma | \$ 12.37        | \$ 8.04        | 35%                |
| Medicinales        | Maca 60 cáp            | NatuiriFarma | \$ 11.75        | \$ 7.64        | 35%                |

Fuente: Autoría propia.

Tabla 8

*Lista de precios Tienda Granola y más.*

| Linea del producto | Descripción             | Proveedor     | Precio unitario | Costo unitario | Margen de ganancia |
|--------------------|-------------------------|---------------|-----------------|----------------|--------------------|
| Cereales           | Granola 8 sabores 250gr | Granola y mas | \$ 4.86         | \$ 3.16        | 35%                |
| Cereales           | Granola 8 sabores 350gr | Granola y mas | \$ 6.85         | \$ 4.45        | 35%                |

Fuente: Autoría propia.

Tabla 9

*Lista de precios La granola de mi tierra.*

| Linea del producto | Descripción         | Proveedor    | Precio unitario | Costo unitario | Margen de ganancia |
|--------------------|---------------------|--------------|-----------------|----------------|--------------------|
| Cereales           | Granola especial    | De mi tierra | \$ 7.07         | \$ 4.59        | 35%                |
| Cereales           | Granola tradicional | De mi tierra | \$ 5.65         | \$ 3.68        | 35%                |
| Cereales           | Mix de frutos secos | De mi tierra | \$ 4.59         | \$ 2.99        | 35%                |
| Cereales           | Almendras           | De mi tierra | \$ 5.65         | \$ 3.68        | 35%                |

Fuente: Autoría propia.

Cabe destacar que el margen de ganancia y el precio unitario de Tienda Granola y más y de la Tienda Naturista Matrioshka no fueron brindados; por lo que se procedió a calcularlos con el margen de ganancia del Centro Naturista Vital, teniendo en cuenta que estos poseen los precios más accesibles.

### **7.1.6 Estrategias de comercialización.**

Plan para el lanzamiento del Centro Naturista Vida Verde.

#### **Líneas estratégicas.**

- Lograr un nivel de calidad óptimo para brindar excelente servicio a nuestros clientes de acuerdo a las necesidades de la población.
- Trabajar en conjunto con un médico especializado en el área de medicina natural para brindar un mejor servicio y una dispensación adecuada.



#### *7.1.6.1 Estrategia de promoción.*

Previo a la apertura del Centro Naturista, se realizará una campaña de promoción para captar el mayor número de clientes, asegurando el inicio del negocio.

Con la campaña publicitaria, el establecimiento se aspira llegar a gran parte de la población chinandegana, para así informar sobre los servicios, horarios y funcionamiento del centro, esto a través de los siguientes medios:

##### *Perifoneo:*

Se realizará una vez por semana por un periodo de dos semanas en la zona donde se informará del servicio del Centro Naturista en todos los barrios aledaños al mercado Central de Chinandega.

##### *Medios Impresos:*

Volantes, los cuáles serán utilizados para dar a conocer promociones, ofertas especiales, eventos, productos y servicios del centro, entre otras cosas.

##### *Radio:*

Igualmente se dará publicidad al centro naturista a través de la radio difusión Impacto S.A una de las más populares y escuchadas en la ciudad de Chinandega, donde el spot publicitario que oferta será de gran ayuda para dar a conocer el negocio, donde incluye publicación del diseño digital del centro en las redes sociales, además de la mención de las viñetas 10 veces al día.

## 7.2 Estudio técnico

El estudio técnico para fabricar, distribuir y comercializar el producto, se le considera como núcleo del proyecto debido a que las otras partes de este se mueven alrededor de él, por eso es vital saber si el proyecto es técnicamente factible y en qué forma se pondrá en funcionamiento.

El estudio técnico contiene la definición de los siguientes aspectos: tamaño, localización, procesos de producción, infraestructura física, distribución en planta, además del estudio administrativo y valoración económica de las anteriores variables, para determinar tanto la inversión física como la operación del proyecto.

### 7.2.1 Localización.

Para poder determinar o seleccionar la mejor ubicación se utilizará el método cualitativo por puntos, dado a que este abarca factores que son de relevancia para la selección de la ubicación del Centro Naturista Vida Verde en Chinandega. Con los factores se realizará la ponderación, cuyo resultado mayor será el lugar donde se deberá de ubicar el proyecto.

Para seleccionar la ubicación del proyecto se tomarán en cuenta los siguientes factores:

- Visibilidad: este factor se refiere a que tan perceptible para la población será el Centro Naturista.
- Centralidad: hace referencia a que tan accesible será para las personas la ubicación del local.

- Cercanía de los clientes potenciales: refiere a las personas que serán posibles consumidoras de los productos o servicios y estos serán propensos en convertirse en clientes reales.
- Disponibilidad de mano de obra disponible: considera que tan cerca quedaría el proyecto para las personas que se llegase a laborar.
- Servicios convexos: Determina si existen cerca del lugar negocios complementarios, como lo pueden ser centros de salud, clínicas, hospitales, estos podrían asociarse para el incremento de las ventas.

Tabla 10  
*Método de factores ponderados para determinar la ubicación del Centro Naturista Vida Verde.*

|                                       |               | Punto A      |                        | Punto B      |                        |
|---------------------------------------|---------------|--------------|------------------------|--------------|------------------------|
| Factor relevante                      | Peso asignado | Calificación | Calificación ponderada | Calificación | Calificación ponderada |
| Visibilidad                           | 0.15          | 4            | 0.6                    | 4            | 0.6                    |
| Centralidad                           | 0.20          | 4            | 0.8                    | 4            | 0.8                    |
| Cercanía con los clientes potenciales | 0.20          | 4            | 0.8                    | 5            | 1                      |
| Tamaño                                | 0.20          | 3            | 0.6                    | 4            | 0.8                    |

|                       |             |   |             |   |            |
|-----------------------|-------------|---|-------------|---|------------|
| Disp. de mano de obra | 0.10        | 3 | 0.3         | 3 | 0.3        |
| Servicios Convexos    | 0.15        | 3 | 0.45        | 4 | 0.6        |
| <b>Suma</b>           | <b>1.00</b> |   | <b>3.55</b> |   | <b>4.1</b> |

Fuente: Autoría propia.

### Punto A

De la esquina de los bancos 1C. Arriba 75vrs al sur.

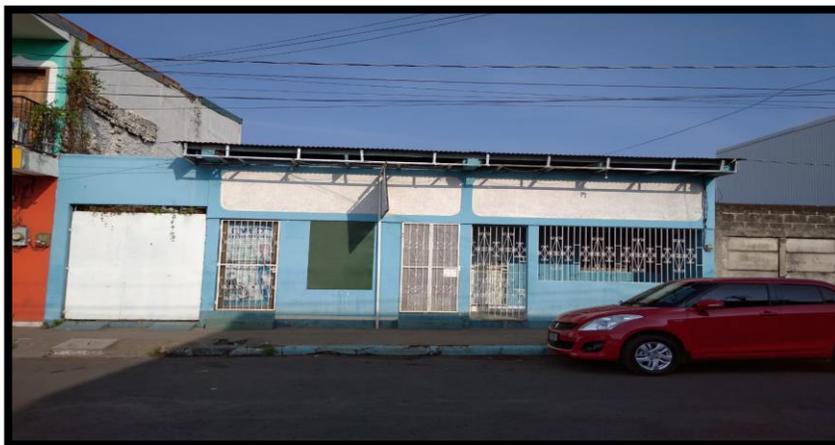


Figura 29: Ubicación punto A. Fuente: Autoría propia.

### **Punto B**

De la esquina de los bancos 1C. Arriba 120vrs al norte.



*Figura 30: Ubicación punto B. Fuente: Autoría propia.*

De acuerdo con los resultados que se muestran en la Tabla 10, se seleccionó el punto B para la creación del Centro Naturista Vida Verde. Esto indica que, aunque ambos locales poseen visibilidad y centralidad, el punto B destacó por su tamaño, cercanía a clientes potenciales y los servicios convexos a su alrededor como lo es el Centro de salud.

Cabe destacar que dicho local posteriormente se remodelará para obtener un ambiente óptimo que satisfaga visual y materialmente a los futuros clientes del Centro Naturista.

### 7.2.1.1 Macro localización.



Figura 31: Macro localización Centro Naturista Vida Verde. Fuente: Autoría propia.

En la figura 31 se muestra la macro localización del centro naturista vida verde en el municipio de Chinandega, donde se instalará el negocio.

### 7.2.1.2 Micro localización.



Figura 32: Micro localización Centro Naturista Vida Verde. Fuente: Autoría propia.

En la micro localización (ver figura 32), se muestra la ubicación donde se instalará el negocio, la cual está situada en el mercado central de Chinandega, específicamente de la esquina de los bancos, 1c arriba 120 vrs al norte.

### **7.2.2 Tamaño.**

En primera instancia, el Centro Naturista Vida Verde se iniciará con un local alquilado. Dicho local se encuentra ubicado de la esquina de los bancos 1c. Arriba 120vrs al norte.

La superficie del local a alquilar es de 80.71 m<sup>2</sup>. El espacio estará conformado por cuatro áreas. La principal será destinada a la exhibición de los productos, la segunda estará formada por un almacén, la tercera por una oficina y la cuarta se conformará por los consultorios de los médicos naturistas, así como también su sala de espera.

El espacio principal del Centro Naturista es el correspondiente a la estantería donde se exhibirán los productos, y este constará de 3 estantes, 1 exhibidor.

En el área del almacén se guardarán todos los productos que respaldan el inventario, así como también los suministros necesarios para el proceso de limpieza del local.

En lo que respecta al área de oficina, estará ubicado el regente del Centro Naturista que es el que administrará el funcionamiento del mismo. Igualmente, en ese espacio se ubicará la caja, donde se recibirán a los clientes y se efectuarán los pagos correspondientes.

El área del consultorio médico, estará ubicada en la segunda planta del local, y estas contarán con todo el equipo que el medico considere necesario para la atención óptima de los pacientes. De igual manera en esta área se encontrará una sala de espera la cual contará con

sillas, oasis de agua, televisor, nevera con bebidas naturales y ventilador, todo esto para brindar una espera cómoda y placentera.

