



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERIA**

**Facultad de Ciencias y Sistemas**

**MONOGRÁFIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERÍA DE  
SISTEMAS**

**Título**

Estudio de Prefactibilidad para la apertura de una farmacia de medicina humana, en la ciudad de Nueva Guinea, Región Autónoma de la Costa Caribe Sur (RACCS).

**Autor:**

Br. Gustavo Adolfo Pérez García

2011-38921

Br. Katy Vanessa Oporta Zambrana

2012-43404

**Tutor:**

Lic. Leonarda del Carmen Laguna Lumbí

Juigalpa, Chontales  
Enero 2021

## INDICE

I.	INTRODUCCIÓN.....	1
II.	ANTECEDENTES.....	3
III.	PLANTEAMIENTO DE LA SITUACION PROBLEMÁTICA.....	4
IV.	JUSTIFICACION .....	6
V.	OBJETIVOS .....	7
5.1	Objetivo General.....	7
5.2	Objetivos Especificos.....	7
VI.	MARCO TEORICO.....	8
6.1	Estudio de mercado .....	8
6.1.1	Objetivos del estudio de mercado.....	8
6.1.2	Demanda .....	9
6.1.3	Oferta .....	12
6.2	Estudio Técnico.....	13
6.2.1	Diagrama de flujo .....	13
6.2.2	Información de base para definir dimensionar inversiones del proyecto .....	14
6.2.3	Equipos y obras físicas.....	14
6.2.4	Costo y evaluación de inversiones del proyecto.....	14
6.2.5	Necesidades de RRHH .....	15
6.2.6	Estimación costos de explotación.....	15
6.2.7	Tamaño físico del Proyecto .....	16
6.2.8	Localización del Proyecto .....	16
6.3	Estudio administrativo y legal.....	17
6.4	Estudio financiero .....	18
6.4.1	Determinación de costos.....	19
6.4.2	Gastos de administración .....	21
6.4.3	Gastos financieros .....	21
6.4.4	Inversión total fija y diferida .....	21
6.4.5	Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) .....	24
6.4.6	Valor presente neto (VPN).....	25
6.4.7	Tasa Interna de Rendimiento (TIR).....	26

6.4.8 Viabilidad.....	27
6.4.9 Rentabilidad .....	28
6.4.10 Estudio de prefactibilidad del proyecto .....	28
6.5 Farmacia.....	29
<b>VII. ANALISIS Y PRESENTACION DE RESULTADOS: METODOLOGÍA Y DESARROLLO DEL TEMA .....</b>	<b>31</b>
7.1 Diseño de la investigación .....	31
7.2 Tipo de investigación.....	31
7.3 Población.....	31
7.4 Muestreo .....	31
7.5 Tamaño de la muestra.....	32
7.6 Fuentes de información.....	33
7.7 Instrumentos para la recopilación de la información .....	33
<b>I. GENERALIDADES Y ESTUDIO DE MERCADO DEL PROYECTO .....</b>	<b>35</b>
1.1 Resumen Ejecutivo.....	35
1.2 Estudio y análisis del mercado .....	36
1.2.1 El servicio en el mercado .....	36
1.2.2 Descripción y Características del producto .....	37
1.2.3 Componentes y clasificación de los productos: .....	37
1.2.4 Forma de presentación de los productos.....	38
1.3 Segmento de mercado.....	39
1.4 Analisis de la demanda.....	39
1.4.1 Volumen de la demanda total del servicio .....	41
1.5 Análisis de la oferta.....	45
1.6 Estructura de precios.....	46
1.6.1 Estrategias de Precio/Promocional.....	47
1.7 Comercialización y distribución.....	48
<b>II. ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO .....</b>	<b>50</b>
2.1 Macrolocalización .....	50
2.1.1 Disponibilidad de la mano de obra en la localidad.....	50
2.1.2 Disponibilidad de insumos .....	50

2.1.3 Descripción del mercado .....	51
2.1.4 Distribución .....	51
2.1.5 Comunicación .....	51
2.1.6 Leyesyreglamentos .....	51
2.2 Microlocalización .....	52
2.2.1 Localización urbana .....	52
2.3 La empresa .....	53
2.3.1 Nombre de la empresa .....	53
2.3.2 Propuesta administrativa .....	53
2.3.3 Organigrama farmacia “GUTIÉRREZ” .....	55
2.3.4 Cargos de la Farmacia “Gutierrez” .....	55
2.4 Fichas de cargos .....	56
2.4.1 Gerente general.....	56
2.4.2 Ficha ocupacional del Contador .....	57
2.4.3 Ficha ocupacional del cajero .....	58
2.4.4 Ficha ocupacional del Bodeguero .....	59
2.4.5 Ficha ocupacional del vendedor .....	60
2.4.6 Ficha ocupacional del Gerente .....	61
2.5 Plan de marketing .....	62
2.5.1 Logotipo de la farmacia .....	62
2.6 Propuesta operativa .....	63
2.6.1 Flujo operativo .....	63
2.7 Compra de mercadería .....	63
2.7.1 Grupo 1: Rehabilitación, cirugía .....	63
2.7.2 GRUPO 2: Alimentos, bebidas y golosinas.....	64
2.7.3 Grupo 3: bebés (productos).....	65
2.7.4 Grupo 4: Cuidado e higiene personal .....	65
2.7.5 Grupo 5: Productos de aseo .....	66
2.8 Infraestructura y equipamiento .....	67
2.8.1 Infraestructura .....	67
2.9 Equipamiento administrativo.....	68
2.9.1 Muebles.....	68

2.9.2 Equipos de oficina .....	68
2.9.3 Equipos de computación .....	69
2.9.4 Software .....	69
<b>III. ANALISIS FINANCIERO .....</b>	<b>71</b>
3.1 Evaluacion financiera .....	71
3.1.1 Determinación de la inversión inicial.....	71
3.2 Inversión fija .....	72
3.2.1 Equipos de computación.....	72
3.2.2 Equipo de oficina .....	72
3.2.3 Muebles y enseres .....	73
3.2.4 Maquinaria y Equipo.....	74
3.2.5 Capital de trabajo .....	74
3.3 Listado de productos .....	75
3.3.1 Grupo 1.....	75
3.3.2 Grupo 2.....	85
3.3.3 Grupo 3.....	97
3.3.4 Grupo 4.....	101
3.3.5 Grupo 5.....	119
3.4 Intangibles .....	127
3.5 Presupuesto de remuneración salarial .....	128
3.6 Gastos generales.....	128
3.7 Cronograma de la inversión .....	130
3.8 Estructura del capital .....	131
3.9 Amortización de la deuda .....	132
3.10 Depreciación y amortización3.10.1 Depreciaciones.....	134
3.11 Presupuesto de ventas .....	135
3.11 Gastos de administración y ventas año 1 .....	139
3.12 Gastos de administración y ventas año 2 a 5 .....	140
3.13 Estados financieros .....	142
3.13.1 Estado de resultados proyectado primer año .....	142
3.14 Estado de resultados proyectado anual año 2 a 5 .....	144

<b>3.15 Balance de situación inicial.....</b>	<b>146</b>
<b>3.16 Flujo de efectivo con financiamiento .....</b>	<b>147</b>
<b>3.17 Flujo de efectivo sin financiamiento.....</b>	<b>149</b>
<b>3.18 Evaluación económica .....</b>	<b>151</b>
<b>3.18.1 Evaluación económica con financiamiento .....</b>	<b>151</b>
3.18.1.1 Valor actual neto y tasa interna de retorno.....	151
3.18.1.2 Tasa de descuento.....	152
3.18.1.3 Tiempo de recuperación de la inversión .....	152
3.18.1.4 Costo - Beneficio.....	153
<b>3.18.2 Evaluación económica ajustada al riesgo con financiamiento.....</b>	<b>154</b>
3.18.2.1 Valor actual neto y tasa interna de retorno.....	154
<b>3.18.3 Con tasa ajustada al riesgo .....</b>	<b>155</b>
<b>3.18.4 Tiempo de recuperación de la inversión.....</b>	<b>155</b>
<b>3.18.5 Costo-beneficio .....</b>	<b>156</b>
<b>3.18.6 Evaluación económica sin financiamiento.....</b>	<b>156</b>
3.18.6.1 Valor actual neto y tasa interna de retorno.....	156
3.18.6.2 Con tasa de descuento.....	157
3.18.6.3 Tiempo de recuperación.....	157
3.18.6.4 Costo Beneficio.....	158
<b>3.18.7 Evaluación económica ajustada al riesgo sin financiamiento .....</b>	<b>159</b>
3.18.7.1 Valor actual neto y tasa interna de retorno.....	159
3.18.7.2 Con tasa ajustada al riesgo.....	159
3.18.7.3 Tiempo de recuperación.....	160
3.18.7.4 Costo Beneficio.....	161
<b>IV. CONCLUSIONES .....</b>	<b>162</b>
<b>V. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>165</b>
<b>VI. BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>166</b>
<b>VII. ANEXOS .....</b>	<b>168</b>

7.1 ANEXO N°1: Encuesta .....	168
7.2 ANEXO N°2: Procesamiento de las encuestas.....	171
7.3 ANEXO N°2: Nomina Mensual del Personal Administrativo.....	178
7.3 ANEXO N°2: Nomina Mensual del Personal de Venta.....	179

## INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Macrolocalización .....	50
Ilustración 2: Nueva Guinea .....	52
Ilustración 3: Organigrama funcional.....	55
Ilustración 4: Logotipo .....	62
Ilustración 5: Infraestructura.....	67

## INDICE DE ECUACIONES

Ecuación 1: Demanda .....	10
Ecuación 2: TMAR.....	25
Ecuación 3: VPN.....	25
Ecuación 4: TIR .....	26
Ecuación 5: Financiamiento.....	132

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Muestreo estratificado por barrios de Nueva Guinea (casco urbano).....	33
Tabla 2: Compra de medicina .....	41
Tabla 3: Compra de medicina de amplia gama .....	41
Tabla 4: Datos poblacionales y muestra.....	42
Tabla 5: Probabilidades de compra.....	43
Tabla 6: Horario de preferencia.....	43
Tabla 7: Demanda futura .....	44
Tabla 8: Atracción del producto .....	46
Tabla 9: Apertura de Negocio en Nueva Guinea .....	46
Tabla 10: Cargos y jerarquía .....	55
Tabla 11: Ficha del Gerente General .....	56
Tabla 12: Ficha del Contador .....	57
Tabla 13: Ficha del Cajero .....	58
Tabla 14: Ficha del Bodeguero.....	59
Tabla 15: Ficha del Vendedor .....	60
Tabla 16: Ficha del Regente farmacéutico.....	61
Tabla 17: Datos de la inversión inicial.....	71
Tabla 18: Inversión de equipos de computación .....	72
Tabla 19: Presupuesto de equipo de oficina.....	72
Tabla 20: Presupuesto de muebles y enseres.....	73
Tabla 21: Presupuesto de maquinarias y equipo .....	74
Tabla 22: Presupuesto del capital de trabajo .....	74
Tabla 23: Listado de artículos de rehabilitación y cirugía.....	75
Tabla 24: Presupuesto de artículos de rehabilitación y cirugía.....	76
Tabla 25: Listado de alimentos, bebidas, golosinas .....	85
Tabla 26: Presupuesto de alimentos, bebidas y golosinas.....	85
Tabla 27: Listado de artículos para bebés .....	97
Tabla 28: Presupuesto de artículos para bebés .....	98
Tabla 29: Listado de artículos de higiene personal .....	101
Tabla 30: Presupuesto de artículos de cuidado e higiene personal.....	101

Tabla 31: Listado de productos de aseo .....	119
Tabla 323: Presupuesto de productos de aseo .....	120
Tabla 33: Presupuesto de gastos Intangibles.....	127
Tabla 34: Presupuesto de remuneración salarial.....	128
Tabla 35: Presupuesto de gastos generales.....	128
Tabla 36: Inversión de Administración.....	129
Tabla 37: Inversion .....	130
Tabla 38: Cronograma de inversión .....	130
Tabla 39: Estructura del capital .....	131
Tabla 40: Amortizacion de deuda .....	132
Tabla 41: Financiamiento .....	132
Tabla 42: Amortizacion de préstamo .....	133
Tabla 43: Depreciacion.....	134
Tabla 44: Depreciacion.....	134
Tabla 45: Presupuesto de venta del 1° año .....	135
Tabla 46: Presupuesto de venta del 2° año .....	135
Tabla 47: Presupuesto de venta del 3° año .....	136
Tabla 48: Presupuesto de venta del 4° año .....	137
Tabla 49: Presupuesto de venta del 5° año .....	137
Tabla 50: Resumen de ventas.....	138
Tabla 51: Gastos de administración .....	139
Tabla 52: Gastos de admstracion del 2° y 5° año .....	140
Tabla 53: Estado de resultado del primer año .....	142
Tabla 54: Estado de resultado del año 2 y 5 .....	144
Tabla 55: Balance de situación inicial.....	146
Tabla 56: Flujo de efectivo consolidado .....	147
Tabla 57: Flujo de efectivo detallado .....	148
Tabla 58: Flujo de efectivo sin financiamiento .....	149
Tabla 59: Costo de oportunidad de la evaluación económica con financiamiento .....	151
Tabla 60: Flujo de efectivo anual de la evaluación económica con financiamiento .....	152
Tabla 61: Tasa de descuento de la evaluación económica con financiamiento .....	152

<b>Tabla 62: Tiempo de recuperación de la inversión de la evaluación económica con financiamiento</b>	<b>152</b>
.....	
<b>Tabla 63: Costo-beneficio de la evaluación económica con financiamiento</b>	<b>153</b>
<b>Tabla 64: Costo de oportunidad</b>	<b>154</b>
<b>Tabla 65: Tasa Ajustada al riesgo</b>	<b>154</b>
<b>Tabla 66: Flujo efectivo anual</b>	<b>154</b>
<b>Tabla 67: Tasa ajustada al riesgo</b>	<b>155</b>
<b>Tabla 68: Tiempo de recuperación de la inversion</b>	<b>155</b>
<b>Tabla 69: Costo-Beneficio</b>	<b>156</b>
<b>Tabla 70: Valor Presente neto</b>	<b>156</b>
<b>Tabla 71: Costo de Oportunidad de la evaluación económica con financiamiento</b>	<b>156</b>
<b>Tabla 72: Tasa de descuento de la evaluación económica sin financiamiento</b>	<b>157</b>
<b>Tabla 73: Tiempo de recuperación de la inversión de la evaluación económica sin financiamiento</b>	<b>157</b>
<b>Tabla 74: Costo-beneficio de la evaluación económica sin financiamiento</b>	<b>158</b>
<b>Tabla 75: Valor actual neto y tasa interna de retorno</b>	<b>159</b>
<b>Tabla 76: Tasa Ajustada al riesgo</b>	<b>159</b>
<b>Tabla 77: Flujo efectivo anual</b>	<b>159</b>
<b>Tabla 78: Con tasa ajustada al riesgo</b>	<b>159</b>
<b>Tabla 79: Tiempo de recuperación de la inversión</b>	<b>160</b>
<b>Tabla 80: Costo - Beneficio</b>	<b>161</b>
<b>Tabla 81. Analisis de la edad del encuestado</b>	<b>171</b>
<b>Tabla 82: Analisis del sexo del encustado</b>	<b>171</b>
<b>Tabla 83: Lugar de preferencia en comprar productos farmaceuticos</b>	<b>172</b>
<b>Tabla 84: Compra de medicamentos</b>	<b>172</b>
<b>Tabla 85: Frecuencia de compras de medicamentos</b>	<b>173</b>
<b>Tabla 86: Lugar de compra</b>	<b>173</b>
<b>Tabla 87: Interes en adquirir los productos</b>	<b>174</b>
<b>Tabla 88: Modo de pago de las compas</b>	<b>174</b>
<b>Tabla 89: Persepcción de los precios de los productos</b>	<b>175</b>
<b>Tabla 90: Horario de Preferencia</b>	<b>175</b>
<b>Tabla 91: Probabilidad de adquirir servicios en la Farmacia "Gutierrez"</b>	<b>176</b>
<b>Tabla 92: Analisis de beneficios</b>	<b>176</b>