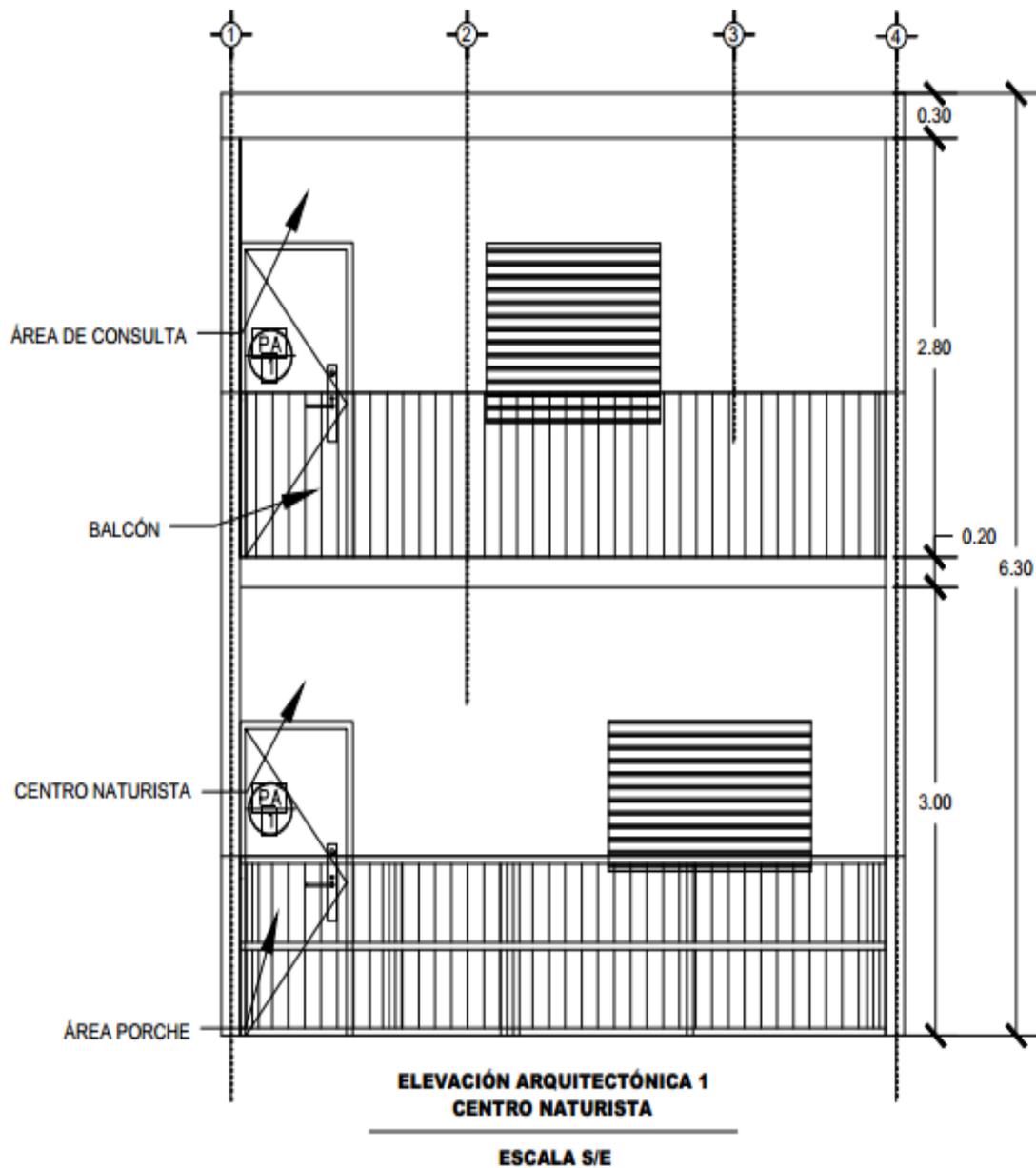


Figura 33: Estructura elevación arquitectónica del Centro Naturista Vida Verde.  
Fuente: Autoría propia.

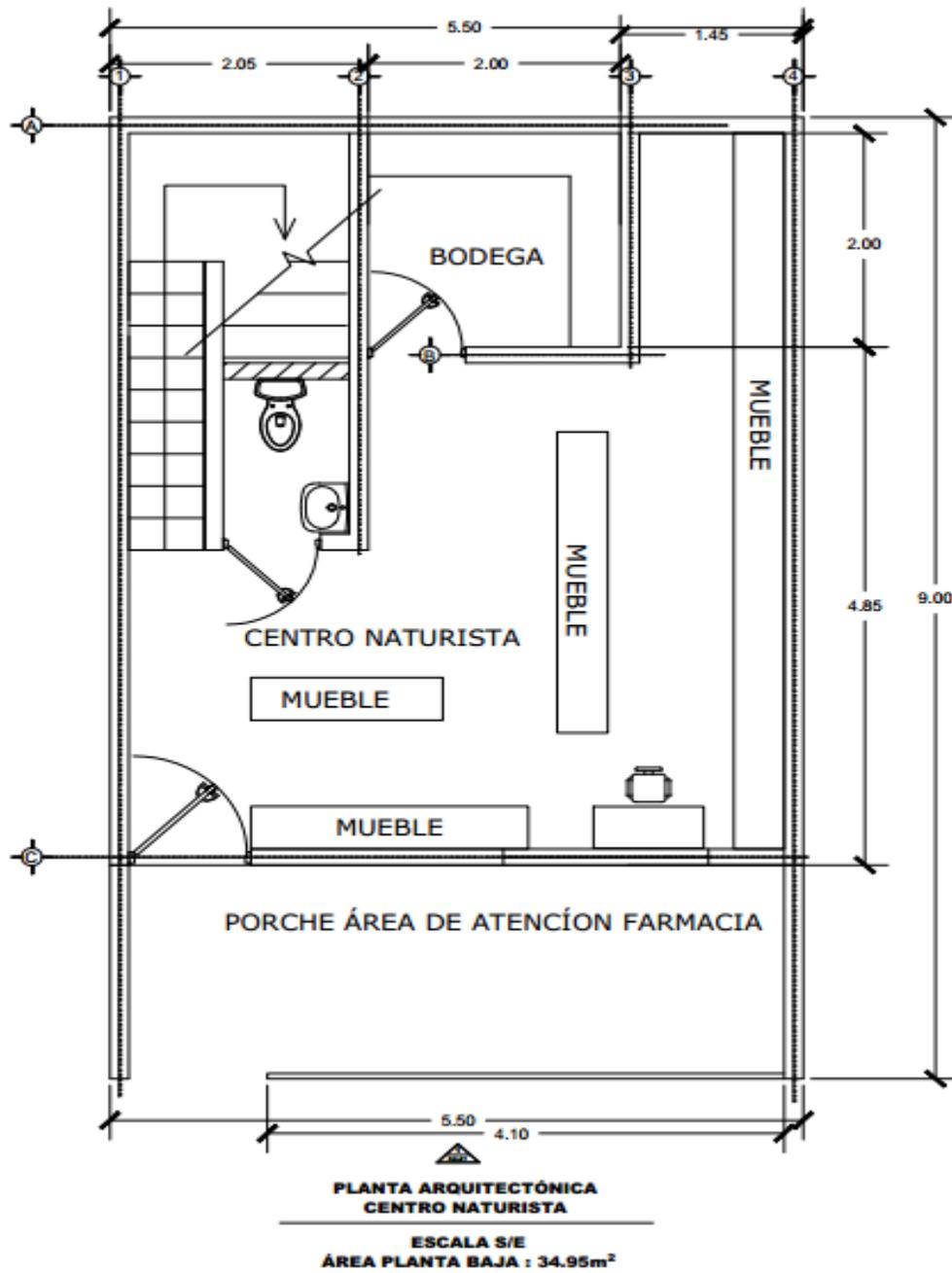


Figura 34: Estructura de planta baja Centro Naturista Vida Verde. Fuente: Autoría propia.

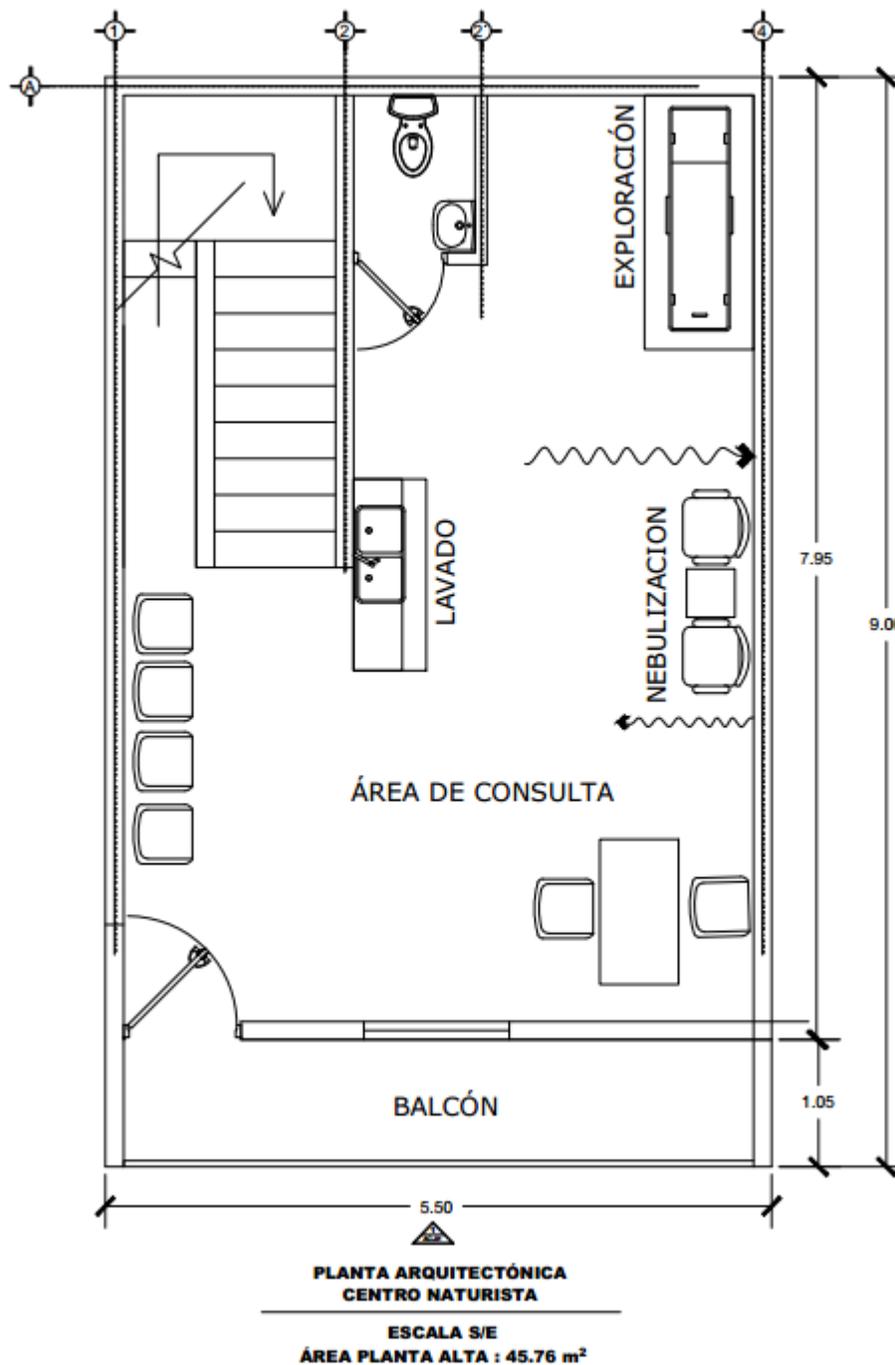


Figura 35: Estructura de planta alta Centro Naturista Vida Verde. Fuente: Autoría propia.

### 7.2.3 Procesos.

#### 7.2.3.1 Proceso general.

El Centro Naturista Vida Verde realizará sus actividades siguiendo de manera secuencial los procesos de: selección de proveedores, selección de medicamentos y suplementos, estimación de necesidades, adquisición, recepción, almacenamiento y dispensación, a continuación, se presenta el proceso general que desarrolla el centro naturista.