<b>Tabla 93: Necesidad de farmacia en Nueva Guinea .....</b>	<b>177</b>
<b>Tabla 94: Punto Geografico más apropiado .....</b>	<b>177</b>
<b>Tabla 95: Nomina Mensual del Personal Administrativo .....</b>	<b>178</b>
<b>Tabla 96: Nomina mensual del Personal de Ventas .....</b>	<b>179</b>

## I. INTRODUCCIÓN

Según (Mendez Berrios & Sarria Ramos, 2010), *el sector Farmacéutico es el noveno más grande del mundo, luego del automotriz, el petrolero, el de los alimentos y el de los computadores, entre otros; superando al de las bebidas, cosméticos y publicidad.* (p.2)

La industria Farmacéutica en Nicaragua data de principios de siglo en el año de 1906, y fue hasta 1918 que se organizó como empresa de farmacia, siendo hasta 1922 que se forman los primeros profesionales en la carrera farmacéutica, aunque por mucho tiempo dicha industria, fue manejada por los llamados Boticarios, pero a medida que las leyes fueron cambiando las farmacias, hasta la fecha, fueron dirigidas por profesionales en el ramo y bajo la supervisión y control de un Regente debidamente autorizado por el Ministerio de Salud. (Mendez Berrios & Sarria Ramos, 2010)

En las últimas décadas la apertura de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME's), ha tenido un repunte creciente, conllevando a iniciativas empresariales diversas en todo el país, estimulando la colaboración entre sectores que apoyan e incitan las ideas creativas de proyección social de la microempresa.

La ciudad de Nueva Guinea, ubicado en el suroeste de la Región Autónoma de la Costa Caribe Sur (RACCS); en la Región Central del Nicaragua, muestra en la actualidad un gran desarrollo económico-social que ha ido crecimiento.

En tal caso, las necesidades en cuanto a servicios medicinales se han incrementado, aunado a esto, la demanda de gran variedad de medicamento, para suplir las demandas de los habitantes y transeúntes en el casco urbano de la ciudad.

Por lo tanto, la presente investigación contiene la formulación de un proyecto de inversión en la apertura de una farmacia de medicina humana, ubicada en la ciudad de Nueva Guinea, Región Autónoma de la Costa Caribe Sur (RACCS).

Por otra parte, este proyecto se manifestará por medio de un estudio de mercado, estudio técnico y estudio financiero, la viabilidad, factibilidad y rentabilidad financiera de la puesta en marcha de dicho proyecto de inversión, el cual se presenta como una alternativa económica que puede ser aprovechada por inversionistas privados, entidades gubernamentales y no gubernamentales, entre otros.

El presente proyecto de factibilidad para la creación de una farmacia de medicamento para humanos, en la ciudad de Nueva Guinea, está estructurado en cinco acápite.

En el primer acápite se aborda la generalización del proyecto, detallando una serie de aspecto relevante en el desarrollo del mismo.

En el segundo acápite abarca el estudio de mercado, donde se realiza una investigación detallada de las variables de la oferta en la ciudad de Nueva Guinea, además se hace un análisis en el cual se determina la demanda insatisfecha de productos farmacéuticos y establecer los potenciales clientes; a través de encuestas realizadas a una muestra significativa de la población, lo cual permitió determinar los gustos y preferencias del consumidor.

En el tercer acápite correspondiente a la empresa y estructura de la misma, se detalla la organización, la responsabilidad administrativa y los cargos de cada una de la unidad laborales.

El cuarto acápite aborda el plan de marketing, donde se consideran desde los productos a comercializar, precio, canales de distribución y promoción del producto.

El último acápite, se refiere al estudio económico financiero, que trata del análisis técnico en el cual se detallan inversión, estructura del capital, presupuesto de ingresos, costos y gastos, estados financieros, flujos de caja, evaluación económica; donde se realizó los cálculos del Valor Actual Neto. Tasa Interna de Retorno. Costos Beneficios y periodo de recuperación de la inversión.

## II. ANTECEDENTES

Tradicionalmente, Nicaragua ha sido un país con un alto consumo de medicamentos, desde la época somocista el sistema estuvo basado en el consumismo. Los visitantes médicos promoviendo los últimos medicamentos y las transnacionales farmacéuticas abarrotaron el mercado de medicinas. Para cualquier dolencia se prescribía una serie de medicamentos de nombres diferentes y de composición química similar.

La competencia entre los diferentes medicamentos y no la única enfermedad, era la que en definitiva mandaba en el mercado. La otra era excesiva, la demanda llegó a distorsionarse y así el pueblo se acostumbró a que la salud dependía del mayor o menor consumo de medicinas y que el recetarlas en abundancia era una señal del prestigio del médico.

En la década de los 80s, a causa de las restricciones que imponía la guerra, la economía se había debilitado, limitando las divisas para la importación de productos farmacéuticos; el comercio y los demás rubros tanto a nivel nacional como local, habían decaído, en estos años, el país vivía una grave crisis en el abastecimiento de medicamentos.

A partir de los años 90s, la industria farmacéutica alcanzó su máxima repunte a nivel nacional, fue ahí cuando a las “llamadas Boticas” (donde el farmacéutico preparaba una combinación de medicinas y le llamaban “remedios” según lo solicitaba el paciente), comenzaron a experimentar la dureza de la competencia agresiva, que poco a poco las obligó a modernizarse o a desaparecer, volviéndose una alternativa laboral para muchos inversionistas locales.

En la ciudad de Nueva Guinea, existen actualmente siete farmacias de medicina humana ubicadas en distintos puntos, las cuales tienen características diferentes en cuanto a surtido, atención, especialización y técnicas de mercadeo utilizadas. (Benavidez Mendoza, 2016)

### **III. PLANTEAMIENTO DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA**

Según informe anual proporcionado por la Alcaldía municipal, en la ciudad de Nueva Guinea, actualmente existen siete (7) farmacias registradas legalmente, ubicadas en el casco urbano de la ciudad y que son parte del municipio, ofertan medicamento a toda la población urbana y rural, pero estas no cubren las necesidades totales que demanda la población, sobre todo los individuos que vienen de comunidades y colonias rurales lejanas, que viajan a la ciudad con la misión específica de adquirir medicamentos, en algunos casos después de haber pasado consulta médica, en otros casos, auto recetadas o por recomendaciones de familiares o curanderos de las localidades (Alcaldía Nueva Guinea, 2012).

En las zonas de Nueva Guinea se observa un mal uso de los medicamentos por parte de la población, por una serie de factores determinantes entre ellos, escaso personal sanitario especializado, población con bajo nivel de conocimiento sobre medicamentos, escaso suministros públicos y gran oferta de medicamento de dudosa calidad en el suministro privado.

Tomando en cuenta que el municipio de Nueva Guinea, posee 27 colonias, las cuales a su vez, tienen sus propias comarcas, agrupando un total de 136,347 habitantes, tanto urbanos como rurales, donde la gran mayoría son transeúntes de la ciudad principal, ya que dentro de esta, existe un hospital público y varias clínicas privadas, pues en las colonias y algunas comarcas representativas, solo hay centros de salud, que en algunos casos son atendidos por médicos empíricos, otros son visitados por personal de salud (enfermeros) cada semana, cada quince días o cada mes, dependiendo la distancia y la situación climática que se dé en la zona.

Por otra parte, lo predominante en abastecimiento de medicamento, son las pulperías o los negocios llamados “puertos de montañas”, que venden medicina según lo que soliciten las personas de las zonas rurales, que, por recomendación de Curanderos, o familiares, o amigos aplican a sus enfermos o padecimientos propios.

Además, de este tipo de expedios, abundan las farmacias de medicina natural o más bien, lo que llaman “Hierberos”, que muchos hacen uso de este tipo de medicina por sus limitados recursos y otros por tradición familiar.

La industria farmacéutica se ha caracterizado por ser, en esta ciudad de Nueva Guinea, visiblemente de actividad rentable, típicamente sus propietarios son familiares. La forma de operar es a través de crédito comercial, que oscila entre 8 y 15 días para cancelar la mercancía y rellenar de nuevo con otro crédito. Aquellas que no tienen entre sus empleados un profesional farmacéutico, es supervisada por un Regente, dos veces por semana, que vigila y monitorea el cumplimiento de las normas de servicios medicinales.

Considerando todos los aspectos antes planteados, se revela la oportunidad de incursionar en el mercado farmacéutico, como una alternativa de inversión en un proyecto de farmacia de medicina humana, localizado en el municipio de Nueva Guinea donde aún la competencia no es tan agresiva.

## IV. JUSTIFICACIÓN

Según estudios realizados se ha calculado que, en el municipio de Nueva Guinea, existe en promedio de prevalencia del 82% de automedicación general, debido a la baja cobertura sanitaria y bajos recursos económicos, sobre todo de las zonas rurales, la población adquiere medicamentos sin receta médica debido a varios factores, de índole cultural, económica y social. (Valenzuela Morales, 2014)

La apertura de una farmacia, que supla las necesidades medicinales genéricas y especializadas que requiere el demandante en esta zona es muy imperante. Este proyecto facilitara un alto stop de medicamentos diversificados y clasificados de acuerdo a generalidades, marcas y composiciones del mismo, de igual manera se espera brindar un servicio personalizado las 24 horas del día sin distinción de personas, atención médica gratuita tres días a la semana, exámenes especializados de laboratorios en ciertos días de la semana con costos mínimos y en ocasiones.

Teniendo en cuenta que la población beneficiaria son personas con grandes necesidades de suministros de medicamentos, se hace necesaria la apertura de una nueva farmacia que oferte un variado stop de medicamentos acordes a las necesidades de los pobladores.

Con la implementación de este proyecto, se pretende además de dar cierta solución a la necesidad de suministro de medicamentos, generar fuentes de empleo a nivel local, y al mismo tiempo contribuir al desarrollo económico del municipio, en un marco legal, económico y empresarial.

## **V. OBJETIVOS**

### **5.1 Objetivo General**

Realizar Estudio de Pre factibilidad para la apertura de una farmacia de medicina humana, en la ciudad de Nueva Guinea, Región Autónoma de la Costa Caribe Sur (RACCS).

### **5.2 Objetivos Especificos**

1. Determinar la demanda potencial insatisfecha, el precio y los canales de comercialización para la apertura de una farmacia de medicina humana en Nueva Guinea, a través de un estudio de mercado.
2. Realizar un estudio técnico para la determinación del tamaño, la localización optima, equipamiento, instalaciones y organización de la apertura de una farmacia de medicina humana en la ciudad de Nueva Guinea.
3. Cuantificar la rentabilidad del proyecto apertura de una farmacia de medicina humana en la ciudad de Nueva Guinea por medio de un estudio financiero.

## **VI. MARCO TEÓRICO**

### **6.1 Estudio de mercado**

El estudio de mercado, es uno de los estudios más importantes y complejos que deben realizar para la evaluación de proyecto, ya que, define el medio en el que habrá de llevarse a cabo el proyecto. En este estudio se analiza el mercado o entorno del proyecto, la demanda, la oferta y la mezcla de mercadotecnia o estrategia comercial, dentro de la cual se estudian el producto, el precio, los canales de distribución y la promoción y publicidad. Este estudio es generalmente el punto de partida para la evaluación de proyectos, ya que, detecta situaciones que condicionan los demás estudios. (Sapag Chain)

#### **6.1.1 Objetivos del estudio de mercado**

- ❖ Analizar el mercado de las materias primas y demás insumos indispensables para el proceso productivo.
- ❖ Estudiar el mercado competidor, es decir, a todas las empresas que forman parte de la industria en la que se llevara a cabo el proyecto.
- ❖ Comprender las características del medio externo o internacional que pueden influir el desempeño del proyecto.
- ❖ Conocer los posibles efectos que pueden tener los factores económicos, socioculturales, demográficos, tecnológicos, competitivos y político-legales del macroentorno, sobre las actividades que se vayan a desarrollar en el futuro.
- ❖ Caracterizar el a usuario o consumidor potencial del producto gracias a una previa segmentación del mercado.
- ❖ Delimitar el área geográfica que va a ser atendida por el proyecto.
- ❖ Estimar el comportamiento futuro de la demanda y de la oferta de bienes y servicios del proyecto.

- ❖ Planificar la estrategia de comercialización más adecuada a la naturaleza del bien y servicio del proyecto y a las características del usuario o consumidor.
- ❖ Definir las características generales del bien o servicio que se ofrecerá.
- ❖ Determinar la cantidad de bienes y servicios provenientes de la empresa del proyecto que los consumidores estarán dispuestos a adquirir.
- ❖ Estimar los precios a los cuales los consumidores estarán dispuestos a adquirir el producto y los productores a ofrecerlo.
- ❖ Describir el canal de distribución más adecuado, que es la ruta que toma el producto al pasar del productor al consumidor final.
- ❖ Describir la promoción y publicidad que se ocupara para la comunicación del posicionamiento del producto a los consumidores o clientes. (Sapag Chain)

### 6.1.2 Demanda

La demanda, es la cantidad de bienes y servicios que el mercado está dispuesto a adquirir para satisfacer la exteriorización de sus necesidades y deseos específicos. Además, está condicionada por los recursos disponibles del consumidor o usuario, precio del producto, gustos y preferencias de los clientes, estímulos de marketing recibidos, área geográfica y disponibilidad de productos por parte de la competencia, entre otros factores.

La demanda puede hacer referencia a:

- a) Dimensión del mercado:** Cuando se dirige a la totalidad del mercado, a determinados segmentos o a un individuo en particular.
- b) Dimensión del producto:** Si se dirige hacia una clase de productos o marca de una empresa. En ambos casos, pueden considerarse, además, los productos sustitutos, dentro de aquellas situaciones de uso en las que se buscan beneficios similares.

- c) Dimensión del lugar:** Dirigida a un territorio o zona geográfica de mayor o menor extensión (local, regional, nacional o internacional).
- d) Dimensión de tiempo:** A un periodo de tiempo de mayor o menor duración (largo, medio o corto plazo) (Sapag Chain)
- e) Dimensión del cliente:** A la demanda para el consumo final, que se le denomina demanda primaria, o a la de los bienes y servicios para su incorporación a procesos productivos, que constituye la demanda derivada.