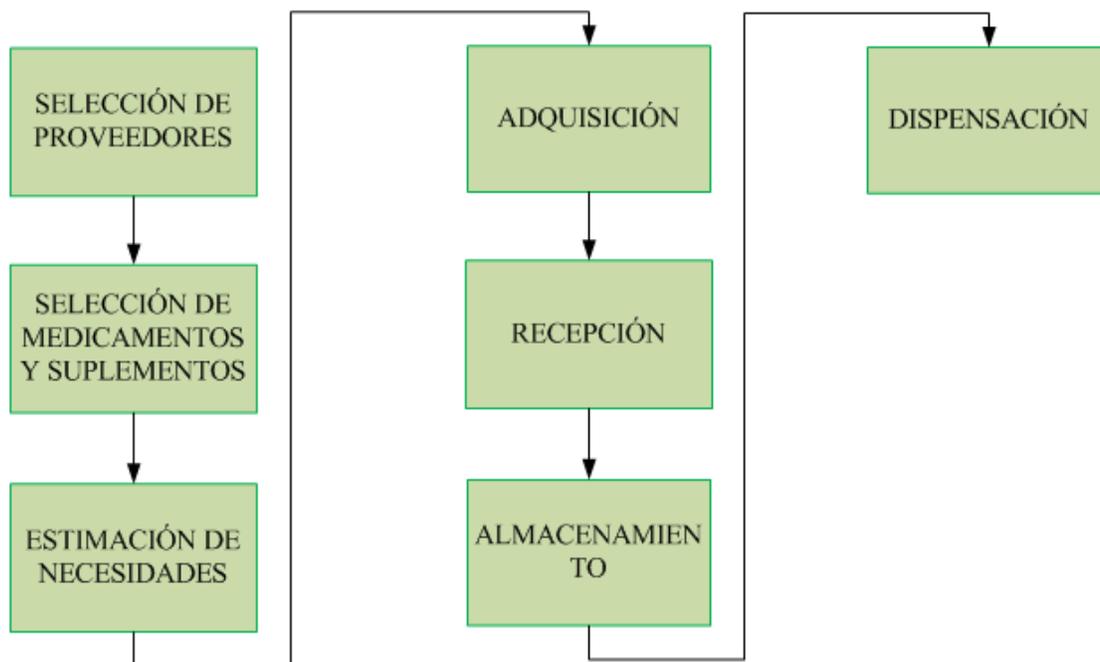


Figura 36: Proceso general de las actividades del Centro Naturista Vida Verde. Fuente: Autoría propia.

### 7.2.3.2 Flujograma del proceso de dispensación

El centro naturista por la actividad que realiza al tener contacto directo con los clientes vendiendo sus productos a base de suplementos naturales, enmarca como el proceso principal la dispensación, por tanto, se muestra el diagrama de flujo de dicha actividad.

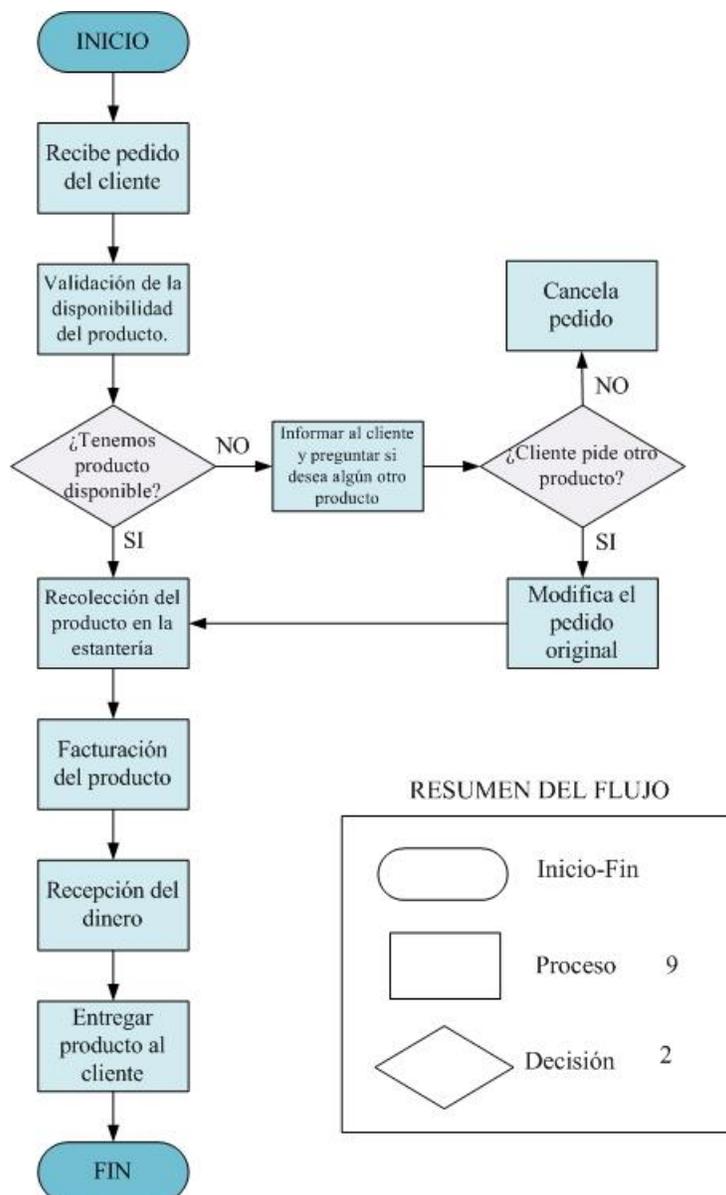


Figura 37: Flujograma de dispensación del centro naturista.  
Fuente: Autoría propia.

### 7.2.4 Balance de equipos.

Tabla 11

*Inversión en equipo e infraestructura.*

| Inversión en activo fijo |            |                             |             |                    |           |
|--------------------------|------------|-----------------------------|-------------|--------------------|-----------|
| Producto                 | Cantidades | Proveedor                   | Precio Unit | Total              | Vida útil |
| Nevera 11 Pies           | 1          | Maxi pali                   | \$ 280.00   | \$ 280.00          | 10        |
| Televisor                | 1          | Maxi pali                   | \$ 250.00   | \$ 250.00          | 5         |
| Oasis                    | 1          | Maxi pali                   | \$ 180.00   | \$ 180.00          | 5         |
| Escritorio               | 1          | Ceceofige                   | \$ 83.27    | \$ 83.27           | 5         |
| Ventilador               | 2          | Mercado mayoreo el Bisne    | \$ 10.05    | \$ 20.10           | 5         |
| Estanteria               | 3          | Ebanisteria hermanos Moraga | \$ 60.00    | \$ 180.00          | 5         |
| Silla de espera          | 4          | Ebanisteria hermanos Moraga | \$ 6.00     | \$ 24.00           | 5         |
| Archivador               | 1          | Ceceofige                   | \$ 15.00    | \$ 15.00           | 5         |
| Vitrinas                 | 2          | Mercado mayoreo el Bisne    | \$ 200.00   | \$ 400.00          | 5         |
| Caja Registradora        | 1          | Walmart                     | \$ 200.00   | \$ 200.00          | 5         |
| Computador               | 1          | Best Computer- Nicaragua    | \$ 220.00   | \$ 220.00          | 5         |
| Impresora                | 1          | Maxi pali                   | \$ 180.00   | \$ 180.00          | 5         |
| Calculadora              | 2          | Mercado mayoreo el Bisne    | \$ 10.00    | \$ 20.00           | 5         |
| Inodoro + lava mano      | 1          | Ferreteria Manuelito        | \$ 62.22    | \$ 62.22           |           |
|                          |            |                             |             | <b>\$ 2,114.59</b> |           |
| Gastos de remodelación   |            |                             |             |                    |           |
| Producto                 | Cantidades | Proveedor                   | Precio Unit | Total              |           |
| Pintura de aceite (Gl)   | 2          | Ferreteria Manuelito        | \$ 45.90    | \$ 91.80           |           |
| Pintura de agua (cubeta) | 1 ½        | Ferreteria Manuelito        | \$ 28.71    | \$ 43.07           |           |
| Thenner o diluyente (Gl) | 1          | Ferreteria Manuelito        | \$ 5.46     | \$ 5.46            |           |
| Brochas                  | 3          | Ferreteria Manuelito        | \$ 1.72     | \$ 5.16            |           |
| Rodos con felpa          | 2          | Ferreteria Manuelito        | \$ 3.74     | \$ 7.47            |           |
| Baner                    | 1          | Matspen                     | \$ 32.00    | \$ 32.00           |           |
| Mano de obra             |            |                             |             | \$ 129.21          |           |
|                          |            |                             |             | <b>\$ 314.17</b>   |           |
| <b>Total</b>             |            |                             |             | <b>\$ 2,428.76</b> |           |

Fuente: Autoría propia.

En la tabla número 10 se muestra la cantidad de equipos y materiales que se utilizarán para la puesta en marcha del proyecto. Por tanto la inversión inicial se resume en la siguiente

tabla:

Tabla 12

*Inversión total*

| Inversión total    |                    |
|--------------------|--------------------|
| Infraestructura    | \$ 314.17          |
| Activos Fijos      | \$ 2,114.59        |
| Constitución       | \$ 67.82           |
| Capital de trabajo | \$ 1,816.36        |
| <b>Total</b>       | <b>\$ 4,312.94</b> |

Fuente: Autoría propia.

## 7.3 Estudio legal y organizacional

### 7.3.1 Aspectos legales.

El Centro naturista Vida Verde será un negocio de un solo propietario, y estará constituido bajo el régimen de cuota fija ya que según las proyecciones de venta realizadas en el estudio de mercado, los ingresos percibidos serán menores a C\$ 100,000.00 mensuales.

#### *7.3.1.1 Ley de concertación tributaria.*

Para formar parte del régimen simplificado de cuota fija el Centro Naturista Vida Verde deberá de inscribirse ante la administración de renta de la ciudad de Chinandega, la cual se encuentra ubicada en la 5 Av. Este.

##### *7.3.1.1.1 Requisitos para la inscripción.*

1. Llenar el formulario de inscripción proporcionado gratuitamente por la administración de renta.
2. Tener la edad de 18 años cumplidos;
3. Documento de identificación ciudadana, en este caso cédula ciudadana, de acuerdo a lo establecido en el literal f) del artículo 4, de la ley No 152. Ley de identificación ciudadana.
4. Documentos para hacer constar el domicilio fiscal (facturas de servicios básicos, agua, energía eléctrica, teléfono o con arriendo inmueble).
5. En caso de que un tercero realice el trámite de la inscripción, deberá ser mediante un escrito presentado presentando original y fotocopia de su cédula de identidad.

La base imponible para el Centro Naturista Vida Verde según el artículo número 252 de la Ley 822, son: los ingresos brutos percibidos por ventas mensuales del pequeño contribuyente.

La tarifa mensual de cuota fija aplicable a cada uno de los estratos de ventas mensuales, de los contribuyentes inscritos en este régimen es la siguiente:

Tabla 13  
*Rangos para el pago de impuestos según ingresos mensuales.*

| Estratos | Ingresos Mensuales Córdobas |            | Tarifa Mensual Rangos |
|----------|-----------------------------|------------|-----------------------|
|          | Desde C\$                   | Hasta C\$  | Córdobas C\$          |
| 1        | 0.01                        | 10,000.00  | Exento                |
| 2        | 10,000.01                   | 20,000.00  | 200.00 - 500.00       |
| 3        | 20,000.01                   | 40,000.00  | 700.00 - 1,000.00     |
| 4        | 40,000.01                   | 60,000.00  | 1,200.00 - 2,100.00   |
| 5        | 60,000.01                   | 80,000.00  | 2,400.00 - 3,600.00   |
| 6        | 80,000.01                   | 100,000.00 | 4,000.00 - 5,500.00   |

Fuente: Ley de Concertación Tributaria

Una vez inscrito en la administración de renta, y ya adquirido los documentos como: cédula RUC, certificado de inscripción así como usuario y contraseña para ingresar a la VET (ventanilla tributaria), el propietario tendrá las siguientes obligaciones según el artículo 258 de la Ley de Concertación Tributaria:

- Emitir factura simplificada de venta, a solicitud del comprador;
- Llevar registros simplificados de sus ingresos y gastos;

- Respaldar o documentar sus inventarios, con facturas formales de contribuyentes inscritos en la Administración Tributaria que tributen rentas de actividades económicas;
- Exhibir el original del certificado de inscripción en el régimen en lugar visible donde desarrolle su actividad, o tenerlo disponible para su presentación a la autoridad competente;
- Guardar en forma separada y cronológica en cada caso para presentarlos a requerimientos de la Administración Tributaria, los documentos siguientes:
  1. Facturas originales de las compras de bienes o prestación de servicios que realice;
  2. Los soportes de pago por alquileres, e impuestos pagados a la municipalidad; y
  3. Los comprobantes (recibos fiscales y/o otros tipos de documentos) de los pagos realizados a la Administración Tributaria.

El pago de la cuota fija para los regímenes simplificados se debe de realizar dentro de los primeros quince días de cada mes según el artículo 167 del reglamento de la ley de concertación tributaria, ley No. 822.

#### ***7.3.1.3 Registro del negocio.***

Los interesados en abrir un establecimiento de farmacia o centro naturista, deben cumplir con los requisitos establecidos por la Dirección de Farmacia, mismo que deben ser presentados ante la Delegación Departamental de Farmacia del SILAIS correspondiente:

1. Solicitud por escrito del propietario o representante legal del establecimiento.

3. Cumplir con los requisitos de las áreas de despacho, recepción y almacenamiento que al efecto se establece en el presente Reglamento.

4. Contrato Laboral del Regente con los requisitos que se establece en el presente Reglamento.

*7.3.1.3.1 Requisitos para la apertura del negocio.*

Solicitante:

- Nombre completo.
- Domicilio y Teléfono
- Razón Social del establecimiento
- Propuesta de Ubicación del establecimiento.
- Especificar si preparará fórmulas magistrales u oficinales.
- Una Foto tamaño carnet.
- Certificado de Salud

Regente

- Profesional propuesto para la Regencia (nombre completo, domicilio, edad, teléfono).
- Propuesta de horario, en el cual ejercerá sus funciones.
- Una fotografía tamaño carnet reciente.
- Contrato de Trabajo del Regente.
- Certificado de Salud del Profesional.



- Fotocopia del Título del Profesional Farmacéutico en la que sea visible el Código Sanitario, otorgado por el Registro Nacional de Profesionales y Técnicos de la Salud.

La División de Farmacia procederá a realizar inspección en el establecimiento, a efectos de comprobar que el local reúne todos los requisitos físicos establecidos en la ley. Si el resultado de la inspección fuese positivo, se procederá a extender la orden de pago al interesado, para que éste la haga efectiva en la Ventanilla única del Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Con la presentación del Recibo Oficial de Caja en cual se pagara un arancel de C\$ 1000 según el reglamento de la ley N0 774 se procederá a entregar al interesado la Certificación de la autorización de apertura del establecimiento el que tendrá una vigencia de cuatro (4) años y podrá ser renovada por igual período, siempre y cuando se solicite con dos (2) meses de anticipación al vencimiento de la misma según la ley 774 Ley de medicina natural, terapias complementarias y productos naturales en Nicaragua.

#### ***7.3.1.4 Código del trabajo.***

El Centro Naturista, cumplirá con todo lo puesto en el código laboral de Nicaragua, el horario de atención se ajustará a las horas ordinarias laborales permitidas, así como también lo referente a la ejecución y pago de jornadas extraordinarias.

#### *7.3.1.4.1 Jornadas Ordinarias.*

- Jornada laboral: Se entiende por jornada de trabajo el tiempo durante el cual el trabajador se encuentra a disposición del empleador, cumpliendo sus obligaciones laborales.
- Día natural: Es el comprendido entre las seis de la mañana y las ocho de la noche.
- Jornada de trabajo diurna: No debe ser mayor de ocho horas diarias ni exceder de un total de cuarenta y ocho horas a la semana.

#### *7.3.1.4.2 Jornada extraordinaria.*

- Trabajo extraordinario: Es el que se realiza en los séptimos días, feriados nacionales y asuetos decretados. No se pueden compensar las horas extraordinarias laboradas con horas trabajadas en jornadas ordinarias, cuando estas hayan sido disminuidas por disposición unilateral del empleador.
- Límite de horas extraordinarias: El trabajo extraordinario no podrá ser superior a tres horas diarias ni nueve semanales.

Las personas que laboren en el Centro Naturista Vida verde tendrán derecho a vacaciones, que según lo estipulado en el Código de Trabajo será:

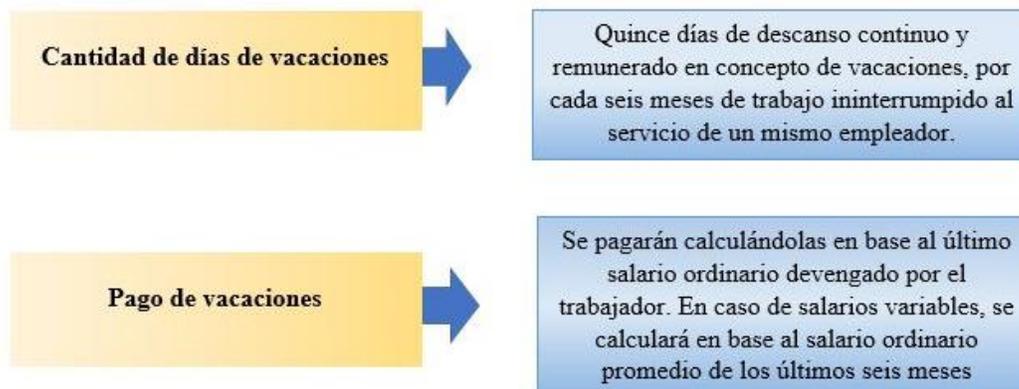


Figura 38: De las vacaciones de los trabajadores. Fuente: Código del Trabajo.

El salario de los trabajadores, será en base a lo establecido en el Código del Trabajo y el salario mínimo; por tanto, no será menor a C\$6,008.97, según el acuerdo ministerial ALTB-01-02-2020, el cual estará vigente hasta el 28 de febrero del año 2021, esto según lo comunicado por el Ministerio del Trabajo, resultado de la última sesión de la comisión del Salario Mínimo en Nicaragua.

Todos los trabajadores tendrán derecho al décimo tercer mes según lo establecido en los artículos del 93 al 98 del Código del Trabajo de la republica de Nicaragua.

#### ***7.3.1.5 Ley de seguridad social.***

El Centro Naturista tendrá la obligación de pagar por cada uno de los trabajadores el 21.5% del salario en concepto de INSS correspondiente al empleador, al trabajador le corresponderá un pago del 7.25% a la seguridad social de su salario bruto esto conforme el Decreto de reformas al decreto número 975 “reglamento general de la ley de seguridad social” aprobado por el consejo directivo del instituto nicaragüense de seguridad social (INSS).

Igualmente, la cuota de IVM que se pagará es de 12.5% por que tiene menos de 50 trabajadores, esto se refiere según lo estipulado en la reforma al artículo número 11 del reglamento de la ley de seguridad social, teniendo como responsabilidad legal pagar un total de 21.5% de los ingresos percibidos por los trabajadores.

Así mismo en el caso de los trabajadores, se tiene la responsabilidad de facturar lo correspondiente al pago del INSS laboral que es de un 7% del salario que reciben los trabajadores, ninguno de los trabajadores está exento al pago de la cuota de INSS.

#### ***7.3.1.6 Plan de arbitrios municipal.***

Se deberá de cumplir con lo estipulado en el plan de arbitrios municipal:

1. Hacer pago de los impuestos municipales
2. Solicitar matricula anualmente en el municipio de Chinandega, esta se debe efectuar en el mes de enero de cada año.
3. El pago de la matricula se calcula: El 2% de los ingresos brutos mensuales promedio de los últimos tres meses del año anterior por la venta de bienes y servicios o desde los meses transcurridos de la apertura si no llegaran a ser 3.
4. Se deberá pagar el 1% del capital invertido no gravado por otro impuesto municipal, esto por tratarse de un nuevo negocio.
5. Los pagos de los impuestos municipales deberán ser realizados en la alcaldía de la ciudad de Chinandega.

### 7.3.2 Organización.

#### 7.3.2.1 Misión.

Ofrecer una diversidad de productos naturales de calidad que contribuyan al cuidado de la salud de los pobladores en la ciudad de Chinandega y de igual manera brindar servicios de medicina alternativa que ayuden a satisfacer las necesidades de los mismos.

#### 7.3.2.2 Visión.

Posicionarnos como el Centro Naturista número uno en la ciudad de Chinandega, destacando por nuestra eficiencia y calidad en los productos y servicios que ofertamos.

#### 7.3.2.3 Valores.

Los valores por los que se caracteriza el Centro Naturista Vida Verde son:



Figura 39: Valores del Centro Naturista Vida Verde. Fuente: Autoría propia.

#### 7.3.2.4 Objetivos estratégicos.

Los objetivos estratégicos que se pretenden cumplir a través del Centro Naturista Vida Verde son:

- Ofrecer servicios complementarios que agilicen el desarrollo de las actividades en el Centro Naturista.
- Brindar a nuestros empleados todos los beneficios óptimos para que puedan desempeñar sus labores de manera excelente.
- Implementar tecnología de primera, para así obtener un proceso más eficiente y rápido que favorezca a nuestros clientes
- Incrementar periódicamente nuestras ganancias, siendo competitivos en el mercado.

#### *7.3.2.7 Logotipo.*



*Figura 40:* Logotipo Centro Naturista Vida Verde. Fuente: Autoría propia.

#### *7.3.2.8 Funciones de los trabajadores.*

**Regente:** Se encargará de tomar las riendas del negocio dirigiendo el mismo, en cumplimiento de sus deberes y dando soluciones a problemas; también se encarga de la dispensación de los medicamentos hacer cumplir las normas y procedimientos sobre adquisición, recepción, almacenamiento, dispensación, distribución y supervisar que su manejo sea adecuado en los diferentes servicios también llevar un control e inventario de los

insumos médicos. Así mismo se resalta que el cargo será ocupado por un licenciado en química farmacéutica.