Para el negocio, estudiar la demanda significa conocer la cantidad de bienes y servicios que podría vender a ciertos precios en determinados lugares en un tiempo definido. Es decir, la demanda potencial para el negocio. Para esto, es necesario conocer las fuerzas y determinantes que influyen en el proceso de compra de los consumidores. Así, la cantidad que se podría vender estará en función de los determinantes de la demanda:

**Ecuación 1: Demanda**

$$Q = f (G \text{ y } P, P, P_s, I, P_o, t)$$

**Donde:**

Q = Cantidad demandada

G y P = Gustos y preferencias de los consumidores

P = Precio de un bien o servicio

P<sub>s</sub> = Precio del (los) bien(es) sustituto(s)

I = Ingreso

P<sub>o</sub> = Población

t = Tiempo

(Rendón, 2014)

### **6.1.2.1 Determinantes de la Demanda**

Entre los factores que afectan a la demanda de un producto se pueden nombrar:

- ❖ Precio del producto.
- ❖ Precio de bienes sustitutivos y complementarios.
- ❖ Renta del consumidor.
- ❖ Estímulos de marketing.

Estos factores pueden ser:

#### **1) Variables no controlables**

Aquellas sobre las que la empresa no tiene ningún control. Podemos identificar las siguientes:

- a) Relativas al consumidor: como edad, sexo, gustos y preferencias.
- b) Relativas al entorno: son variables que al afectar al consumidor afectan también a la demanda. Como factores económicos y culturales, entre otros.
- c) Relativas a la competencia: como sus ventajas competitivas y estrategias de marketing, su cadena de distribución, etcétera. Es decir, cualquier acción que realicen las empresas competidoras, ya que, puede afectar a la demanda de un producto.

#### **2) Variables controlables**

Aquellas sobre las que la empresa tiene un cierto control. Se concretan en las conocidas "cuatro P" de la mezcla de mercadotecnia, las cuales podemos clasificar en:

- a) Variables estratégicas: producto y distribución.
- b) Variables operativas: precio y promoción. (Kotler, 2015)

### **6.1.3 Oferta**

La oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que, en función de éstos, aquél los adquiera. (Valenzuela Morales, 2014)

#### **6.1.3.1 Factores que influyen en la oferta**

**a)** El Precio del bien en cuestión: La ley de la oferta establece que cuanto mayor sea el precio de un bien, mayor será la cantidad ofertada y viceversa, a menor precio menor es la cantidad ofertada.

**b)** El precio de otros bienes sustitutivos en la producción: Un bien es sustitutivo en la producción cuando el productor puede producir uno u otro bien con los factores productivos que tiene. Es decir, son sustitutivos en la producción porque los productores pueden seguir usando más o menos los mismos factores productivos.

Conviene no confundir sustitutivos en la producción (se producen parecido) con sustitutivos en la demanda (satisfacen la misma necesidad). Café y papas serían sustitutivos en la producción, pero no en la demanda.

**c)** Los precios de los factores productivos: Si disminuyen por ejemplo los precios de las semillas de café, producir café será más barato (menos costes), eso hará que los agricultores puedan ganar más dinero, a pesar de que vendan lo mismo al mismo precio, y habrá más agricultores dispuestos a producir café.

**d)** La tecnología: La tecnología también es muy importante para poder disminuir los costos. Si hay un gran avance que permita recoger los granos de café más rápido de la tierra (una máquina, por ejemplo) eso permitirá a las empresas disminuir sus costos y por tanto ganar más dinero. Nuevamente si plantar café da más beneficios, habrá más agricultores dispuestos a producir café.

e) Las expectativas empresariales: Al igual que los demandantes compran más si tienen expectativas de que van a ganar más dinero, lo mismo ocurre con las empresas. Si consideran que van a poder vender más productos o que van a poder ganar más dinero, aumentarán su oferta.

f) Si por algún motivo aumenta el número de productores en un mercado lógicamente la cantidad ofertada para cada precio va a ser mayor. *Por ejemplo, si de repente nuevos agricultores de Colombia empezaran a vender su café en Nicaragua, sin duda que habría un aumento de oferta.* (Martinez Agudo, 2019)

## **6.2 Estudio Técnico**

El estudio técnico, entrega la información necesaria para determinar cuánto hay que invertir y los costos de operación asociados de llevar a cabo el proyecto.

Este estudio, responde las preguntas cuando, cuanto, cómo y con que producir el bien o servicio del proyecto.

Además, el estudio técnico permite definir el tamaño, la localización del proyecto, la tecnología que se usara y la función de producción optima para la utilización eficiente de los recursos disponibles.

La elección de un lugar determinado dependerá de diversos factores como disponibilidad y costo de mano de obra, factores del medio ambiente, medios y costos de transporte, cercanía del mercado y de las fuentes de abastecimiento, disponibilidad de insumos, etc.

También, es posible determinar la estructura organizacional de la empresa y los recursos a utilizar en la operación del proyecto. (Sapag Chain)

### **6.2.1 Diagrama de flujo**

Es una representación gráfica de un proceso. Cada paso del proceso es representado por un símbolo diferente que contiene una breve descripción de la etapa del proceso.

Los símbolos gráficos del flujo del proceso están unidos entre sí con flechas que indican la dirección de flujo del proceso, ofrece una descripción de las actividades implicadas en un proceso mostrando la relación secuencial entre ellas, facilitando la rápida comprensión de cada actividad y su relación con las demás.

### **6.2.2 Información de base para definir dimensionar inversiones del proyecto**

Es la proyección de ingresos de ventas en tanto indica la cantidad-volumen de productos que se prevé elaborar para vender en un período de años; según eso se determina equipos, obras físicas, maquinarias, tamaño, etc.

### **6.2.3 Equipos y obras físicas**

Consiste en determinar el equipamiento que se requiere para elaborar el producto del proyecto con su respectivo valor de adquisición: maquinaria, equipos, herramientas, vehículo, mobiliario producción, bodega, almacén. También equipos y mobiliario administración. En general todos los bienes que se clasifican como activo fijo susceptibles de ser depreciados. El activo fijo total es la inversión inicial del proyecto. Las obras físicas, se refiere a construcciones específicas (bodega, ampliaciones) e instalaciones diversas (eléctricas, gas, sanitarias, de residuos, etc.), que se registran como egreso amortizable y no como activo fijo a ser depreciado.

### **6.2.4 Costo y evaluación de inversiones del proyecto**

La evaluación de inversiones en base a costo de egresos en inversiones, lo consideraremos en términos de analizar los montos de cada ítem de inversión prevista, pero observando la justificación técnica-operativa de los mismos ya que solo números (cifras) no dicen nada si es que ello no está sustentado en un contexto analizable, y en el caso de un proyecto, sería la relación costo-beneficio, es decir: qué rentabilidad se obtiene con la inversión planeada. Entonces la inversión prevista –ítems con montos justificados– se analiza y así se obtiene una evaluación global de inversiones planeadas para el proyecto.

La intensidad de este análisis evaluativo dependerá del grado de simpleza o complejidad técnica-tecnológica del producto del proyecto. En productos simples, por ejemplo, una panadería, el análisis evaluativo de inversión no tiene mayor complicación. Pero si el producto fuera un equipo mecánico-electrónico sofisticado de alta tecnología, claramente el análisis evaluativo sería de nivel bastante especializado.

### **6.2.5 Necesidades de RRHH**

Comprende la identificación, mediante cada puesto laboral, de personas que participan del proceso operativo, tanto de mando, control, diseño como de trabajo manual. En forma genérica, se pueden identificar los puestos siguientes: supervisor, técnico, maestro, operario, ayudante, encargado de bodega o almacén, y otros posibles según la actividad. Los diferentes puestos de trabajo que se hayan identificado deben incluir el perfil profesional de cada cargo, en términos generales en todo caso, indicando formación profesional y experiencia requerida, y al final monto por concepto de remuneración.

### **6.2.6 Estimación costos de explotación**

Por costos de explotación consideramos todos los egresos de la operación regular mensual y que genera el producto:

❖ **Costos variables:** Varían según volumen de producción, esencialmente son M.O.D. que son remuneraciones de puestos-funciones de las personas que participan en la generación del producto, M.P.D. materia prima directa e insumos del producto y C.I.F. costo indirecto de fabricación, que son otros ítems (mantenimiento, reparaciones, lubricantes, etc.).

❖ **Gastos fijos y semivARIABLES:** Son las remuneraciones de administración y ventas, alquiler, consumos (electricidad, agua, gas, telefonía, internet), seguros, seguridad, servicios externos, etc. Recordemos que estas cifras montos se determinan cuando se calcula el precio unitario del producto (explicado en sistema de cálculo del precio).

El estimar los costos de explotación permite obtener una visión preliminar de la necesidad de capital de trabajo que requerirá el proyecto. (Dujisin, 2015)

### **6.2.7 Tamaño físico del Proyecto**

Consiste en dimensionar el tamaño físico de instalación de maquinaria y equipos que necesita la empresa para su normal funcionamiento. Debe ser un espacio físico de tamaño que permita una operación fluida del trabajo y actividades de producción, administración y bodegaje, con base al volumen de producción y ventas proyectadas para un período de tres años. En este sentido el dimensionamiento de la maquinaria que efectivamente se requiere es clave: tanto un sub-dimensionamiento como sobre-dimensionamiento de tamaño físico y maquinaria tendrán efecto en la rentabilidad operativa. Esto no se comenta como mera formalidad, sino que por el hecho que no es inusual que muchos proyectos de fabricación de un determinado bien, dimensionen maquinaria y espacio físico por sobre lo que realmente necesitan, lo que al final resulta literalmente en una pérdida de recursos financieros que por lo general no abundan, sino que escasean.

### **6.2.8 Localización del Proyecto**

La ubicación geográfica es una cuestión que para muchos proyectos viene a ser un aspecto sustantivo por el efecto que puede tener en los costos operativos y rentabilidad. Para la localización es necesario considerar:

- ❖ Relación con proveedores; costo transporte insumos.
- ❖ Respecto clientes; costo transporte envío productos terminados
- ❖ Normas medio ambientales, restricciones Comunales (ruidos, contaminación, desechos, etc.)
- ❖ Transporte del personal; facilidades – dificultades Capacidad energía eléctrica, servicios básicos agua, gas Servicio red de comunicación (internet, telefonía). (Dujisin, 2015)

### 6.3 Estudio administrativo y legal

El estudio administrativo, define la estructura administrativa que más se adapte a las características del negocio, definiendo además las inversiones y costos operacionales vinculados al producto administrativo.

Dentro de la estructura administrativa es necesario considerar los siguientes aspectos:

- ❖ Definición del personal necesario para llevar a cabo la gestión, como es el caso de gerentes, administradoras, personal de apoyo y de producción, entre otros.
- ❖ Sistemas de información a utilizar en cuanto a contabilidad, ventas, inventario, etc.
- ❖ Sistemas de prevención de riesgos, como rutas de escape frente a posibles siniestros.
- ❖ Determinación de las actividades que se realizarán dentro y fuera de la empresa, es decir, de internalización y externalización o outsourcing.

El estudio legal, influye directamente sobre los desembolsos en los que debe incurrir la empresa como son:

- ❖ Gastos por constitución de la sociedad, como trámites municipales, notariales o del servicio de impuestos internos (SII).
- ❖ Restricciones en materia de exportaciones e importaciones de materia prima y productos terminados.
- ❖ Restricciones legales sobre la ubicación, traduciéndose en mayor costo de transporte.
- ❖ Disposiciones generales sobre seguridad, higiene y efectos sobre el medio ambiente, entre otros.
- ❖ Además, el estudio legal da recomendaciones sobre la forma jurídica que adopte la empresa, ya sea como sociedad abierta, limitada, etc. (Sapag Chain)

## 6.4 Estudio financiero

El estudio financiero, es la última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto, ya que, cuantifica los beneficios y costos monetarios de llevarse a cabo el proyecto.

Su objetivo, es sistematizar la información de carácter monetario de los estudios anteriores para así determinar la rentabilidad del proyecto. Para esto se utiliza el esquema de los flujos de caja proyectados, para el periodo de tiempo que se considere relevante para la evaluación del proyecto.

El flujo de caja debe contener los siguientes elementos: inversión inicial requerida para poner en marcha el proyecto, ingresos y egresos de la operación, momento en que ocurren dichos ingresos y egresos, monto de capital de trabajo y valor de desecho de salvamento del proyecto.

Los estudios mencionados anteriormente, que deben hacerse en la evaluación de proyectos, pueden variar en el nivel de profundidad y en el orden en que se haga cada uno de ellos, dependiendo de las características del proyecto en particular.

Por lo tanto, existen tres niveles de profundidad en la elaboración de la información:

**a) Perfil:** Es la etapa más preliminar de la investigación, que se elabora a partir de la información existente, el juicio común y la opinión que da la experiencia.

Generalmente, se presentan estimaciones globales y costos o ingresos, pero sin mayor exactitud en los datos y en las proyecciones realizadas. El nivel de perfil, da un primer bosquejo de lo que podría resultar el proyecto.

**b) Pre factibilidad:** Es una etapa de mayor profundización de la investigación, se base en fuentes de información secundaria, la cual se genero por estudio anteriores pero que es de utilidad para hacer una proyección de costos beneficio, al entregar datos referidos a las alternativas técnicas de producción y a la capacidad financiera de los inversionistas.

De este estudio, surge la recomendación de su continuación a niveles aun mas profundos y exactos, su abandono o postergación hasta que se cumplan las condiciones mínimas necesarias para llevar a cabo el proyecto.

**c) Factibilidad:** Es la etapa de mayor profundización, ya que, se elabora basándose en fuentes primarias de información, que es aquella que se debe generar para el proyecto particular en estudio. El cálculo de las variables financieras y económicas, debe ser lo suficientemente demostrativo y exacto para justificar la valoración de los distintos factores a considerar.

Si perfil resulta favorable, se realiza el estudio de prefactibilidad y si prefactibilidad resulta favorable entonces, se realiza el estudio de factibilidad.

Mientras menor cantidad y calidad de la información, más cerca el estudio al nivel de perfil y mientras más y mejor sea esta, más se acerca al nivel de factibilidad. (Sapag Chain)

#### **6.4.1 Determinación de costos**

Costo en términos generales se entiende como aquellos identificados con una actividad, un nivel organizacional o un producto. En este texto ubicaremos en el proceso de producción de un negocio el cual se define como costo de producción de artículos, insumos, partes o componentes de un bien final que incluye el costo de los insumos consumidos, la mano de obra comprometida en la labor fabril y los gastos indirectos que afectan la producción.

##### **6.4.1.1 Costos de producción**

En el proceso de producción de una industria como ya se describió antes incurre en costos de materia prima, mano de obra y cargos indirectos a continuación se hace referencia a estas erogaciones. (González, 2016)

#### **6.4.1.2 Materia prima**

En el proceso de producción intervienen materiales o insumos directos que corresponden a las materias primas, partes o componentes que conforman el producto terminado y cuya identificación con el costo unitario de los bienes finales es fácilmente comprobable, como es el caso de la tela en la fabricación de prendas de vestir, el papel en la industria editorial, la fruta en la preparación de gaseosas, la madera en la producción de mobiliario o la piel en la fabricación de zapatos. Con fines de la planeación estratégica financiera, el presupuesto a integrar debe contemplar información relacionada con las exigencias de productos importantes para el cálculo de los costos unitarios y la posterior fijación de precios, con cada materia prima o componente del bien terminado para programar la compra y cada sub periodo, como punto de inicio para la programación de los pagos correspondientes. (González, 2016)

#### **6.4.1.3 Mano de obra**

Esta estimación (presupuesto) incorpora los costos de mano de obra directa que necesita el negocio para cumplir el plan de producción proactivamente elegido. Para el caso de empresas industriales la mano de obra directa está justificada por los operarios que trabajan en las labores de producción de materias primas o de ensambles de partes y componentes. La definición de los recursos presupuestales previstos para financiar el pago de los operarios es fundamental dado que contribuye a la cuantificación de los costos unitarios, al establecimiento de precios, la elaboración del flujo de caja y al ejercicio del control.