### 7.3.2.7 Horario de atención Centro Naturista Vida Verde.

Tomando en cuenta los horarios de atención de las farmacias y centros naturistas en la ciudad de Chinandega y de acuerdo a lo establecido en el Código del Trabajo, el horario de atención del Centro Naturista Vida Verde será el siguiente:

Tabla 14  
*Horario de atención Centro Naturista Vida Verde*

| Horario de atención Centro Naturista Vida Verde |                  |                |
|---|------------------|----------------|
| Día   | Hora de apertura | Hora de cierre |
| Lunes a sábado                                  | 09:00 a.m.       | 05:00 p.m.     |

Fuente: Autoría propia.

### 7.3.2.8 Salario de los trabajadores.

El Centro Naturista Vida Verde tiene un horizonte de vida de 5 años, para las proyecciones del salario mínimo de los próximos 5 años, se utilizó el “*Método de incremento porcentual relativo*”, tomando en cuenta los salarios y el incremento porcentual de los últimos 6 años según los acuerdos ministeriales del Ministerio del Trabajo de Nicaragua.

$$y = y_0(1 + \bar{\Delta}\%)^n \qquad \bar{\Delta}\% = \frac{\sum \Delta\%}{n}$$

Tabla 15

*Datos históricos del salario mínimo en Nicaragua.*

| Datos históricos salario mínimo |    |                   |             |               |  |
|---------------------------------|----|-------------------|-------------|---------------|--|
| Semestre                        | n  | Salario semestral | Variación   | Porcentaje    |  |
| Mar 2013 a Ago 2013             | 0  | C\$ 3,427.14      |             |               |  |
| Sep 2013 a Feb 2014             | 1  | C\$ 3,632.77      | C\$ 205.63  | 6.00%         |  |
| Mar 2014 a Ago 2014             | 2  | C\$ 3,819.31      | C\$ 186.54  | 5.13%         |  |
| Sep 2014 a Feb 2015             | 3  | C\$ 4,015.43      | C\$ 196.12  | 5.13%         |  |
| Mar 2015 a Ago 2015             | 4  | C\$ 4,235.88      | C\$ 220.45  | 5.49%         |  |
| Sep 2015 a Feb 2016             | 5  | C\$ 4,468.43      | C\$ 232.55  | 5.49%         |  |
| Mar 2016 a Ago 2016             | 6  | C\$ 4,669.50      | C\$ 201.07  | 4.50%         |  |
| Sep 2016 a Feb 2017             | 7  | C\$ 4,879.62      | C\$ 210.12  | 4.50%         |  |
| Mar 2017 a Ago 2017             | 8  | C\$ 5,080.90      | C\$ 201.28  | 4.12%         |  |
| Sep 2017 a Feb 2018             | 9  | C\$ 5,290.48      | C\$ 209.58  | 4.12%         |  |
| Mar 2018 a Ago 2018             | 10 | C\$ 5,565.58      | C\$ 275.10  | 5.20%         |  |
| Sep 2018 a Feb 2019             | 11 | C\$ 5,854.99      | C\$ 289.41  | 5.20%         |  |
| Mar 2019 a Ago 2019             | 12 | C\$ 5,854.99      | C\$ -       | 0.00%         |  |
| Sep 2019 a Feb 2020             | 13 | C\$ 5,854.99      | C\$ -       | 0.00%         |  |
| Mar 2020 a Ago 2020             | 14 | C\$ 6,008.97      | C\$ 153.98  | 2.63%         |  |
| Sep 2020 a Feb 2021             | 15 | C\$ 6,008.97      | C\$ -       | 0.00%         |  |
|                                 |    |                   | <b>Suma</b> | <b>57.53%</b> |  |

Fuente: Autoría propia.

$$\bar{\Delta}\% = \frac{57.53\%}{15}$$

$$\bar{\Delta}\% = 3.84\%$$

Tabla 16  
*Salario Mínimo proyectado Centro Naturista Vida Verde.*

| Proyección del salario mínimo |    |                                |                    |
|-------------------------------|----|--------------------------------|--------------------|
| Semestre                      | n  | Ecuación                       | Salario proyectado |
| Mar 2021 a Ago 2021           | 16 | $Y = 3,427.14 (1+0.0384)^{16}$ | C\$ 6,258.22       |
| Sep 2021 a Feb 2022           | 17 | $Y = 3,427.14 (1+0.0384)^{17}$ | C\$ 6,498.24       |
| Mar 2022 a Ago 2022           | 18 | $Y = 3,427.14 (1+0.0384)^{18}$ | C\$ 6,747.47       |
| Sep 2022 a Feb 2023           | 19 | $Y = 3,427.14 (1+0.0384)^{19}$ | C\$ 7,006.25       |
| Mar 2023 a Ago 2023           | 20 | $Y = 3,427.14 (1+0.0384)^{20}$ | C\$ 7,274.96       |
| Sep 2023 a Feb 2024           | 21 | $Y = 3,427.14 (1+0.0384)^{21}$ | C\$ 7,553.98       |
| Mar 2025 a Ago 2025           | 22 | $Y = 3,427.14 (1+0.0384)^{22}$ | C\$ 7,843.69       |
| Sep 2025 a Feb 2026           | 23 | $Y = 3,427.14 (1+0.0384)^{23}$ | C\$ 8,144.52       |
| Mar 2026 a Ago 2026           | 24 | $Y = 3,427.14 (1+0.0384)^{24}$ | C\$ 8,456.88       |
| Sep 2026 a Feb 2027           | 25 | $Y = 3,427.14 (1+0.0384)^{25}$ | C\$ 8,781.23       |

Fuente: Autoría propia.

#### 7.4 Estudio financiero

Con los datos obtenidos en los estudios de mercado, técnico, legal y organizacional, se procedió a realizar el estudio financiero, primero se realizó el cálculo de las posibles ventas del Centro Naturista, partiendo de la demanda que tendría.

Todos los datos del estudio financiero están ajustados al tipo de cambio correspondiente según el Banco Central de Nicaragua.

Tabla 17  
*Proyección de ventas Centro Naturista Vida Verde.*

|                 | 2021         | 2022         | 2023         | 2024         | 2025         | 2026 |
|-----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------|
| Ventas          | \$ 21,239.77 | \$ 22,855.59 | \$ 24,569.75 | \$ 26,940.74 | \$ 28,961.29 |      |
| Costo de Ventas | \$ 13,805.85 | \$ 14,856.13 | \$ 15,970.34 | \$ 17,511.48 | \$ 18,824.84 |      |
| Utilidad Bruta  | \$ 7,433.92  | \$ 7,999.46  | \$ 8,599.41  | \$ 9,429.26  | \$ 10,136.45 |      |

Fuente: Autoría propia.

En la tabla 17 se muestran los ingresos por ventas, así como sus respectivos costos, esto para los 5 años del horizonte de vida del proyecto. Partiendo de estas proyecciones se puede determinar

que el Centro Naturista Vida Verde se mantendría bajo el régimen de cuota fija durante los 5 años; sin embargo se debe de estimar en un futuro cambiar el negocio a régimen general.

Tabla 18

Proyección de Gastos fijos.

| <b>Gastos fijos</b>           |             |             |             |             |             |             |
|-------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|                               | <b>2021</b> | <b>2022</b> | <b>2023</b> | <b>2024</b> | <b>2025</b> | <b>2026</b> |
| <b>Alquiler del local</b>     |             | \$3,000.00  | \$3,000.00  | \$3,000.00  | \$3,000.00  | \$3,000.00  |
| <b>Electricidad</b>           |             | \$ 189.48   | \$ 192.42   | \$ 195.40   | \$ 198.43   | \$ 201.50   |
| <b>Agua</b>                   |             | \$ 86.14    | \$ 87.86    | \$ 89.62    | \$ 91.41    | \$ 93.24    |
| <b>Internet</b>               |             | \$ 624.00   | \$ 624.00   | \$ 624.00   | \$ 624.00   | \$ 624.00   |
| <b>Publicidad</b>             |             | \$ 519.84   | \$ 519.84   | \$ 519.84   | \$ 519.84   | \$ 519.84   |
| <b>Mantenimiento</b>          |             |             | \$ 314.17   |             |             | \$ 314.17   |
| <b>Impuesto a la alcaldía</b> |             | \$ 29.00    | \$ 29.00    | \$ 29.00    | \$ 29.00    | \$ 29.00    |
| <b>Salario</b>                |             | \$2,411.96  | \$2,504.58  | \$2,600.76  | \$2,700.63  | \$2,804.33  |
| <b>Vacaciones</b>             |             | \$ 201.00   | \$ 208.72   | \$ 216.73   | \$ 225.05   | \$ 233.69   |
| <b>Treceavo mes</b>           |             | \$ 201.00   | \$ 208.72   | \$ 216.73   | \$ 225.05   | \$ 233.69   |
| <b>Antigüedad</b>             |             | \$ 201.00   | \$ 208.72   | \$ 216.73   | \$ 147.98   | \$ 153.66   |
| <b>INSS Patronal</b>          |             | \$ 648.22   | \$ 673.11   | \$ 698.95   | \$ 709.22   | \$ 736.46   |
| <b>INATEC</b>                 |             | \$ 60.30    | \$ 62.61    | \$ 65.02    | \$ 65.97    | \$ 68.51    |

Fuente: Autoría propia.

En la tabla 18 se muestran los gastos fijos proyectados para los 5 años de horizonte de vida del proyecto, así como los salarios según lo estipulado en la ley y acuerdos ministeriales con respecto al salario mínimo, ajustándose con un incremento del 3.84%, el cual fue definido en el estudio legal. Igualmente se muestran las prestaciones sociales del único trabajador que posee el Centro Naturista, así como los correspondientes pagos a la alcaldía de Chinandega e impuesto de cuota fija de la DGI, servicios básicos, el pago del alquiler del local, mantenimiento del local, los servicios de cable, internet y teléfono y la publicidad.

Con los datos de las proyecciones de los ingresos, costos y gastos, se procedió a la elaboración del flujo de caja.