Debido a la importancia que tiene el salario de los operarios en la estructura global de costos de cualquier negocio, debe comprenderse que, si bien en términos monetarios la estimación se basa en operaciones matemáticas, no tiene caso ignorar que sus soportes de cálculo (cantidades de horas-hombre a invertir y salarios) reciben la influencia directa de varias variables controlables por el negocio. Aunado a lo anterior la mano de obra directa es aquella que participa en el proceso de producción, refiriéndose específicamente a los obreros. (Chiavenato, 2001)

#### **6.4.1.4 Costos indirectos**

Estos se refieren a la materia prima indirecta que es la que se emplea en los procesos de fabricación y cuyos costos no se ubican en cada artículo por ejemplo la bolsa de papel celofán donde se presenta una camisa, la pintura de la marca en la botella de un refresco, el pegamento para colocar la etiqueta en un escritorio; también como parte de los costos indirectos está la mano de obra indirecta como es el sueldo del supervisor de producción, del personal de seguridad y limpieza del área de producción. El cálculo correcto de los costos de producción es fundamental, ya que representan la cantidad de dinero que paga lo necesario para la operación del negocio, en la función de producción y vendrán a ubicarse en el estado de resultados del negocio. (Gutierrez & Lara, 2016)

#### **6.4.2 Gastos de administración**

Los gastos de administración del plan de negocios estratégicos son todas aquellas erogaciones resultado de las funciones administrativas como son el sueldo del director general, del gerente general, el jefe del departamento de recursos humanos, del contador, de las secretarias, empleados de estas áreas, de los artículos de papelería y gastos de oficina en general. De igual forma deben considerarse la depreciación, amortización, energía eléctrica, teléfono y sueldo de los auxiliares de las áreas mencionadas. El cálculo correcto de este rubro es elemental para ubicarlo en el estado de resultados.

#### **6.4.3 Gastos financieros**

Los gastos financieros corresponden a los intereses resultados del financiamiento para obtener capital si así lo requiere el negocio, estos deben considerarse para deducirse de los ingresos de la empresa. (Gutierrez & Lara, 2016)

#### **6.4.4 Inversión total fija y diferida**

El total de la inversión fija y diferida del plan estratégico de negocios, representa el valor total a recuperar (retorno de inversión), en el tiempo que fijan los emprendedores.

#### 6.4.4.1 Inversión fija

Este presupuesto está integrado por todos aquellos bienes tangibles que es necesario adquirir al inicio y durante la vida útil del plan, para satisfacer las funciones de mercadotecnia, producción y financieras de los productos o servicios a obtener. Los principales rubros a considerar son:

❖ **Terreno:** Es el área o superficie en la cual se ubicará el plan para llevar a cabo sus funciones y actividades.

Para definir su costo total se deberá sumar el precio comprometido de compra a los gastos de escrituración e impuestos y, en caso de que el terreno requiera algún tipo de acondicionamiento para su uso (limpieza, terraplenes, relleno, etc.), los costos específicos y todos en los que requiera para poder disponer del precio deberán de sumarse al costo total.

❖ **Edificio u obra civil:** Este concepto se refiere a las edificaciones que utilizarán las áreas productivas como las de almacén de materias primas, refacciones, productos terminados y las áreas de administración, comercialización, exhibición, vigilancia, servicios, subestaciones eléctricas, estacionamiento, etc. Usualmente la integración se realiza sobre la base de estimar costos unitarios y volúmenes de obra durante el tiempo de construcción, aunque se pueda obtener esta información mediante un presupuesto a precio alzado. **(Gutierrez & Lara, 2016)**

❖ **Maquinaria y equipo:** Con la aplicación del proceso productivo en el estudio técnico, se obtienen las necesidades de maquinaria, equipo y herramientas principales, así como servicios auxiliares, los cuales sirven de base para solicitar una cotización a los diferentes proveedores que se encargarán de la fabricación y suministro.

❖ **Equipo auxiliar y de servicio:** Las necesidades de estos equipos también se obtienen de las funciones de producción, mercadotecnia y financieros. Es base para la cotización del equipo auxiliar mediante concurso, que es recomendable para todos los conceptos de inversión fija, dado que son sumas importantes de inversión.

Su precio se obtiene de manera similar al de la maquinaria y equipo principal, aunque su tratamiento contable es en diferentes partidas, debido a su vida útil suele ser menor que el del equipo principal. Este precio debe separarse para determinar la amortización y en su caso la reposición del equipo auxiliar.

❖ **Instalaciones:** Usualmente los planes productivos necesitan de diversas instalaciones (eléctricas, hidráulicas, gas, sanitarias, etc.). Para obtener el presupuesto de inversión de este concepto se aplica el listado de equipo y servicios auxiliares, el que corresponde a cada tipo de instalación, a partir de este se solicitan cotizaciones incluyendo el número de unidades por cada concepto. El total de la inversión fija variará según el giro y tamaño del negocio porque va en función de sus necesidades y con base en este será el retorno de inversión (tiempo) que establezcan las condiciones económicas y decisiones de los emprendedores.

#### **6.4.4.2 Inversión diferida**

La inversión diferida se integra con todas las erogaciones para realizar la inversión del plan, desde el surgimiento de la idea hasta su implementación y puesta en marcha. Entre los rubros principales se encuentran: **(Gutierrez & Lara, 2016)**

❖ **Pagos por estudios de pre inversión:** abarca estudios de identificación, formulación y evaluación, ingeniería del proyecto y gestión de los recursos de inversión, los cuales son necesarios para disminuir la incertidumbre del plan y mejorar su efectividad.

❖ **Constitución de la sociedad:** Este concepto comprende todos los gastos en que se incurre para formalizar jurídicamente el plan y formar una nueva sociedad mercantil. Entre estos se incluyen los gastos de emisión de acciones, etc.

❖ **Programa pre operativo de capacitación:** De acuerdo con el grado de complejidad del proceso productivo, se necesitará la especialización del personal de operación. Es importante estimar un presupuesto que permita financiar el programa de capacitación, que puede llevarse a cabo en el país o en el extranjero, según recomendaciones del proveedor de maquinaria, equipo y tecnología.

❖ **Gastos pre operativos de arranque y puesta en marcha:** Este concepto incluye el concepto de las materias primas, materiales e insumos auxiliares, sueldos y salarios, etc., requeridos para realizar desde las pruebas de operación iniciales hasta la puesta en marcha normal de la planta.

❖ **Gastos financieros pre operativo:** Incluye todos los intereses financieros que se generan por concepto de pago de créditos durante las fases previas a la operación de la planta, se deberán incluir en este concepto, como suma las amortizaciones de capital correspondientes.

❖ **Rentas pagadas por anticipado:** Contempla los gastos erogados por anticipado, en caso de que las instalaciones del negocio se renten. Seguros y primas. Incluye los diferentes seguros del negocio, así como primas de los mismos.

❖ **Gastos de instalación y puesta en marcha:** contrato de servicios (luz, teléfono, agua y servicios notariales), estudios que buscan efectividad como administrativos, de ingeniería, evaluación, capacitación entre otros. (Gutierrez & Lara, 2016)

A la inversión diferida se le identifica también como activo intangible.

#### **6.4.5 Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)**

Para definir la TMAR, se describe como el rendimiento de la alternativa más valiosa que se anula, es aquella tasa que se aplica para determinar el valor actual de los flujos de efectivo esperados que genera un plan y representa el rendimiento mínimo aceptable por renunciar a un uso alternativo de los recursos financieros en plenos riesgos similares. En otras palabras, la TMAR representa la tasa de rendimiento por debajo de la cual no sería recomendable invertir.

Si el Valor Presente Neto (VPN) fuese positivo al rendimiento de la inversión estaría por encima de la tasa mínima de rendimiento aceptable y si también fuese cero, es financieramente viable, si el VPN fuese negativo, el rendimiento es inferior a la tasa mínima aceptable de rendimiento, por consiguiente, se rechaza el plan en cuestión.

El utilizar como valor de  $i$  la TMAR, tiene la ventaja de ser establecida con facilidad porque en ella se consideran factores tales como:

- ❖ El riesgo que representa un determinado proyecto, que pondera el emprendedor.
- ❖ La relación riesgo rendimiento en el mercado de valores y capitales.
- ❖ El resultado del estudio de mercado (competencia del mismo giro).

Estos tres factores se ubican como premio al riesgo y se denotan como  $i$ , también se debe considerar el índice inflacionario. (Gutierrez & Lara, 2016)

**Ecuación 2: TMAR**

$$TMAR = 1 + f + if$$

La determinación de la TMAR es muy importante porque se va a aplicar, para calcular la evaluación económica del proyecto. Por lo anterior es básico considerar el promedio de estos tres factores que representan el premio al riesgo y considerar la inflación vigente y dejar solo a criterio del responsable del plan o del mercado de capitales.

#### **6.4.6 Valor presente neto (VPN)**

Valor presente neto o Valor actual neto (VAN) se entiende como “el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”; en otras palabras, consiste en determinar la equivalencia en el tiempo cero de los flujos de efectivo futuros que genera un plan y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Cuando esta equivalencia es mayor que la inversión inicial, entonces, es recomendable que el plan sea aceptado.

Para comprender mejor la definición anterior a continuación se presenta la fórmula utilizada para evaluar el valor presente de los flujos generados por un plan de inversión.

**Ecuación 3: VPN**

$$VPN = -I + \frac{FNE^1}{(1+i)^1} + \frac{\dots FNE_n + V_s}{\dots (1+i)^n}$$

Donde:

VPN: Valor presente neto

I: Inversión inicial

FNE: Flujo neto de efectivo

n: Número de periodos de vida del proyecto

i: Tasa de recuperación atractiva

Vs: Valor de salvamento o rescate

#### 6.4.7 Tasa Interna de Rendimiento (TIR)

Se entiende como la tasa de descuento por lo cual el VPN es igual a cero, también se interpreta como la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial; en otras palabras, esta tasa de interés que reduce a cero el valor presente, el valor futuro, o el valor anual equivalente de una serie de ingresos y egreso. (Gutierrez & Lara, 2016)

La tasa interna de retorno expresada como tasa porcentual, representa el rendimiento en términos de flujos de efectivo o retorno promedio anual que arrojaría la inversión. Es la tasa de descuento que comprará el VPN de los flujos de efectivo esperados ( $FNE_1, FNE_2, FNE_n$ ) con la inversión inicial de un plan ( $I_0$ ).

La TIR es la tasa de descuento que hace el VPN igual a cero ( $VPN = 0$ ). Este criterio respalda que el plan obtenga por lo menos su rendimiento requerido:

**Ecuación 4: TIR**

$$VPN = -I + \frac{FNE^1}{(1+i)^1} + \frac{\dots FNE_n + V_s}{\dots (1+i)^n} = 0$$

Dónde:

$I_0$  = Inversión inicial. Por considerarse un desembolso se registra con signo negativo.

$FNE_n$  = Flujo neto de efectivo esperado (entrada de efectivo menos salidas de efectivo)

Son los flujos de fondos esperados del plan.

$i$  = Tasa de rendimiento mínima aceptable.

$n$  = Número de periodos de vida del proyecto.

### **Criterio de decisión:**

❖ Si la TIR > que la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR), se debe aceptar el plan. Esto se entiende que la tasa de rendimiento que generaría la inversión inicial es superior a la tasa mínima aceptable de rendimiento o a la tasa de recuperación mínima atractiva para la realización de un plan. Este criterio garantiza que el negocio obtenga por lo menos su rendimiento requerido.

❖ Si la TIR < que la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR), se debe rechazar el plan ya que la tasa de retorno de la inversión es menor a la tasa de rendimiento de la mejor opción descartada.

Tal vez la ventaja fundamental de la TIR es la mayor facilidad de comprensión de los emprendedores, que observan en una tasa de rendimiento una unidad de medida menos compleja que una cantidad de dinero neta expresada en términos absolutos en el instante cero como en el caso del VPN, una desventaja de la TIR es que no permite plantear conclusiones directas con respecto al aporte acumulado neto del plan, que sí lo contempla el VPN. (González, 2016)

### **6.4.8 Viabilidad**

Se conoce como análisis de viabilidad al estudio que intenta predecir el eventual éxito o fracaso de un proyecto. Para lograr esto parte de datos empíricos (que pueden ser contrastados) a los que accede a través de diversos tipos de investigaciones (encuestas, estadísticas, etc.). (Perez Porto & Merino, Definición, 2013)

#### **6.4.9 Rentabilidad**

Es el rendimiento que se obtiene por las inversiones. En otras palabras: la rentabilidad refleja la ganancia que genera cada peso (dólar, euro, yen, etc.) invertido. Supongamos que el ratio de una compañía X es 25%: quiere decir que la firma obtiene una ganancia de 25 pesos por cada 100 pesos que invierte.

La rentabilidad también puede asociarse a los intereses que genera una inversión financiera. Una entidad bancaria puede ofrecer una rentabilidad del 10% a los clientes que depositan el dinero en un plazo fijo. De esta manera, la persona que deposita USD \$1,000 en un plazo fijo a treinta días, recibirá USD \$ 1,100 al momento del vencimiento. Por lo tanto, ganará USD \$ 100 debido a que la rentabilidad asegurada de la inversión que realizó (USD \$ 1,000 en un plazo fijo) era del 10%. (Perez Porto & Gardey, 2015)

#### **6.4.10 Estudio de prefactibilidad del proyecto**

El estudio de pre factibilidad es un documento técnico donde se presentan las conclusiones de un estudio sobre la viabilidad de ejecutar un proyecto con el fin de disminuir los riesgos de decisión y encontrar la mejor alternativa en función del costo-beneficio.

El objetivo de esta fase (prefactibilidad), consiste en progresar sobre el análisis de las alternativas identificadas, reduciendo la incertidumbre y mejorando la calidad de la información.

Se busca seleccionar la alternativa óptima. Aquí se profundiza los estudios de mercado, técnico, legal, administrativos, socioeconómico y financiero por las alternativas aprobadas en la fase anterior. A este nivel, el formulador debe procurar homogeneidad en los estudios de todas las alternativas, evitando concentrarse en la que él considere la mejor.

Como parte de las herramientas de decisión, en esta fase suele efectuarse la declaración de efectos ambientales. La calificación ambiental de las alternativas definirá el alcance de los estudios que se exijan posteriormente.

Con base en los diversos estudios, el equipo interdisciplinario de evaluación debe hacerse un análisis para definir cuál es la alternativa óptima.