### 7.4.1 Flujo de caja puro.

Tabla 19  
Flujo de caja puro.

| Flujo de caja puro del proyecto        |              |              |              |              |              |              |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|  | 0            | 1            | 2            | 3            | 4            | 5            |
| <b>Ingresos</b>                        |              |              |              |              |              |              |
| Ventas                                 |              | \$ 21,239.77 | \$ 22,855.59 | \$ 24,569.75 | \$ 26,940.74 | \$ 28,961.29 |
| Sub-arrendamiento planta alta          |              | \$ 1,560.00  | \$ 1,560.00  | \$ 1,560.00  | \$ 1,560.00  | \$ 1,560.00  |
| Costo de ventas                        |              | \$ 13,805.85 | \$ 14,856.13 | \$ 15,970.34 | \$ 17,511.48 | \$ 18,824.84 |
| Costo de arrendamiento                 |              | \$ 1,500.00  | \$ 1,500.00  | \$ 1,500.00  | \$ 1,500.00  | \$ 1,500.00  |
| <b>Utilidad Bruta</b>                  |              | \$ 7,493.92  | \$ 8,059.46  | \$ 8,659.41  | \$ 9,489.26  | \$ 10,196.45 |
| <b>Salarios</b>                        |              |              |              |              |              |              |
| Regente                                |              | \$ 2,411.96  | \$ 2,504.58  | \$ 2,600.76  | \$ 2,700.63  | \$ 2,804.33  |
| Vacaciones                             |              | \$ 201.00    | \$ 208.72    | \$ 216.73    | \$ 225.05    | \$ 233.69    |
| Treceavo mes                           |              | \$ 201.00    | \$ 208.72    | \$ 216.73    | \$ 225.05    | \$ 233.69    |
| Antigüedad                             |              | \$ 201.00    | \$ 208.72    | \$ 216.73    | \$ 147.98    | \$ 153.66    |
| INSS Patronal                          |              | \$ 648.22    | \$ 673.11    | \$ 698.95    | \$ 709.22    | \$ 736.46    |
| INATEC                                 |              | \$ 60.30     | \$ 62.61     | \$ 65.02     | \$ 65.97     | \$ 68.51     |
| <b>Total salario</b>                   |              | \$ 3,723.47  | \$ 3,866.45  | \$ 4,014.92  | \$ 4,073.91  | \$ 4,230.35  |
| <b>Gastos Fijos</b>                    |              |              |              |              |              |              |
| Alquiler del local                     |              | \$ 1,500.00  | \$ 1,500.00  | \$ 1,500.00  | \$ 1,500.00  | \$ 1,500.00  |
| Electricidad                           |              | \$ 189.48    | \$ 192.42    | \$ 195.40    | \$ 198.43    | \$ 201.50    |
| Agua                                   |              | \$ 86.14     | \$ 87.86     | \$ 89.62     | \$ 91.41     | \$ 93.24     |
| Internet                               |              | \$ 384.00    | \$ 384.00    | \$ 384.00    | \$ 384.00    | \$ 384.00    |
| Publicidad                             |              | \$ 519.84    | \$ 519.84    | \$ 519.84    | \$ 519.84    | \$ 519.84    |
| Mantenimiento                          |              |              | \$ 150.00    |              | \$ 165.00    |              |
| Impuesto a la alcaldía                 |              | \$ 29.00     | \$ 29.00     | \$ 29.00     | \$ 29.00     | \$ 29.00     |
| <b>Total gastos fijos</b>              |              | \$ 2,708.46  | \$ 2,863.12  | \$ 2,717.86  | \$ 2,887.68  | \$ 2,727.59  |
| <b>Utilidad antes de impuesto</b>      |              | \$ 1,061.99  | \$ 1,329.88  | \$ 1,926.63  | \$ 2,527.67  | \$ 3,238.52  |
| Impuesto                               |              | \$ 58.54     | \$ 97.44     | \$ 94.60     | \$ 140.32    | \$ 136.23    |
| <b>Utilidad después de impuesto</b>    |              | \$ 1,003.45  | \$ 1,232.45  | \$ 1,832.03  | \$ 2,387.35  | \$ 3,102.29  |
| <b>Inversión</b>                       |              |              |              |              |              |              |
| Infraestructura                        | \$ 314.17    |              |              |              |              |              |
| Activos fijos                          | \$ 2,114.59  |              |              |              |              |              |
| Gastos de constitución                 | \$ 67.81     |              |              |              |              |              |
| Capital de trabajo                     | \$ 1,816.36  |              |              |              |              |              |
| Recuperación del capital de trabajo    |              |              |              |              |              | \$ 1,816.36  |
| <b>Flujo de caja puro del proyecto</b> | \$ -4,312.94 | \$ 1,003.45  | \$ 1,232.45  | \$ 1,832.03  | \$ 2,387.35  | \$ 4,918.65  |

Fuente: Autoría propia.

En la tabla 19 se muestra el flujo de caja puro, teniendo resultados positivos para los cinco años de vida del proyecto, es decir que los ingresos que generará el proyecto suplen los egresos del mismo, generando así rendimientos desde el primer año de su puesta en marcha, creciendo estos a lo largo del horizonte de vida del proyecto.

Para la inversión se realizó un préstamo del Banco de la Producción BANPRO de \$2,500.00 a un plazo de 5 años, en la tabla número 21 se muestra el detalle.

Tabla 20

Costo de capital promedio ponderado

| Costo de capital promedio ponderado |                 |             |                     |               |
|-------------------------------------|-----------------|-------------|---------------------|---------------|
| Fuente                              | Monto           | Proporción  | Costos después de T | Ponderación   |
| Financiamiento                      | 2,500.00        | 57.97%      | 18.00%              | 10.43%        |
| Capital Propio                      | 1,812.94        | 42.03%      | 12.88%              | 5.41%         |
| <b>Totales</b>                      | <b>4,312.94</b> | <b>100%</b> | <b>CCPP</b>         | <b>15.85%</b> |

Fuente: Autoría propia.

En la tabla 20 se logra determinar que el 57.97% de la inversión requerida para la realización del proyecto se obtendrá mediante un financiamiento con BANPRO por un monto de \$2,500.00, y que el 42.03% será aportado por el dueño del proyecto.

Partiendo de esta proporción se procedió a calcular el costo de capital promedio ponderado, tomando en cuenta para el capital el propio, la tasa mínima aceptada de rendimiento (TMAR), con la cual se consideró una prima de riesgo de un 5% y la tasa de inflación actual que equivale a 7.5%.

#### 7.4.2 Flujo de caja del inversionista.

Tabla 21

Tabla de amortización del financiamiento

| Financiamiento          |             |
|-------------------------|-------------|
| Monto del préstamo      | \$ 2,500.00 |
| Plazo en meses          | 60          |
| Tasa de interés anual   | 18%         |
| Tasa de interés mensual | 2%          |
| Cuota mensual           | \$ 63.48    |

| N | Ak          | Ik          | Ck          | Sk          |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 0 |             |             |             | \$ 2,500.00 |
| 1 | \$ 338.86   | \$ 422.95   | \$ 761.80   | \$ 2,161.14 |
| 2 | \$ 405.14   | \$ 356.66   | \$ 761.80   | \$ 1,756.00 |
| 3 | \$ 484.40   | \$ 277.41   | \$ 761.80   | \$ 1,271.60 |
| 4 | \$ 579.15   | \$ 182.65   | \$ 761.80   | \$ 692.45   |
| 5 | \$ 692.45   | \$ 692.45   | \$ 761.80   | 0.00        |
|   | \$ 2,500.00 | \$ 1,932.11 | \$ 3,809.01 |             |

Fuente: Autoría propia.

Tabla 22

Flujo de caja del inversionista.

| Flujo de caja del inversionista        |              |              |              |              |              |             |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|
|  | 0            | 1            | 2            | 3            | 4            | 5           |
| <b>Ingresos</b>                        |              |              |              |              |              |             |
| Ventas                                 | \$ 21,239.77 | \$ 22,855.59 | \$ 24,569.75 | \$ 26,940.74 | \$ 28,961.29 |             |
| Sub-arrendamiento planta alta          | \$ 1,560.00  | \$ 1,560.00  | \$ 1,560.00  | \$ 1,560.00  | \$ 1,560.00  |             |
| Costo de ventas                        | \$ 13,805.85 | \$ 14,856.13 | \$ 15,970.34 | \$ 17,511.48 | \$ 18,824.84 |             |
| Costo de arrendamiento                 | \$ 1,500.00  | \$ 1,500.00  | \$ 1,500.00  | \$ 1,500.00  | \$ 1,500.00  |             |
| <b>Utilidad Bruta</b>                  | \$ 7,493.92  | \$ 8,059.46  | \$ 8,659.41  | \$ 9,489.26  | \$ 10,196.45 |             |
| <b>Salarios</b>                        |              |              |              |              |              |             |
| Regente                                | \$ 2,411.96  | \$ 2,504.58  | \$ 2,600.76  | \$ 2,700.63  | \$ 2,804.33  |             |
| Vacaciones                             | \$ 201.00    | \$ 208.72    | \$ 216.73    | \$ 225.05    | \$ 233.69    |             |
| Traceavo mes                           | \$ 201.00    | \$ 208.72    | \$ 216.73    | \$ 225.05    | \$ 233.69    |             |
| Antigüedad                             | \$ 201.00    | \$ 208.72    | \$ 216.73    | \$ 147.98    | \$ 153.66    |             |
| INSS Patronal                          | \$ 648.22    | \$ 673.11    | \$ 698.95    | \$ 709.22    | \$ 736.46    |             |
| INATEC                                 | \$ 60.30     | \$ 62.61     | \$ 65.02     | \$ 65.97     | \$ 68.51     |             |
| <b>Total salario</b>                   | \$ 3,723.47  | \$ 3,866.45  | \$ 4,014.92  | \$ 4,073.91  | \$ 4,230.35  |             |
| <b>Gastos Fijos</b>                    |              |              |              |              |              |             |
| Alquiler del local                     | \$ 1,500.00  | \$ 1,500.00  | \$ 1,500.00  | \$ 1,500.00  | \$ 1,500.00  |             |
| Electricidad                           | \$ 189.48    | \$ 192.42    | \$ 195.40    | \$ 198.43    | \$ 201.50    |             |
| Agua                                   | \$ 86.14     | \$ 87.86     | \$ 89.62     | \$ 91.41     | \$ 93.24     |             |
| Internet                               | \$ 384.00    | \$ 384.00    | \$ 384.00    | \$ 384.00    | \$ 384.00    |             |
| Publicidad                             | \$ 519.84    | \$ 519.84    | \$ 519.84    | \$ 519.84    | \$ 519.84    |             |
| Mantenimiento                          |              | \$ 150.00    |              | \$ 165.00    |              |             |
| Impuesto a la alcaldía                 | \$ 29.00     | \$ 29.00     | \$ 29.00     | \$ 29.00     | \$ 29.00     |             |
| <b>Total gastos fijos</b>              | \$ 2,708.46  | \$ 2,863.12  | \$ 2,717.86  | \$ 2,887.68  | \$ 2,727.59  |             |
| Utilidad antes de impuesto             | \$ 1,061.99  | \$ 1,329.88  | \$ 1,926.63  | \$ 2,527.67  | \$ 3,238.52  |             |
| Impuesto                               | \$ 58.54     | \$ 97.44     | \$ 94.60     | \$ 140.32    | \$ 136.23    |             |
| Utilidad después de impuesto           | \$ 1,003.45  | \$ 1,232.45  | \$ 1,832.03  | \$ 2,387.35  | \$ 3,102.29  |             |
| <b>Inversión</b>                       |              |              |              |              |              |             |
| Infraestructura                        | \$ 314.17    |              |              |              |              |             |
| Activos fijos                          | \$ 2,114.59  |              |              |              |              |             |
| Gastos de constitución                 | \$ 67.81     |              |              |              |              |             |
| Capital de trabajo                     | \$ 1,816.36  |              |              |              |              |             |
| Recuperación del capital de trabajo    |              |              |              |              |              | \$ 1,816.36 |
| Intereses                              | \$ 422.95    | \$ 356.66    | \$ 277.41    | \$ 182.65    | \$ 69.36     |             |
| Amortización                           | \$ 338.86    | \$ 405.14    | \$ 484.40    | \$ 579.15    | \$ 692.45    |             |
| Préstamo                               | \$ 2,500.00  |              |              |              |              |             |
| <b>Flujo de caja del inversionista</b> | \$ -1,812.94 | \$ 241.64    | \$ 470.64    | \$ 1,070.23  | \$ 1,625.55  | \$ 4,156.85 |

Fuente: Autoría propia.