La preparación del proyecto no deberá seguir adelante con los estudios de factibilidad hasta tanto no haya recibido del equipo de evaluación, la especificación de la mejor alternativa. En el caso en que se determine que no hay alternativas atractivas, el proyecto podrá ser descartado. (Mendieta, 2005)

## **6.5 Farmacia**

La historia de la farmacia se encuentra contenida dentro de la disciplina que conforma la historia de la ciencia. Desde la antigüedad las ciencias médicas, medicina, cirugía y farmacia han estado unidas y solo desde el punto de vista histórico se han separado.

La farmacia como ciencia independiente es respectivamente joven. Los orígenes de la historia farmacéutica se remontan al primer tercio del siglo XIX, que si bien no toca todos los aspectos de la historia farmacéutica es el punto de partida para el definitivo arranque de esta ciencia.

El término Farmacia tiene origen egipcio: Pharmakai, uno de los nombres que se daba a Thot, dios de la medicina y de la química. El número de productos medicinales usados era muy grande, y están registrados en los papiros, especialmente en el Papyrus Ebers desde el año 1550 a.C.

En las recetas de esa época se prescribían diversos materiales: flores de dáttil, pezuñas de asno, mostaza, azafrán, apio, órganos de animales y bilis entre otros. (Valenzuela Morales)

En el año 1986, la OMS afirmó que la Salud es un Derecho Humano Fundamental, entendiendo salud como un estado de bienestar físico, psíquico y social que va más allá de la ausencia de enfermedad.

La falta de salud es uno de los obstáculos principales para el desarrollo de los pueblos y, a la vez, el subdesarrollo pone inevitablemente en peligro la salud de los ciudadanos.

Los medicamentos juegan un destacado papel tanto en la prevención de la enfermedad como en la restauración de la salud.

Siendo indiscutible que los medicamentos son un elemento esencial para afrontar los problemas de salud, también es necesario tener en cuenta que, en muchos países, mejorar las precarias condiciones de vida de la población, sería el primer paso a dar para aumentar el nivel de salud de su población. Solucionar problemas como la desnutrición y la malnutrición, la falta de agua potable, infraestructuras de saneamiento insuficientes y/o deficientes, ausencia de viviendas dignas, la inexistente o deficiente educación para la salud mejoraría la salud de la población en mucha mayor medida que el suministro de medicamentos. (Montenegro Reyes, 2012)

## VII. ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS: METODOLOGÍA Y DESARROLLO DEL TEMA

### 7.1 Diseño de la investigación

El presente estudio que se desarrolla es de tipo **cuantitativo**, puesto que se intenta demostrar la pre factibilidad de la apertura de una farmacia de medicina humana en la ciudad de Nueva Guinea.

Así mismo, esta investigación, según el alcance temporal es de corte **transversal**, porque el análisis del problema se da en un período finito que comprende los años 2021-2025.

### 7.2 Tipo de investigación

El tipo de investigación que se realizara es de **campo**, porque para la recopilación de la información se recurrirá a fuentes primarias, a través del instrumento encuesta, las que se aplicaran a la población de la ciudad de Nueva Guinea, o sea, directamente en el lugar de los hechos.

### 7.3 Población

La población total que representa esta investigación, según (Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE), 2005), es de 136,347 habitantes de la ciudad de Nueva Guinea.

### 7.4 Muestreo

El tipo de muestreo que se va a realizar, es el muestreo estratificado, ya que es una técnica se divide la población en estratos y se escoge, aleatoriamente, un número de individuos de cada estrato proporcional al número de componentes de cada estrato, en este caso por zonas en la ciudad de Nueva Guinea de acuerdo a la cantidad de habitantes de cada uno, que representan correctamente el total de la población en

relación a la característica que se va a medir. Dicho de otro modo, estos grupos contienen toda la variabilidad de la población.

## 7.5 Tamaño de la muestra

Para el cálculo de la muestra se ha hecho uso de la formula estadística que se emplea para estudios de poblaciones con datos poblacionales, como se detalla a continuación:

Ecuacion 5: Formula estadística para calcular muestras

$$n = \frac{(Z^2) P * Q * N}{E_2 (N - 1) + (Z^2) P * Q}$$

Z = Margen de confiabilidad/nivel de confianza

P = Probabilidad de que el evento ocurra

Q = Probabilidad de que el evento no ocurra

E = Error de estimación máximo

n = Población (universo a investigar)

N= tamaño de la población total (Vivanco, 2005)

Dónde:  $Z^2 = 95\%$  (1.96)

P = 50% (0.50)

Q = 50% (0.50)

E<sub>2</sub> = 6% (0.05)

N = 136,347 (Habitantes de la ciudad de Nueva Guinea)

Sustituyendo:

$$n = \frac{1.96^2(0.50)(0.50) 136,347}{0.05^2 (136,346) + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{(3.84)(0.25) 136,347}{340.87 + (3.84)(0.25)}$$

$$n = \frac{130,893.12}{341.83}$$

$$n = 383$$

La muestra para este estudio es de 383 personas (habitantes) a encuestar, que son representativos del casco urbano de Nueva Guinea.

## 7.6 Fuentes de información

Las fuentes de información que se utilizarán, será las fuentes de información primaria y secundaria, tomada tanto de gabinete como la publicada en internet.

## 7.7 Instrumentos para la recopilación de la información

Para la recolección de datos primarios, se utilizará la encuesta en la que se trata de obtener, de manera sistemática y ordenada, información sobre las variables que intervienen en la investigación. Se utilizará para identificar la demanda potencial e insatisfecha que existe en relación al suministro de medicinas a través de farmacias.

**Tabla 1: Muestreo estratificado por barrios de Nueva Guinea (casco urbano)**

<b>ZONAS</b>	<b>HABITANTES POR ZONA</b>	<b>ENCUESTAS HA APLICAR POR ZONA</b>
<b>1</b>	19,342	54
<b>2</b>	16,845	47
<b>3</b>	19,045	53
<b>4</b>	10,012	28
<b>5</b>	17,043	48
<b>6</b>	17,155	48
<b>7</b>	18,382	52
<b>8</b>	18,523	53
<b>TOTALES</b>	<b>136,347</b>	<b>383</b>

*Fuente: Elaboración propia*



# I. GENERALIDADES Y ESTUDIO DE MERCADO DEL PROYECTO



# I. GENERALIDADES Y ESTUDIO DE MERCADO DEL PROYECTO

## 1.1 Resumen Ejecutivo

<b>Nombre del proyecto</b>	Apertura de farmacia de medicina humana
<b>Macrolocalizacion</b>	Región Autónoma de la Costa Caribe Sur (RACCS), en la ciudad de Nueva Guinea.
<b>Microlocalizacion</b>	Calle central que va entre el parque y el mercado municipal de Nueva Guinea en el centro de la cuadra (centro de la ciudad).
<b>Tipo de proyecto</b>	Comercial/Servicio
<b>Sector ejecutivo</b>	Terciario
<b>Unidad ejecutora</b>	Sociedad Cia. Ltda. Sociedad, conformada por dos socios.
<b>Tiempo de ejecución:</b>	5 Años
<b>Fuente de financiamiento:</b>	Fondos propios USD \$52,205.66. Equivale al 40% Financiamiento Bancario USD \$78,308.49. Equivalentes al 60%
<b>Monto de la inversión:</b>	USD \$130,514.14 (ciento treinta mil quinientos catorce con 14 centavos)
<b>Tasa de interés</b>	15.18%
<b>Plazo</b>	36 meses
<b>Método de amortización:</b>	Sobre saldo
<b>Garantía para la inversión:</b>	Prendaria. El propio terreno y el edificio de la farmacia

## 1.2 Estudio y análisis del mercado

### 1.2.1 El servicio en el mercado

El proyecto comprende la comercialización de productos farmacéuticos, acompañados de servicios adicionales, como atención médica y exámenes de laboratorios, a los ciudadanos de Nueva Guinea y de las colonias aledañas que asistan a la farmacia.

En este proyecto, los servicios principales que se ofrecerán a los clientes serán los siguientes:

- ❖ Medicamentos que se dispensan con receta médica.
- ❖ EFP (Especialidades Farmacéuticas Publicitarias): Medicamentos que pueden despacharse sin receta médica.
- ❖ Productos de parafarmacia: Aquellos que se utilizan para el cuidado de la salud y del bienestar personal (cosméticos, productos de alimentación infantil, accesorios de higiene para niños y adultos, ortopedia, herboristería, etc.)
- ❖ Productos elaborados en la farmacia (fórmulas magistrales).

Al margen de estos bienes, que son los que sustentan a una farmacia, se podrían ofrecer otros de menor relevancia como son: gafas graduadas previamente, toallitas limpiadoras, etc.

Además de la venta de los artículos establecidos en los párrafos anteriores, la farmacia podrá ofrecer una serie de servicios que los clientes suelen recibir de buen grado y que permite fidelizarlos para el futuro. Entre ellos se encuentran una serie de servicios tales como: toma de presión, análisis de sangre y orina, test de embarazo, etc.

Respecto a la disposición de la farmacia, los artículos de parafarmacia, principalmente los relacionados con el cuidado, higiene y alimentación infantil, deben ser expuestos en estanterías amplias, para que el público pueda escoger lo que desea libremente.

### **1.2.2 Descripción y Características del producto**

El producto que brindará la farmacia “Gutiérrez” es variado, se diversifica según los laboratorios de procedencias y las características de cada línea medicinal. Es caracterizado también, como medicamentos esenciales, con receta médica, EFP, parafarmacia y productos para elaborar recetas en la farmacia.

Una farmacia, de acuerdo con la Ley General de Salud, se considera un establecimiento de salud; que debe cumplir con requisitos técnicos tales como: desarrollo bajo tutela de un regente farmacéutico, permisos de habilitación y funcionamiento, condiciones de infraestructura y trabajo especificados y contar con un mínimo de instrumental (declarados por dicha Ley). Este plan considera estos rubros puesto que es el paso inicial para obtener un permiso de funcionamiento.

Se considera medicamento, para los efectos legales y reglamentarios, toda sustancia o productos naturales, sintéticos o semisintéticos y toda mezcla de esa sustancia o productos que se utilicen para el diagnóstico, prevención, tratamiento y alivio de las enfermedades o estados físicos anormales, o de los síntomas de los mismos y para el restablecimiento o modificación de las funciones orgánicas en personas o animales.

### **1.2.3 Componentes y clasificación de los productos:**

- ❖ Son productos de origen natural, sintético o semi sintéticos.
- ❖ Son una mezcla de sustancias naturales y sintéticas que se utilizan para cierto diagnostico.
- ❖ Previene enfermedades y malestares a los humanos
- ❖ Son parte del tratamiento y alivio de enfermedades o estados físicos anormales o síntomas de los mismos.
- ❖ Son parte del establecimiento o modificación de las funciones orgánicas de una persona.

En este proyecto se desarrollarán todas aquellas actividades relacionadas con el asesoramiento a los clientes, la dispensación de medicamentos y venta de los productos.

- ❖ **Dispensación de recetas:** Acto mediante el cual interpreta la receta médica y entrega del medicamento recetado. Normalmente este acto va acompañado del consejo apropiado.
  
- ❖ **Asesoramiento:** El farmacéutico analiza los síntomas menores y aconseja el producto más adecuado para la carencia existente, informando de las distintas posibilidades que se ofertan.
  
- ❖ **Venta:** Se procederá a la venta del producto, procurando conseguir un beneficio mutuo para las dos partes.
  
- ❖ También deben estar expuestos, ya sea dentro o fuera del mostrador todos los productos relacionados con el cuidado personal, tales como cremas, geles, productos capilares, champú, etc. Hay que tener en cuenta que si están expuestos fuera del mostrador han de estar en vitrinas bajo llave.

#### **1.2.4 Forma de presentación de los productos**

La presentación de los productos es diversificada, ya que depende de su composición y diseño del medicamento, comúnmente se presentan como: aerosoles, candelillas, capsulas, cataplasmas, colirios, colodiones, colutorios, comprimidos, elixires, embrocaciones, emulsiones, emplastos, enemas, espíritus, extractos, gargarismos, glicerinas, gotas nasales, gotas ópticas, grageas, granulados, inhalaciones, instalaciones, inyecciones, irrigaciones, jarabes, linimentos, lociones, nebulizantes nasales, obleas, óvulos, pastas, pastillas, perfusiones, perlas, píldoras, pincelaciones, porciones, polvos, pomadas, soluciones, supositorios, sustancias de contraste, tabletas, tinturas, tópicos, transfusiones, trocitos, entre otros. Unos tantos requieren de refrigeración, otros de temperaturas templadas, otros de oscuridad.

Los horarios de atención son las 24 horas, de lunes a domingo.

### **1.3 Segmento de mercado**

No hay distinción entre los clientes de este tipo de proyecto, ya que el público objetivo de una farmacia es muy amplio, abarca a toda la población en general. Sí es cierto que a medida que las personas avanzan en edad, van surgiendo mayores problemas de salud, por lo que las personas de la tercera edad serán los clientes más habituales.

Por otro lado, serán los padres de bebés y niños de corta edad los mayores consumidores de productos de parafarmacia como higiene personal, alimentación infantil y derivados, entre otros.

Por lo tanto, los segmentos que se pueden identificar se clasifican en:

- Segmentación geográfica por situación y lugar de compra: Esto comprende los habitantes del casco urbano de Nueva Guinea y los visitantes foráneos procedentes de las colonias y comarcas del municipio en mención.
- Segmentación psicográfica por el tipo de compra, uso del producto, estilos de vida, lealtad de marcas y preferencias: Abarca a los clientes que hacen compras frecuentes de medicinas y productos de parafarmacia. Asimismo, aquellos que continuamente efectúan compras de medicinas de cuidado y prevención de enfermedades, productos ligeros o naturales; otro grupo identificable son los que adquieren medicamentos y bienes por marcas de laboratorios o entidades de prestigio y, finalmente los que consumen productos farmacéuticos por preferencias personales o por recomendaciones de profesionales en salud.

### **1.4 Análisis de la demanda**

El sector farmacéutico es un sector, en general, muy regulado. Los datos que a continuación se exponen reflejan lo siguiente:

- ❖ La mayoría de la población no dispone de farmacia en su propio barrio.

- ❖ Más de 27 colonias aledañas a Nueva Guinea, con una población mayor a 3,000 habitantes, no cuentan con una farmacia formalizada.
- ❖ En Nueva Guinea existen 7 farmacias, el número de habitantes por farmacia se sitúa en 27,269 habitantes.
- ❖ El precio de los medicamentos es más bajo que en los otros departamentos.
- ❖ Las ventas en las farmacias de Nueva Guinea son más altas que en otros departamentos
- ❖ Montar una farmacia puede ser muy rentable, pero presenta el inconveniente de la dificultad de llevarla a cabo por estar el sector muy regulado.

La población total que representa esta investigación, según (Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE), 2005), es de 136,347 habitantes de la ciudad de Nueva Guinea.

Para el análisis de la demanda de este proyecto, se identificaron a los demandantes en el casco urbano de la ciudad de Nueva Guinea que comprenden 136,347 habitantes, a los cuales se le aplicó un instrumento de recolección de datos (encuesta), donde se abordaron variables relacionadas directamente con la demanda de servicios farmacéuticos, por lo que:

Se elaboró una encuesta, realizada en base a la proporción de los habitantes de la ciudad antes mencionada y en relación directa con el tamaño de la muestra, que comprende 383 ciudadanos representativos en dicha ciudad con los que se desarrolló el instrumento, a través de un muestreo estratificado aleatorio por zonas (8) en Nueva Guinea.

### 1.4.1 Volumen de la demanda total del servicio

El procedimiento utilizado para calcular la demanda total fue el siguiente:

Para determinar las proyecciones de la demanda de la farmacia “Gutierrez”, se aplicó una investigación de mercado, dentro de la cual se diseñó una encuesta dirigida a los habitantes de la ciudad de Nueva Guinea casco urbano.

Donde se utilizaron los resultados obtenidos de las encuestas, siendo estos los siguientes, sobre los cuales se proyectó la demanda de los servicios de Farmacia “Gutiérrez”:

#### a) ¿Usted compra medicina frecuentemente?

Tabla 2: Compra de medicina

Descripcion	Cantidad	Porcentaje
Si	379	99%
No	4	1%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboracion propia

Se observa que la gran mayoría de los habitantes compran continuamente medicamentos en las farmacias, lo que evidencia la necesidad de abastecimiento de medicina. El 99% del público objetivo aproximadamente, los que continuamente compran medicina, muestran ser los clientes potenciales a explotar

#### b) ¿Le gustaría que en Nueva Guinea existiera una farmacia que brinde los beneficios que Ud. necesita con medicinas y productos de uso común de buena calidad y con precios accesibles?

Tabla 3: Compra de medicina de amplia gama

Descripcion	Cantidad	Porcentaje
Si	284	74%
No	99	26%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboracion propia

El 74% de los habitantes considerados en la población/muestra (representativa), está interesado en adquirir medicamentos donde se les ofrezca una gran variedad de alternativas y a la vez, obtener servicios de atención médica gratuita y ciertos exámenes de laboratorio sin costo o a bajos costos. La propuesta a la que el presente proyecto se enfoca, les pareció muy interesante porque se ajustan a su nivel de exigencia medicinal.

Asimismo, se abordaron otras variables que son importantes tomar en cuenta en el desarrollo del proyecto de la farmacia, como el hecho de comercializar productos de uso común, además de las medicinas que es el giro principal de la farmacia, ya que, en la zona existe la cultura de compra en un solo lugar, o sea, que las personas buscan ser suplidos de todos los bienes y servicios en un solo establecimiento, ya que el clima no permite mucha movilidad por las constantes lluvias y las calles fangosas, a la vez, que se ahorran tiempo y dinero. Las personas aprovechan a suplir sus necesidades medicinales, como las de bienes de uso común, sobre todo las que tienen familiares hospitalizados que no son oriundos de la zona.

**Tabla 4: Datos poblacionales y muestra**

Descripción de datos	Datos
Población de Nueva Guinea (casco urbano)	136,347
Muestra poblacional general	383
Porcentaje de población que utilizarían el servicio cuando estuviese disponible en el mercado (apertura de farmacia)	74%

*Fuente: Elaboración propia*

Se tomó el dato de población que conforma el casco urbano de la ciudad. De este dato se calcula el 74% cifra que según la investigación es el porcentaje de los habitantes que están dispuestos a adquirir servicios en la farmacia “Gutierrez” (proyecto), de esta manera se obtiene que 100,897 personas representan nuestra demanda potencial.

c) En caso que se apertura la Farmacia antes mencionada ¿qué probabilidad hay de que Usted adquiere los servicios farmacéuticos ofrecidos por farmacia “Gutierrez”?

Tabla 5: Probabilidades de compra

Descripcion	Cantidad	Porcentaje
Si	257	67%
No	126	33%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboracion propia

Para calcular cuantas personas de estas 100,897 adquirirán los servicios de la farmacia, se le aplica a dicha cantidad, tomando en cuenta este porcentaje (67%) corresponde a la cantidad de personas que dijeron en la encuesta que adquirirán dichos servicios. Esta operación nos arroja la cantidad de 67,601 personas, que es la demanda total identificada para la farmacia.

d) ¿En caso de aperturarse una farmacia, cuál sería el horaria de su preferencia?

Tabla 6: Horario de preferencia

Descripcion	Cantidad	Porcentaje
Lunes a viernes 08:00 a 05:00 pm	8	2%
Lunes a Domingos 08:00 a 05:00 pm	19	5%
Las 24 Horas (Lunes a Domingos)	356	93%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboracion propia

Finalmente, por medio de la formulación de esta pregunta, se pudieron crear muchos supuestos involucrados en la proyección del presente estudio, y permitió crear horarios con un esquema de costos variables, que ayudaran a observar la evolución del mismo, y ver en la duración del proyecto los momentos indicados para hacer inversiones, siendo el más práctico y mayoritariamente aceptado, el de 24 horas, en gran mayoría debido a las emergencias.

Por lo tanto, la **demanda potencial** que muestra el estudio de mercado para este proyecto, es representado por el 67% de la población en estudio, lo que representa 67,601 habitantes del casco urbano de Nueva Guinea, sin incluir el resto de la población de las comarcas y colonias aledañas. Se tomó en consideración solo esta parte porque es la zona de influencia donde estará ubicada la farmacia “Gutiérrez”.

Se realizó el cálculo de la demanda sobre la base de la aplicación de un instrumento encuesta, ya que en la actualidad no se encontró datos históricos (estadísticas de ventas) de estudios sobre las ventas de productos farmacéuticos de años anteriores, para proyectar sobre esta base el comportamiento de la demanda.

La proyección se hizo para los próximos cinco años, período en el cual comprende este estudio, tomando en cuenta la tasa de crecimiento de la población en ciudad de Nueva Guinea, brindada por INIDE (2005), siendo esta del 8.49%. Estas proyecciones se hicieron tomando como base la demanda de la farmacia, la cual se asume que esta no cambiará en el transcurso de los próximos años, por tanto, se utilizó la siguiente ecuación:

$$Dem_n = Dem_{n-1} (1+t_n)^n$$

Dónde Dem<sub>n</sub> = demanda para el año n

T<sub>n</sub> = tasa de crecimiento de la población de Nueva Guinea (8.49% promedio anual)

Por tanto, la demanda futura es:

**Tabla 7: Demanda futura**

Año	N	Demanda
2021	1	67,601
2022	2	73,340
2023	3	79,567
2024	4	86,322
2025	5	93,651

Fuente: *Elaboración propia*

## 1.5 Análisis de la oferta

Los competidores directos que tendrá la Farmacia Gutiérrez están representados por (7) cinco farmacias, de las cuales (2) dos son fuertes en la comercialización de productos farmacéuticos, en lo que respecta a variedades en líneas de medicamentos farmacéuticos, cicotrópicos estupefacientes. Controlados, cosméticos, desechables y consumo. Las otras tres (5) farmacias son muy pequeñas, se dedican a comercializar medicamentos, insumos médicos y parafarmacia, solo pueden atender necesidades mínimas de la población, que por lo general escasean algunos medicamentos.

Las farmacias que venden medicamentos a gran escala, son medicamentos con precios muy elevados, y no existe variedad de productos; lo cual obliga a muchas personas viajar a comprar medicamentos fuera de Nueva Guinea, a ciudades como Managua, Juigalpa o El Rama.

Las farmacias existentes en esta ciudad no utilizan estrategias publicitarias, motivo por el cual la población desconoce sus productos, y decide adquirir sus medicamentos en otras ciudades.

Las farmacias no poseen, por lo general, personal capacitado para el desempeño de su trabajo; además generan pocas fuentes de empleo.

Con la capacidad de comercialización que tienen no satisfacen la demanda de medicamentos que cada día es más grande en el Nueva Guinea por la afluencia comercial que existe en esa ciudad, mas aun ahora con la apertura de carretera a Bluefields.

## 1.6 Estructura de precios

¿Al momento de adquirir su producto, que es lo que más le atrae?

Tabla 8: Atracción del producto

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Calidad	268	70%
Precio	115	30%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Con la información obtenida a través de las encuestas el 70% de los consumidores al adquirir sus productos lo que más le atrae es la calidad, el 30% el precio del producto. Cabe recalcar, que lo consumidores lo que más les importa únicamente al adquirir productos que satisfagan sus necesidades a precios bajos y luego que sean de buena calidad o reconocida.

e) ¿Le gustaría que en Nueva Guinea existiera una farmacia que brinde los beneficios que Ud. necesita con medicinas y productos de uso común de buena calidad y con precios accesibles?

Tabla 9: Apertura de Negocio en Nueva Guinea

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	303	79%
No	80	21%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Mediantes las encuestas obtenidas el 79% de los consumidores están de acuerdo con la creación de un lugar cercano que les brinde todos los beneficios sean estos de calidad y precios bajos para no tener que viajar a otras ciudades o departamentos a adquirir sus productos, el 21% de los consumidores no están de acuerdo porque ya se sienten satisfechos con los beneficios que les brindan las farmacias de Nueva Guinea.

Asimismo, se abordaron otras variables que son importantes tomar en cuenta en el desarrollo del proyecto de la farmacia, como el hecho de comercializar productos de uso común, además de las medicinas que es el giro principal de la farmacia, ya que, en la zona existe la cultura de compra en un solo lugar, o sea, que las personas buscan ser suplidos de todos los bienes y servicios en un solo establecimiento, ya que el clima no permite mucha movilidad por las constantes lluvias y las calles fangosas, a la vez, que se ahorran tiempo y dinero. Las personas aprovechan a suplir sus necesidades medicinales, como las de bienes de uso común, sobre todo las que tienen familiares hospitalizados que no son oriundos de la zona.

El precio de los productos farmacéuticos es establecido por los laboratorios, los cuales a su vez son regulados por la Ley, los más reconocidos son UNIFAR, RAMOS, GAMMA, PAILL, ÚTIL, TERAMED, LA SANTÉ, INFASA, CALOX, DIGIJOSA, CEGUEL, ROWER, ROERME, TERÁN, RARPE, entre otros. Estos les permiten a los farmacéuticos un margen de ganancias entre un 25 y un 35% sobre el precio de mayorista (laboratorio).

Por lo cual en caso de farmacia Gutiérrez, estaría sacrificando el margen de ganancias permitido, oscilando este entre un 15 y un 20%; la ganancia de la farmacia en la comercialización de medicinas sería por márgenes de ventas, pues al bajar los precios, se incrementarían las ventas.

Asimismo, mantendría una política de mantenimiento de precios, garantizándose la fidelidad de los clientes.

### **1.6.1 Estrategias de Precio/Promocional**

Es importante contar con una estrategia de promoción y publicidad que apunte a nuestro mercado meta y genere un gran impacto y lograr un posicionamiento en la mente del consumidor.

La promoción de comercialización de la farmacia Gutiérrez se hará por medio de Marketing directo, entregando un volante informativo, con un atractivo y personalizado

dirigido a la población en general. Los se obtendrán a través de acuerdos publicitarios con los laboratorios proveedores de la farmacia, a fin de que la publicidad no genere costos a la misma y la información sea exacta.

Asimismo, se hará publicidad a través de la Radio Manantial, Introducir cuñas publicitarias, ya que esta emisora es de cobertura regional y tiene mucha audiencia. De igual manera para no incurrir en gastos, se les dará un paquete medicinal y algunos insumos que los Locutores podrán rifar entre sus radioescuchas y a la vez hacer publicidad a la farmacia Gutiérrez.

### **1.7 Comercialización y distribución**

El canal de distribución de la farmacia Gutiérrez, es canal directo, ya que el cliente acudirá a adquirir sus productos, atención médica o exámenes en el lugar que estará ubicada la farmacia durante sus primeros tres años; una vez establecida y ya gozando de reconocimiento, prestará servicios a domicilio para los clientes del casco urbano.

Básicamente los canales de comercialización son los siguientes:

❖ **Canal directo:** Detallista a Consumidor final, ya que, para brindar el servicio, el cliente se deberá hacer presente en el local de la farmacia, sea de manera personal o a través un tercero.



## II. ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO



## II. ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO

### 2.1 Macrolocalización

La instalación de la farmacia “GUTIÉRREZ” estará ubicada en la región central de la RACCS (Región Autónoma de la Costa Caribe Sur), en la ciudad de Nueva Guinea.

**País:** Nicaragua

**Región:** Región Autónoma de la Costa Caribe Sur (RACCS)

**Ciudad:** Nueva Guinea

**Ilustración 1: Macrolocalización**



#### 2.1.1 Disponibilidad de la mano de obra en la localidad

El personal que se contratará para la farmacia, será de la localidad prioritariamente, para ello, se establecerán turnos de 8 horas, en tres turnos, ya que se atenderá las 24 horas del día, y en concordancia con lo que establece la ley y el salario será de igual manera como manda la ley sueldo básico, más beneficios y seguro social.

#### 2.1.2 Disponibilidad de insumos

La disponibilidad de los insumos depende básicamente de los proveedores que nos abastezcan de los productos: calidad, precios accesibles, variedad de marcas, etc.

En cuanto a energía eléctrica, combustible, agua, teléfono, TV cable, etc. Nueva Guinea cuenta con todos estos servicios a los que se tiene fácil acceso y disponibilidad

### **2.1.3 Descripción del mercado**

Nueva Guinea cuenta con cinco (7) farmacias, dos grandes y cinco pequeñas localizadas en la parte central del de la ciudad, lo cual representa la mayoría de los competidores directos, se arrendará un local adecuado que está ubicado de Costado Oeste del Parque Central ½ C. Sur, Nueva Guinea,

### **2.1.4 Distribución**

Se realizará mediante vitrinas y estantes que se encontraran dentro de la farmacia, de igual forma habrá personal capacitado en la rama farmacéutica para una atención directa con nuestros clientes, además de una Regente autorizada por el MINSA que periódicamente está haciendo su supervisión correspondiente a la farmacia.

### **2.1.5 Comunicación**

La comunicación con los clientes y proveedores se hará vía telefónica, via email. Con respecto a la publicidad con nuestros consumidores se la hará por radio y volantes escritos.

### **2.1.6 Leyes y reglamentos**

#### **2.1.6.1 Permisos de funcionamiento**

- ❖ R.U.C.
- ❖ Permiso sanitario que otorga el Ministerio de Salud (MINSA)
- ❖ Permiso de los Bomberos otorgan el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Nueva Guinea.
- ❖ Inscripción en la Administración de Rentas
- ❖ Inscripción en la Alcaldía municipal de Nueva Guinea

## 2.2 Microlocalización

La farmacia Gutiérrez estará ubicada en la calle central que va entre el parque y el mercado municipal de Nueva Guinea en el centro de la cuadra.

Se alquilará un local adecuado y localizado en un sector estratégico para que la población encuentre en la Farmacia aparte de servicio, precios bajos y calidad, un lugar cercano donde realizar sus compras, tanto para la población del sector como de las colonias aledañas que en los fines de semana llegan a la ciudad para realizar sus compras semanales o vender sus mercancías.

### 2.2.1 Localización urbana

La Farmacia se encontrará en una zona Urbana, ya que su ubicación es en el centro de la ciudad.

- ❖ Ciudad : Nueva Guinea
- ❖ Departamento : RACCS
- ❖ Barrió : Zona No. 2
- ❖ Dirección : Costado Oeste del Parque Central ½ C. Sur, Nueva Guinea.