En la tabla 22 se muestra el flujo de caja del inversionista, y al igual que en el flujo anterior, se obtienen resultados positivos para los cinco años de vida del proyecto, creciendo estos periódicamente a lo largo del horizonte de vida del proyecto.

### 7.4.3 Indicadores financieros.

Tabla 23

Indicadores financieros flujo de caja puro.

|                      |             |
|----------------------|-------------|
| <b>VAN</b>           | \$ 2,333.03 |
| <b>TIR</b>           | 32%         |
| <b>PR simple</b>     | 3.10        |
| <b>PR descontado</b> | 4.01        |
| <b>RBC</b>           | 1.54        |

Fuente: Autoría propia.

Tabla 24

Indicadores financieros flujo de caja del inversionista.

|                      |             |
|----------------------|-------------|
| <b>VAN</b>           | \$ 2,784.83 |
| <b>TIR</b>           | 44%         |
| <b>PR simple</b>     | 3.32        |
| <b>PR descontado</b> | 3.48        |
| <b>RBC</b>           | 4.17        |

Fuente: Autoría propia.

Con los datos obtenidos en las tablas número 23 y 24 se logró determinar que el proyecto es rentable, ya que en ambos flujos muestra un valor actual neto positivo y una tasa



interna de retorno mayor al costo de capital que equivalen a 32% de rendimiento para el flujo de caja puro y el 44% para el flujo del inversionista.

Así mismo, en lo que respecta a la razón beneficio costo de la inversión, la cual es de 1.54 y 4.17 respectivamente, indica que los beneficios superan a los costos del proyecto ya que en ambos casos se obtiene un resultado mayor a 1. Por su parte el periodo de recuperación descontado de la inversión es de 4 años y 1 mes para el flujo de caja puro, y de 3 años y 5 meses para el flujo del inversionista.

### VIII. Conclusiones

De la presente investigación denominada “Análisis de prefactibilidad para el proyecto de creación de un Centro Naturista Vida Verde, en la ciudad de Chinandega, en el periodo 2021 al 2026” se concluyó de acuerdo a los objetivos planteados lo siguiente:

En la Ciudad de Chinandega existen 8 centros naturistas de los cuales 3 serían competencia directa debido a localización donde se ubican, cada uno de ellos tiene servicios que los caracterizan y diferencian del resto. La comercialización de productos naturales es aceptada en la ciudad, pero la falta de información de donde estos se ubican merma el uso o compra de estos, sumado la que no existe un centro que satisfaga completamente los gustos y preferencias de los locales.

La localización que se determinó para el proyecto es, de la esquina de los bancos, 1c arriba 120 vrs al norte, ya que además de ser una zona céntrica, se encuentra ubicada cerca de negocios convexos al proyecto mismo, prestando así las condiciones óptimas para la creación del Centro Naturista. Igualmente el proyecto contará con una sección destinada a la venta de productos naturales, un consultorio y una sala de espera, todo ello para asegurar la comodidad de los posibles clientes, distinguiéndose así entre la competencia.

Para la puesta en marcha del proyecto, se deberá de cumplir con una cuota fija mensual, puesto a que los ingresos del mismo son menores a C\$ 1, 200,000.00 anuales; igualmente se deberá cumplir con las prestaciones sociales del único trabajador que posee el centro naturista, así como también se deberá mantener su salario dentro de lo establecido en los acuerdos ministeriales con respecto al salario mínimo. Así mismo se debe costear el



impuesto a la alcaldía y pagar una licencia ante el Ministerio de salud, la cual se deberá renovar transcurridos 5 años; esto para funcionar legalmente.

Con los resultados obtenidos en el estudio financiero, se logró determinar que el proyecto es viable, es decir que genera beneficios, teniendo un valor actual neto de \$ 2,333.03 para el flujo de caja puro, y \$ 2,784.83 para el flujo del inversionista. Así mismo el proyecto genera una TIR de 32% para el flujo de caja puro y de 44% para el inversionista, siendo ambas mayores al costo de capital promedio ponderado el cual equivale a 15.95%. De igual manera la relación beneficio costo del proyecto es de 1.54 para el flujo de caja puro y 4.17 para el inversionista, y siendo ambas mayor a 1, indican que el proyecto genera beneficios.

## IX. Recomendaciones

De la presente investigación denominada “Análisis de prefactibilidad para el proyecto de creación de un Centro Naturista Vida Verde, en la ciudad de Chinandega, en el periodo 2021 al 2026” Se establecen las siguientes recomendaciones:

Se recomienda ejecutar el proyecto en la ciudad de Chinandega, sector del mercado central, puesto que según los estudios y análisis realizados se demuestra que el mismo es viable financieramente.

Realizar foros o planes de marketing que ayuden a informar a la población de Chinandega sobre la medicina natural, puesto que según lo reflejado en las encuestas, las personas que no consumen productos de esta índole alegan que es por falta de información sobre los mismos.

Es recomendable en un futuro del negocio, y dependiendo del crecimiento del mismo, cambiarse a régimen general. Igualmente será indispensable contratar al menos dos trabajadores más.

Introducir al negocio, productos amigables con el medio ambiente, esto con el fin de poseer más variedad de productos para así satisfacer las necesidades de los demandantes y al mismo tiempo disminuir el impacto sobre el medio ambiente.



## X. Bibliografía

Baca, G. (2001). *Evaluación de proyectos*. (4ª. ed.). México: McGraw-Hill  
INTERAMERICANA Editores, S.A.

Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. (6ª. ed.). México: McGraw-Hill  
INTERAMERICANA Editores, S.A.

Calderón et al. (Sf) “*Té de Marango*” (Tesis de pregrado). Universidad Politécnica de  
Nicaragua (UPOLI).

Recuperado de <http://repositorio.upoli.edu.ni/312/1/T%C3%A9%20Marango.pdf>

Castañeda, N. e Ibáñez, L. (2014) “*Estudio de factibilidad para el montaje de una empresa  
comercializadora de productos naturistas*”.

Recuperado

de

[https://stadium.unad.edu.co/preview/UNAD.php?url=/bitstream/10596/2733/1/80499007.p  
df](https://stadium.unad.edu.co/preview/UNAD.php?url=/bitstream/10596/2733/1/80499007.pdf)

Contreras, L. Baquedano, J. Gutiérrez, M. y Estrada, E. (2017), “*Plan de negocios  
Moringalife R.L.*” (Tesis de pregrado). Universidad Politécnica de Nicaragua  
(UPOLI).

Recuperado de <https://repositorio.upoli.edu.ni/300/1/Moringalife.pdf>

Córdoba, M. (2015). *Formulación y evaluación de proyectos*. (2ª. Ed.) Bogotá: Ecoe  
Ediciones.

Código de comercio (1914, abril 24) Capítulo V de las compañías anónimas sección I  
arto.201.



Irpino, B. (2014). *Análisis de precios: cómo calcular el precio unitario de una partida.*

Recuperado de [http://biblus.accasoftware.com/es/analisis-precios-como-calcular-el-precio-unitario-software-](http://biblus.accasoftware.com/es/analisis-precios-como-calcular-el-precio-unitario-software-primus/#:~:text=El%20an%C3%A1lisis%20de%20precios%20es,individuaci%C3%B3n%20de%20sus%20componentes%20elementares.)

[primus/#:~:text=El%20an%C3%A1lisis%20de%20precios%20es,individuaci%C3%B3n%20de%20sus%20componentes%20elementares.](http://biblus.accasoftware.com/es/analisis-precios-como-calcular-el-precio-unitario-software-primus/#:~:text=El%20an%C3%A1lisis%20de%20precios%20es,individuaci%C3%B3n%20de%20sus%20componentes%20elementares.)

Jaramillo, C. (2006), “*proyecto empresarial centro naturista Semilla's*” (tesis de pregrado). Universidad Nacional de Occidente. Santiago, Cali.

Recuperado de <https://red.uao.edu.co/bitstream/10614/6498/1/T04487.pdf>

Ley N° 774 Ley de medicina natural, terapias complementarias y productos naturales en Nicaragua (2012) La gaceta – diario oficial Managua 23 de diciembre del 2012.

Ley de medicamentos y farmacias, Ley N°. 292, Aprobada el 16 Abril de 1998, Publicada en La Gaceta, Diario Oficial N°. 103 de 4 Junio de 1998.

Meza, J. (2013). *Evaluación Financiera de proyectos.* (3ª. ed.). Bogotá: Eco Ediciones.

Molina, M. (2018) “*Estudio de factibilidad para la apertura de una farmacia universitaria UNAN-Managua (RURD), periodo 2017*” (Tesis de Maestría). Universidad Nacional Autónoma De Nicaragua (UNAN-Managua), Managua, Nicaragua.

Normas jurídicas de Nicaragua (decreto N° 26-2014), (2014, abril 29) Reglamento de la ley 774 “ley de medicina natural, terapias complementarias.

Pinchao, G. (2014) “*Creación de una tienda comercializadora de especias y Productos naturales en la parroquia de Cotocollao del DMQ 2014.*”. (Tesis de Pregrado)



Recuperado de <http://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/843/1/18-FARM-13-14-1723907729.pdf>

Reglamento de la ley N° 292, Ley de medicamentos y farmacias (decreto N° 6-99) (1999, enero 25). Normas jurídicas de Nicaragua, La Gaceta, N°24 y 25, 5 de febrero de 1999.

Sapag, N. (2011). *Proyectos de inversión Formulación y evaluación*. (2ª. ed.). Chile: Pearson Education.

Sapag, N. y Sapag R. (2008) *Preparación y evaluación de proyectos*. (5ª. ed.) Bogotá: McGraw-Hill Interamericana S.A.

Sullivan, W., Luxhoj, J., y Wicks, E. (2004). *Ingeniería económica de Degarmo*. (12. Ed.) Lima: Pearson Prentice Hall.

## XI. Anexos

### Anexo # 1. Encuesta a pobladores de la Ciudad de Chinandega.

#### Encuesta para la apertura de Centro Naturista en la ciudad de Chinandega

El objetivo de este formulario es obtener información necesaria para el desarrollo del estudio de mercado, del proyecto de creación de un Centro Naturista, tema monográfico para culminación de estudios. (EL PRESENTE FORMATO ESTA DIRIGIDO A LA POBLACIÓN DE CHINANDEGA)

Sexo ----

Edad ----

1. ¿Consumen usted productos naturales?

Sí No

**DE NO CONSUMIR PRODUCTOS NATURALES, PASE DIRECTAMENTE A LA PREGUNTA NÚMERO 14**

2. ¿Por qué consume productos naturales?

No perjudiciales Bajo costo  
Eficientes Fáciles de localizar

3. ¿Con qué frecuencia compra productos naturales?

Una vez por semana Cada mes Cada año  
Cada 15 días Cada 6 meses Nunca

4. ¿Qué tipo de productos naturales de uso medicinal consume?

Multivitamínicos Relajantes musculares Laxantes  
Limpia colon Oxigenantes cerebrales Para enfermedades respiratorias  
Limpia hígado Para la circulación Gastrointestinales

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por productos naturales de uso medicinal?