**Ilustración 2: Nueva Guinea**



*Foto: Tomada por Katy Zambrana. Vista panorámica de la ciudad de Nueva Guinea*

- ❖ **Policía y Bomberos:** La Unidad de Policía más cercana se encuentra a 3 cuadras de la Farmacia. Relativamente cerca de la farmacia.
- ❖ El Benemérito Cuerpo de Bomberos se encuentra a 4 cuadras de la Farmacia.
- ❖ **Cercanía a carreteras:** La Farmacia se encontrará cerca de la cotran donde salen los vehículos que se va a los sitios rurales y con acceso a taxis
- ❖ **Tamaño del sitio:** El tamaño del local de la Farmacia es de 15 metros de largo por 20 metros de ancho, 300 metros cuadrados.
- ❖ **Forma del sitio:** La Farmacia estará en el centro de la cuadra con grandes ventanas el frente y visibilidad.

## 2.3 La empresa

### 2.3.1 Nombre de la empresa

El nombre legal que se ha determinado para la empresa es Farmacia “**GUTIÉRREZ CÍA. LTDA.**”, se ha elegido este nombre porque se considera que llamara la atención, ya que en la ciudad la familia Gutiérrez es de reconocida trayectoria, como personas humanitarias que siempre han servido a la comunidad, lo que hará que los clientes acedan con confianza al local.

### 2.3.2 Propuesta administrativa

#### 2.3.2.1 Misión

Somos una microempresa dedica a satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes, mediante la comercialización de productos farmacéuticos bajo estándares de calidad, generando desarrollo y rentabilidad, con un equipo profesional de trabajo calificado y experimentado, con responsabilidad social.

### **2.3.2.2 Visión**

Dentro de cinco años ser una farmacia reconocida en el mercado del municipio de Nueva Guinea, que cumpla las expectativas y las necesidades de los clientes, con eficiencia y competitiva, que garantice a todos los consumidores calidad en nuestro servicio con un mejoramiento continuo de todas las actividades que desempeñaremos para el crecimiento y solvencia de la empresa en la localidad.

### **2.3.2.3 Objetivos**

- ❖ Comercializar productos farmacéuticos en la localidad con una atención oportuna y a la estimular la cultura de consumo brindándoles facilidad, comodidad en la adquisición de los mismos.
- ❖ Mantener un mercado que tenga confianza y preferencia por nuestros productos a comercializar.
- ❖ Alcanzar un margen de rendimiento anual del 20% sobre la inversión inicial como mínimo.

### **2.3.2.4 Políticas**

- Orientar la actividad empresarial hacia el aseguramiento continuo de la calidad y el servicio al cliente.
- Desarrollar la eficiencia y la capacidad competitiva en todas las actividades, de manera que los productos sean suministrados al menor costo posible.
- Promover en forma oportuna los ajustes en los precios de venta de los productos a efecto de cubrir los costos, gastos e inversiones empresariales.
- Efectuar reuniones periódicas para evaluar el desarrollo de las actividades programadas.
- Conceder créditos a 30 días a las instituciones aplicando respectivos descuentos por pronto pago.

- Lealtad con el cliente y con la empresa misma, dispuesta a agotar todo el esfuerzo posible para afrontar las circunstancias que se presenten.
- Mantener un stock mínimo de inventarios, para satisfacer a los clientes, y rotar continuamente el inventario.
- Nuestra empresa siempre estará dispuesta a recibir sugerencias y a realizar cambios, si con esto hay mejoramiento en el rendimiento de la empresa.
- Promover la capacitación del personal de la empresa en concordancia con la estrategia y objetivos de la empresa.
- La calidad del producto será el principal atributo que ofrecemos a nuestros clientes.

### 2.3.3 Organigrama farmacia “GUTIÉRREZ”

Ilustración 3: Organigrama funcional



### 2.3.4 Cargos de la Farmacia “Gutierrez”

Tabla 10: Cargos y jerarquía

Cargos	Jerearquía	Cantidad
Gerente General	Junta Directiva	1
Contador	Gerente General	1
Auxiliar contable	Contador	1
Regente farmaceutico	Gerente General	1
Cajera	Gerente General	2
Bodeguero	Contador	1
Vendedor	Gerente General	3
<b>TOTAL</b>		<b>10</b>

Fuente: Elaboracion propia

## 2.4 Fichas de cargos

### 2.4.1 Ficha Ocupacional del Gerente general

Tabla 11: Ficha del Gerente General

<b>Descripción del cargo</b>	Organizar, dirigir, tomar decisiones y dar soluciones a problemas además de estar a cargo del manejo de la Farmacia.
<b>Funciones</b>	Revizar y aprobar los Estados Financieros
	Controlar el manejo de cuentas bancarias
	Asignar responsabilidades a subordinados
	Realizar supervisión de los colaboradores
	Aprobar acuerdos comerciales y de publicidad
	Hacer contactos con los laboratorios y elaborar acuerdo de ventas y condiciones de créditos.
	Establecer metas y estándares de calidad y servicio
	Hacer recorridos diarios de sus instalaciones para mantener una comunicación constante con los empleados.
<b>Requisitos</b>	Licenciado en Administración de Empresa o carreras afines
	Facilidad verbal para dialogar
	Experiencia mínima de 3 años en cargos similares
	Capacidad para trabajar bajo presión

Fuente: Elaboración propia

## 2.4.2 Ficha ocupacional del Contador

Tabla 12: Ficha del Contador

<b>Descripcion de Cargo</b>	Registrar y controlar todo movimiento financiero procesando la información necesaria para emitir los estados financieros correspondientes.
<b>Funciones</b>	Elaborar el plan de cuentas a utilizarse en la contabilidad.
	Elaborar registros diarios de las transacciones financieras de la empresa.
	Realizar los formularios para pagar las obligaciones tributarias de la empresa a la Administracion de Rentas.
	Realizar conciliaciones bancarias mensuales.
	Realizar Balances y Estados Financieros, según requerimiento de la empresa.
	Conciliar mensualmente las cuentas de gastos y de ingresos.
	Revisar la conciliación mensual de las cuentas de gastos y de ingresos para analizar la liquidez de la empresa.
	Revisar los respaldos de todos los gastos de la farmacia.
	Aprobar desembolsos de dinero, previo análisis de necesidades y autorización de la Gerencia.
	Hacer cumplir todas las obligaciones tributarias que la farmacia esta obligada a presentar a la Administracion de Rentas.
	Verificar los pagos al personal de la empresa.
	Hacer cumplir todas las obligaciones financieras de la empresa.
	Realizar inventarios físicos.
	Supervisar el correcto funcionamiento del sistema contable para garantizar los resultados.
	Manejo de presupuestos
Fijar políticas de crédito y cobranza.	

<b>Requisitos</b>	Licenciatura en Contaduria Publica y Finanzas.
	Manejo de programas contables.
	Experiencia minima de 3 años en trabajos iguales o similares.

Fuente: Elaboracion propia

### 2.4.3 Ficha ocupacional del Cajero

Tabla 13: Ficha del Cajero

<b>Descripcion de Cargo</b>	Manejar correctamente las ventas en el autoservicio y cada uno de los puntos de venta, cumpliendo con todos los requisitos de Ley.
<b>Funciones</b>	Responsabilidad de cumplir con todos los requisitos de facturación.
	Control de emisión de facturas.
	Crear y administrar la base de datos de los clientes.
	Elaborar facturas, recibos, pagares, otros.
	Entrega de facturas a clientes por cada compra realizada.
	Verificación de productos entregados con los facturados.
	Recepción de dinero exacto por cancelación de factura.
	Arqueo diario de caja según ventas.
	Estar presto a cualquier arqueo en cualquier momento
	Responsable de diferencias de caja, sea en contra o a favor.
	Excelente atención a los clientes.
	Responsabilidad por el dinero que permanece en caja en el lapso de tiempo a cargo.
	Relizar limpieza del local

<b>Requisitos</b>	Estudiantes universitarios en carreras financieras-contables.
	Cursos realizados de manejo de billetes
	Experiencia en manejo de dinero
	Experiencia en trabajos similares

Fuente: Elaboración propia

## 2.4.4 Ficha ocupacional del Bodeguero

Tabla 14: Ficha del Bodeguero

<b>Descripción de cargo</b>	Responsable de la administración y control de ventas (entradas y salidas).
<b>Funciones</b>	Recibir la mercadería del almacén debidamente contada, e ingresa al sistema contable.
	Realizar informes sobre cualquier novedad tanto en la recepción como en el despacho de la mercadería.
	Llevar un kárdex por productos el mismo que debe coincidir con las unidades físicas o en existencia
	Estar dispuesto a que se haga el momento inesperado una constatación física de la bodega.
	Realizar todo despacho de acuerdo a los comprobantes y autorizaciones correspondientes.
	Hacer limpieza del local de bodega
<b>REQUISITOS</b>	Egresados en carreras financieras-contables.
	Conocimientos en sistemas
	Manejo de Software y sistemas operativos como Excel y Word.
	Conocimientos de sistemas de almacenamientos.

	Cursos de manipulación de productos farmacéuticos.
	Manejo de temperaturas y características organolépticas de los productos farmacéuticos.

Fuente: Elaboración propia

## 2.4.5 Ficha ocupacional del Vendedor

Tabla 15: Ficha del Vendedor

<b>Descripción de cargo</b>	Distribuir la mercadería de manera adecuada en cada una de las perchas, góndolas y vitrinas.
<b>Funciones</b>	Recibir la mercadería que el bodeguero le entrega, debidamente contada.
	Acondicionar los productos y colocarlos en el lugar adecuado.
	Observar los productos para detectar cualquier evidencia de inestabilidad.
	Distribuir los medicamentos y otros insumos en el envase adecuado y con el cierre correcto.
	Pasar reporte sobre cualquier novedad si el producto tiene algún defecto.
	Tener un informe semanal de los productos que tienen stock mínimo y que requieren de un nuevo pedido.
	Dispensar los lotes de medicinas, primeros los mas viejos luego los recientes.
	Dar información y una buena atención al cliente en el caso de que el mismo requiera ayuda.
<b>Requisitos</b>	Licenciado en Farmacia.
	Manejo de Inventarios.
	Uso de paquete office.

Fuente: Elaboración propia

## 2.4.6 Ficha ocupacional del Regente

Tabla 16: Ficha del Regente farmaceutico

<b>Descripción de cargo</b>	Ejecutar labores de control y vigilancia de los inventarios físicos de los medicamentos y procedimientos establecidos en el depósito de drogas al igual que evaluar y controlar las funciones de los Farmaceuticos.
<b>Funciones</b>	<p>Arto.75. Son responsabilidades del Regente de Farmacia:</p> <p>a) Realizar la atención al público a través de la dispensación de las recetas e información necesaria para el uso del medicamento, lo que incluye indicaciones, contraindicaciones, efectos secundarios e interacciones medicamentosas.</p> <p>b) La adquisición, tenencia, custodia y expendio de medicamentos registrados, incluyendo estupefacientes, psicotrópicos y demás sujetos a controles legales especiales.</p> <p>c) Preparar la elaboración de recetas magistrales y oficinales.</p> <p>d) Mantener un sistema de almacenamiento de los medicamentos que aseguren su conservación, estabilidad y calidad.</p> <p>e) Capacitar al personal auxiliar y supervisar el correcto desempeño de sus funciones.</p> <p>f) Retirar de circulación los medicamentos a la fecha de su vencimiento.</p> <p>g) Mantener al día los registros de estupefacientes y psicotrópicos.</p> <p>h) Garantizar que el funcionamiento y las actividades se desarrollen en la farmacia dentro del marco legal vigente.</p>

	i) Informar a la autoridad sanitaria la fecha en que asume y deja la regencia de una farmacia.
	j) Garantizar que en las farmacias no se expendan medicamentos sin registro sanitario, vencidos, alterados, adulterados, fraudulentos o falsificados.
<b>Requisitos</b>	Licenciatura en Químico-Farmacéutico
	Autorizados por el MINSA (Ministerio de Salud)
	Actualizado por el MINSA

Fuente: Ley No. 29: Medicamentos y Farmacias

## 2.5 Plan de marketing

### 2.5.1 Logotipo de la farmacia

Ilustración 4: Logotipo



Este logotipo muestra la actividad de la empresa, el verdor de la prosperidad y lo soleado de la ciudad de Nueva Guinea. Representa el quehacer de la farmacia y la representación del nombre de la misma de forma sencilla y llamativa.

## 2.6 Propuesta operativa

### 2.6.1 Flujo operativo

Flujograma 1: Flujo Operativo



## 2.7 Compra de mercadería

Una de las actividades más importantes de nuestra relación con los proveedores es la negociación. Debemos definir claramente con ellos los productos que hacen parte de nuestro pedido, sus cantidades, el costo que tiene para nosotros y la utilidad que nos proporcionarán.

### 2.7.1 Grupo 1: Rehabilitación, cirugía

- ❖ Amebicidas
- ❖ Aminoglocósidos
- ❖ Analgésicos
- ❖ Analgésicos no opiáceos
- ❖ Analgésicos opiáceos
- ❖ Anestésicos
- ❖ Antiacnéicos
- ❖ Antiasmáticos

- ❖ Antibióticos
- ❖ Anticoagulantes
- ❖ Anticonceptivos
- ❖ Antidepresivos
- ❖ Antidiabéticos
- ❖ Antidiarréicos
- ❖ Antieméticos
- ❖ Antiepilépticos
- ❖ Antiespásticos
- ❖ Antifúngicos
- ❖ Antigotoso
- ❖ Antihelmínticos
- ❖ Antihipertensivos
- ❖ Antihistamínicos
- ❖ Antiinfecciosos

### **2.7.2 GRUPO 2: Alimentos, bebidas y golosinas**

- ❖ Cereales
- ❖ Chocolate en polvo
- ❖ Endulzantes
- ❖ Aguas aromáticas
- ❖ Leches
- ❖ Yogurt
- ❖ Galletas

- ❖ Caramelos
- ❖ Chicles
- ❖ Chupetes
- ❖ Chocolates
- ❖ Energizantes
- ❖ Aguas desechables
- ❖ Jugos
- ❖ Néctar
- ❖ Avena

### **2.7.3 Grupo 3: bebés (productos)**

- ❖ Pañales
- ❖ Shampoo
- ❖ Aceites
- ❖ Colonias
- ❖ Talco

### **2.7.4 Grupo 4: Cuidado e higiene personal**

- ❖ Papel higiénico
- ❖ Pañuelos faciales
- ❖ Shampoo para adulto
- ❖ Jabón de tocador
- ❖ Cremas tópicas
- ❖ Pastas dentales
- ❖ Cepillos dentales

- ❖ Ceda dental
- ❖ Enjuague bucal
- ❖ Desodorantes
- ❖ Talco para adultos
- ❖ Talco para pies
- ❖ Afeitadoras