150 350 550  
250 450

6. ¿Qué tipo de productos naturales de uso estético consume?

Colágeno Cremas corporales Mascarillas  
Aceites esenciales Geles reductoras Cremas aclarantes  
Para el cabello Exfoliantes Jabones corporales

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por productos naturales de uso estético?

150 350 550  
250 450

8. ¿Qué tipo de productos integrales consume?

Pan integral Cereales Harinas  
Barras de granola Frutos secos Mantequilla de mani  
Jaleas

|  |                       |  |
|--|-----------------------|--|
| <b>9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por productos integrales?</b>  |                       |  |
| 150  | 350                   | 550                                    |
| 250  | 450                   |  |
| <b>10. ¿Estaría de acuerdo con la apertura de un Centro Naturista en el sector de mercado Central en Chinandega?</b> |                       |  |
| Si   | No                    |  |
| <b>SI SU RESPUESTA ANTERIOR FUE "SI" OMITA LA SIGUIENTE PREGUNTA (11)</b>  |                       |  |
| <b>11. Si su respuesta a la pregunta 10 fue NO ¿Qué otro lugar le gustaría?</b>                                      |                       |  |
| Sector el Mercadito  | Sector Parque Central | Sector Mercado el Bisne                |
| <b>12. ¿Conoce usted algún Centro Naturista?</b>   |                       |  |
| Si   | No                    |  |
| <b>13. ¿Qué tipos de productos o servicios ha adquirido de este lugar?</b>   |                       |  |
| Venta de productos Naturales   |                       | Controles nutricionales                |
| Consultas con médico Naturistas  |                       | Muestras gratuitas                     |
| Entregas a domicilio   |                       | Wifi en el local                       |
| <b>14. ¿Porqué no consume productos naturales?</b>   |                       |  |
| Falta de información   |                       | Mala experiencia con su uso            |
| No cree que sean eficientes  |                       | Difícil acceso a locales de esa índole |
| Precio demasiado alto  |                       | otros                                  |
| <b>15. ¿Le gustaría empezar a consumir productos naturales?</b>  |                       |  |
| Si   | No                    |  |

**Anexo #2. Guía de observación**

| <b>Guía de observación</b> |  |
|----------------------------|--|
| <b>Fecha:</b>              |  |
| <b>Hora de Inicio:</b>     | _____ : _____ <b>Hora Final:</b> _____ : _____   |
| <b>Objetivo:</b>           | Determinar a través de la observación, el ambiente en que se rodea el centro naturista “Naturaleza”. |

| <b>Guía de observación</b> |  |                      |
|----------------------------|--|----------------------|
| <b>No.</b>                 | <b>Ítems</b>                             | <b>Observaciones</b> |
| 1.                         | Ubicación de la farmacia                 |                      |
| 2.                         | Afluencia de clientes                    |                      |
| 3.                         | Productos                                |                      |
| 4.                         | Publicidad                               |                      |
| 5.                         | Orden de los productos                   |                      |
| 6.                         | Personal                                 |                      |
| 7.                         | Activos fijos                            |                      |
| 8.                         | Accesibilidad para estacionamiento       |                      |
| 9.                         | Servicios adicionales                    |                      |
| 10.                        | Atención                                 |                      |
| 11.                        | Cercanía a un centro de salud u hospital |                      |

**Anexo #3. Guía de revisión documental**

| GUIA DE REVISIÓN DOCUMENTAL   |  |                    |          |
|---|--|--------------------|----------|
| <b>Fecha:</b>   |  |                    |          |
| <b>Hora de inicio:</b>  |  | <b>Hora final:</b> |          |
| <b>Objetivo:</b> Describir las normas, requisitos legales y administrativos que conlleva la apertura y operación de una farmacia. |  |                    |          |
| N°  | Norma Jurídica   | Sección            | Artículo |
| 1   | Ley de Concertación Tributaria   |                    |          |
| 2   | Reglamento de la Ley de Concertación Tributaria                          |                    |          |
| 3   | Código del Comercio  |                    |          |
| 4   | Código laboral   |                    |          |
| 5   | Seguridad Social   |                    |          |
| 6   | Plan de arbitrio   |                    |          |
| 7   | Ley de salario mínimo  |                    |          |
| 8   | Ordenanzas municipales   |                    |          |
| 9   | Ley de medicamentos y Farmacias  |                    |          |
| 10  | Ley de Medicina Natural, Terapias complementarias y productos naturales. |                    |          |
| 11  | Normas de buenas prácticas de dispensación                               |                    |          |

**Anexo #4. Guía de revisión práctica**

| GUIA DE REVISIÓN DE PRÁCTICA   |  |   |           |
|--|--|---|-----------|
| <b>Fecha:</b>  |  |   |           |
| <b>Hora de inicio:</b>   |  | <b>Hora final:</b>  |           |
| <b>Objetivo:</b> Calcular los indicadores financieros aplicados al proyecto. |  |   |           |
| N°   | Indicador                                  | Fórmula   | Resultado |
| 1  | Costo de Capital Promedio Ponderado (WACC) | $WACC = \left(\frac{E}{V}\right) * Re + \left(\frac{D}{V}\right) * Rd * 1 - Tc$ |           |
| 2  | Valor Actual Neto (VAN)                    | $VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Ft}{(1+k)^t} - I_0$                                   |           |
| 3  | Tasa Interna de Retorno (TIR)              | $TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$                                     |           |
| 4  | Razón Beneficio Costo (RBC)                | $RBC = \frac{\sum VP \text{ Ingresos Netos (TIO)}}{\text{Inversión Inicial}}$   |           |
| 5  | Periodo de recuperación                    | $PRI = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\text{Ingresos promedios}}$              |           |
| 6  | Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento.      | $TMAR = i + f + if$   |           |



Anexo #5. Guía de entrevista

| GUIA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A DUEÑO DE FARMACIA NATURISTA  |                    |
|--|--------------------|
| <b>Nombre del entrevistado:</b>  |                    |
| <b>Formación:</b>  |                    |
| <b>Fecha:</b>  |                    |
| <b>Hora de inicio:</b>   | <b>Hora final:</b> |
| <b>Objetivo:</b> Recibir información de cómo opera una farmacia con medicina natural.                                  |                    |
| Preguntas abiertas   |                    |
| 1. ¿La comercialización de productos naturales es bien aceptada por la población?                                      |                    |
| 2. ¿Qué servicios ofrece o que estrategias utiliza para ser demandado?   |                    |
| 3. ¿El proceso de amistad con los proveedores como es dado?  |                    |
| 5. ¿En el momento de apertura el capital fue propio o con financiamiento?  |                    |
| 6. ¿El lugar de comercialización le es favorable? ¿Cómo decidió la ubicación del negocio?                              |                    |
| 7. ¿Con que entidades financieras posee créditos? /de tener algún préstamo   |                    |
| 8. ¿Cómo lleva la contabilidad del negocio?  |                    |
| 9. ¿Aproximadamente cuánto es el ingreso por día?  |                    |
| 10. ¿Está legalmente constituido, de ser así como fue el proceso de constitución?                                      |                    |
| 11. ¿Cuántas personas laboran en la farmacia? ¿Cumple las prestaciones laborales para cada uno de ellos?               |                    |
| 12. Si un joven universitario aspira a encabezar un proyecto similar al que usted tiene en marcha ¿Qué le aconsejaría? |                    |

Anexo #6. Publicidad de los proveedores del Centro Naturista Vida Verde.



Figura 41: Publicidad Centro Naturista Vital.



Figura 42: publicidad Tienda Naturista Green Life



Figura 43: Publicidad de Tienda La granola De Mi Tierra.

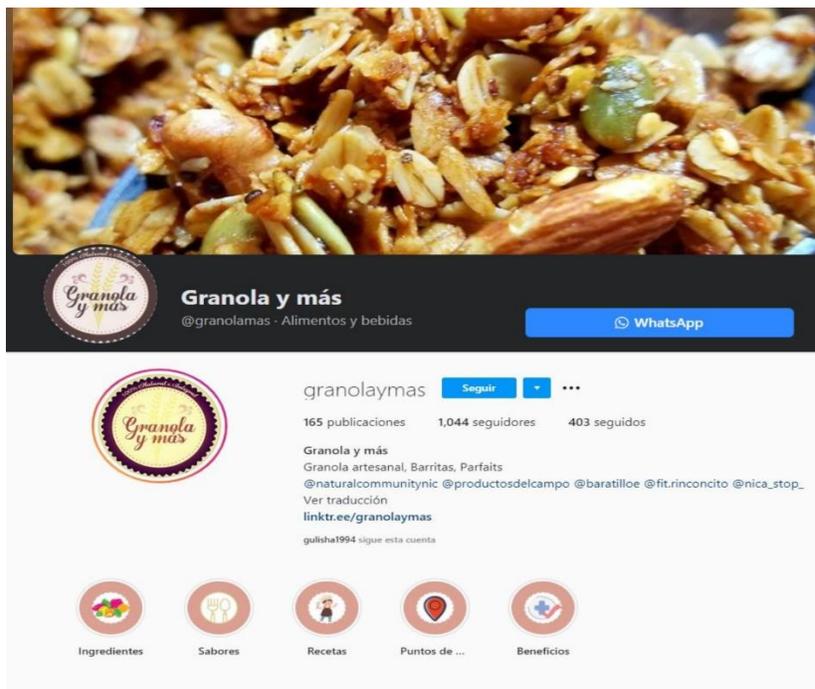


Figura 44: Publicidad Tienda Granola y más.

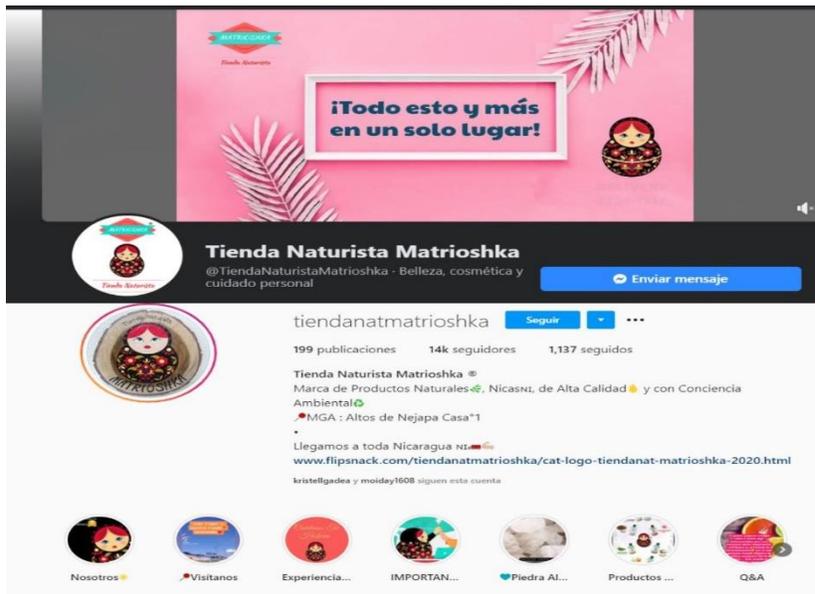


Figura 45: Publicidad Tienda Matrioshka.



Figura 46: Publicidad de NaturiFarma.