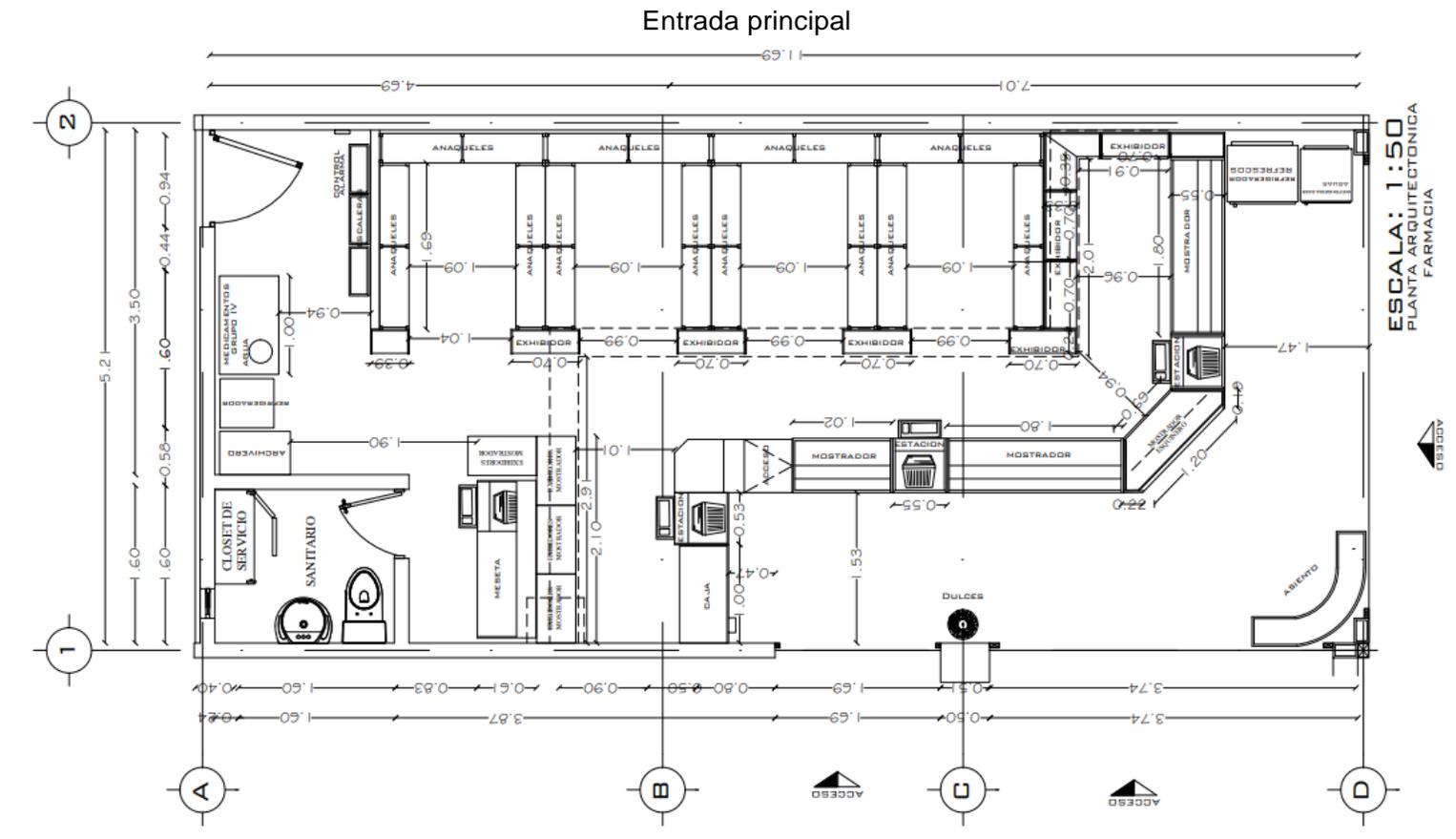
### **2.7.5 Grupo 5: Productos de aseo**

- ❖ Toallas sanitarias
- ❖ Protectores diarios
- ❖ Protectores lactancia
- ❖ Tampones
- ❖ Paños húmedos
- ❖ Pañales maternos
- ❖ Pañales adultos
- ❖ Toallas húmedas
- ❖ Acondicionadores
- ❖ Cremas de peinar
- ❖ Cotonetes
- ❖ Vaselina
- ❖ Protector solar
- ❖ Gel

## 2.8 Infraestructura y equipamiento

### 2.8.1 Infraestructura

Ilustración 5: Infraestructura



## **2.9 Equipamiento administrativo**

### **2.9.1 Muebles**

- ❖ 1 escritorios
- ❖ 4 estaciones de trabajo
- ❖ 8 sillas giratorias
- ❖ 6 perchas metálicas
- ❖ 2 mesones metálicos
- ❖ 1 mesa metálica
- ❖ 3 archivadores 4 gavetas
- ❖ 10 carros metálicos
- ❖ 10 canastillas plásticas
- ❖ 4 sillas de visitante

### **2.9.2 Equipos de oficina**

- ❖ 1 fax
- ❖ 1 teléfono triple
- ❖ 2 cajas registradoras
- ❖ 6 cámaras de vigilancia

### **2.9.3 Equipos de computación**

- ❖ 7 computadores
- ❖ 1 impresora matricial
- ❖ 1 impresora inyección
- ❖ 2 lectores de barras

### **2.9.4 Software**

- ❖ Sistema informático de control.

### III. ANÁLISIS FINANACIERO



### III. ANALISIS FINANCIERO

#### 3.1 Evaluacion financiera

##### 3.1.1 Determinación de la inversión inicial

##### 3.1.1.1 Datos

Tabla 17: Datos de la inversión inicial

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Días permanencia					
Inventarios	30				
Días/ Mes (año comercial)	360				
Promedio pago proveedores	60				
Nivel de caja deseado	0,50%				
Tasa activa banco	14,50%				
Tasa pasiva banco	5,44%				
Demanda de productos	100%				
Presupuesto de ventas	95%	95%	95%	95%	95%
Margen promedio de utilidad	20%				
Inflación proyectada	3,33%	3,33%	3,33%	3,33%	3,33%
Riesgo país	0,0913				
Incremento salarial anual	3,33%	3,33%	3,33%	3,33%	3,33%
Impuesto a la renta	25%				
Meses del año	12				
Sueldo básico año 2011	\$ 264,00				

Fuente: Elaboración propia

## 3.2 Inversión fija

### 3.2.1 Equipos de computación

Tabla 18: Inversion de equipos de computación

ADMINISTRACIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL	
Computador (Gerencia)	1	\$ 570.00	\$ 570.00	
Computador (Contabilidad)	1	\$ 570.00	\$ 570.00	
Computador (Vendedores)	1	\$ 570.00	\$ 570.00	
Computador (Vigilancia-camaras)	2	\$ 570.00	\$1,140,00	
Impresora matricial epon (Contabilidad)	1	\$ 225.00	\$ 225.00	
Impresora inyección a tinta (Contabilidad)	1	\$ 95.00	\$ 95.00	
Impresora inyección a tinta (Vendedores)	1	\$ 95.00	\$ 95.00	\$ 3,265.00
Computadores (Cajas)	2	\$ 570.00	\$1,140.00	
Impresora matricial epon (Cajas)	3	\$ 225.00	\$ 675.00	\$ 1,815.00

Fuente: Cotizaciones

### 3.2.2 Equipo de oficina

Tabla 19: Presupuesto de equipo de oficina

ADMINISTRACIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL	
Calculadoras	4	\$ 12,00	\$ 48,00	
Fax	1	\$ 144,00	\$ 144,00	
Teléfonos	2	\$ 129,00	\$ 258,00	
Cámara de vigilancia	6	\$ 95,20	\$ 571,20	\$ 1.021,20
Lector de código de barras (2 Cajas)	2	\$ 162,40	\$ 324,80	
Fax	1	\$ 144,00	\$ 144,00	
Teléfonos	1	\$ 129,00	\$ 129,00	\$ 597,80

Fuente: Cotizaciones

### 3.2.3 Muebles y enseres

Tabla 20: Presupuesto de muebles y enseres

ADMINISTRACIÓN	CANT.	V. UNITARIO	V. TOTAL	
Escritorio de trabajo (Gerencia)	1	\$ 253,00	\$ 253,00	
Escritorio de trabajo (Contabilidad)	1	\$ 253,00	\$ 253,00	
Escritorio de trabajo (Contabilidad)	1	\$ 253,00	\$ 253,00	
Escritorio de trabajo (Vendedores)	1	\$ 253,00	\$ 253,00	
Sillones giratorios (Gerencia)	1	\$ 95,00	\$ 95,00	
Sillones giratorios (Contabilidad)	1	\$ 95,00	\$ 95,00	
Sillones giratorios (Contabilidad)	1	\$ 95,00	\$ 95,00	
Sillones giratorios (Gerencia)	1	\$ 95,00	\$ 95,00	
Sillas de visitante (Gerencia)	2	\$ 33,50	\$ 67,00	
Sillas de visitante (Gerencia)	2	\$ 33,50	\$ 67,00	
Archivador (Gerencia)	1	\$ 190,00	\$ 190,00	
Archivador (Contabilidad)	1	\$ 190,00	\$ 190,00	
Archivador (Gerencia)	1	\$ 190,00	\$ 190,00	<b>\$ 2.096,00</b>
Escritorio (Bodeguero)	1	\$ 238,80	\$ 238,80	
Sillones giratorios (Bodega)	1	\$ 95,00	\$ 95,00	
Sillones giratorios (Cajero 1)	1	\$ 95,00	\$ 95,00	
Sillones giratorios (Cajero 2)	1	\$ 95,00	\$ 95,00	
Sillones giratorios (Cajero 3)	1	\$ 95,00	\$ 95,00	
Góndolas	21	\$ 350,00	\$ 7.350,00	
Vitrinas de 5 divisiones	10	\$ 110,00	\$ 1.100,00	
Mueble para cajas	2	\$ 300,00	\$ 600,00	<b>\$ 9.668,80</b>

Fuente: Cotizaciones

### 3.2.4 Maquinaria y Equipo

Tabla 21: Presupuesto de maquinarias y equipo

COMERCIALIZACIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL	
Enfriadores	2	\$ 874,00	\$ 1.748,00	
Carritos metálicos	10	\$ 350,00	\$ 3.500,00	
Canastas metálicas	10	\$ 50,00	\$ 500,00	<b>\$ 5.748,00</b>

Fuente: Cotizaciones

### 3.2.5 Capital de trabajo

Tabla 22: Presupuesto del capital de trabajo

CUENTA	V. MENSUAL
Costo del Producto	\$ 96.689,43
Arriendo	\$ 600,00
Remuneraciones	\$ 5.208,93
Servicios Básicos	\$ 550,00
Movilización	\$ 200,00
Suministros de oficina	\$ 200,00
Suministros de Impresion	\$ 100,00
Suministros de aseo	\$ 50,00
Otros	-
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 103.598,36</b>

Fuente: Elaboración propia

### 3.3 Listado de productos

#### 3.3.1 Grupo 1

Tabla 23: Listado de artículos de rehabilitación y cirugía

Rehabilitación, cirugía		\$ 72.785,24
Amebicidas	\$ 1.257,68	
Aminoglocósidos	\$ 1.402,70	
Analgésicos	\$ 3.080,64	
Analgésicos no opiáceos	\$ 2.623,12	
Analgésicos opiáceos	\$ 2.092,75	
Anestésicos	\$ 5.471,12	
Antiacnéicos	\$ 1.855,79	
Antiasmáticos	\$ 2.444,24	
Antibióticos	\$ 6.505,04	
Anticoagulantes	\$ 2.922,66	
Anticonceptivos	\$ 756,24	
Antidepresivos	\$ 9,16	
Antidiabéticos	\$ 2.839,16	
Antidiarréicos	\$ 9,10	
Antieméticos	\$ 771,76	
Antiepilépticos	\$ 417,22	
Antiespásticos	\$ 937,50	
Antifúngicos	\$ 2.662,27	
Antigotoso	\$ 76,58	
Antihelmínticos	\$ 7,92	
Antihipertensivos	\$ 1.402,86	
Antihistamínicos	\$ 235,48	
Antiinfecciosos	\$ 2.917,36	
Antiinflamatorios no esteroideos	\$ 465,48	
Antimaláricos	\$ 938,67	
Antimicóticos (tópicos)	\$ 964,94	
Antineoplásicos	\$ 375,90	
Antitetánicos	\$ 641,55	
Antitusígenos	\$ 4.366,07	
Antiulcerosos	\$ 1.533,66	
Antivirales	\$ 828,73	
Cardioterapia	\$ 4.637,23	
Corticoides	\$ 1.628,23	
Estrógenos	\$ 1.077,90	
Fluoroquinolonas	\$ 540,57	
Hemostáticos	\$ 1.252,40	
Hipnóticos-ansiolíticos	\$ 1.278,41	
Laxantes	\$ 325,36	

Rehabilitación, cirugía		
Macrolidos	1.254,20	
Penicilinas	3.326,52	
Progestágenos	6,00	
Rinológicos simpaticomiméticos	655,88	
Soluciones	1.373,38	
Sulfamidas	93,96	
Tuberculostáticos	651,70	
Vitaminas	1.870,16	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24: Presupuesto de artículos de rehabilitación y cirugía

PRODUCTO	MEDIDA		PRESEN TACIÓN	CANT.	COST. UNIT.	COSTO TOTAL
<b>AMEBICIDAS</b>						
Metronidazol	500	mg.	tableta	1.594	\$ 0,0169	\$ 26,94
Metronidazol	100	ml.	frasco	777	\$ 1,2001	\$ 932,48
Metronidazol	250	mg.	frasco	242	\$ 1,2325	\$ 298,27
<b>AMINOGLUCÓSIDOS</b>						
Neostigmine	0,5 mg. / 1 ml.	mg./ml.	ampolla	773	\$ 0,2500	\$ 193,25
Amikacina	500	mg.	ampolla	420	\$ 1,1090	\$ 465,78
Gentamicina	80	mg.	ampolla	884	\$ 0,2720	\$ 240,45
Gentamicina	160	mg.	ampolla	582	\$ 0,8300	\$ 483,06
Gentamicina	20 mg. / 2 ml.	mg./ml.	ampolla	56	\$ 0,3600	\$ 20,16
<b>ANALGÉSICOS</b>						
Ampicilina + sulbactan	1,5	gr.	frasco	366	\$ 1,3100	\$ 479,46
Ampicilina + sulbactan frasco jarabe	250 mg. / 5 ml.	mg./ml.	frasco	94	\$ 10,3400	\$ 971,96
Ampicilina frasco ampolla	1	gr.	frasco	271	\$ 0,5200	\$ 140,92
Ampicilina sulbactan	750	mg.	tableta	320	\$ 1,7000	\$ 544,00
Ampicilina suspensión	50	ml.	frasco	188	\$ 1,4500	\$ 272,60
Ergotamina + cafeína			tableta	774	\$ 0,2800	\$ 216,72
Escopolamina	200 mg. / 1 ml.	mg./ml.	ampolla	800	\$ 0,3900	\$ 312,00
Ketorolaco	30	mg.	ampolla	475	\$ 0,3010	\$ 142,98
<b>ANALGÉSICOS NO OPIÁCEOS</b>						
Acetilcisteína	300	mg.	ampolla	339	\$ 1,3400	\$ 454,26
Clorhidrato de tramadol	100	mg.	tableta	1.596	\$ 0,3348	\$ 534,34
Clorhidrato de tramadol	100 mg. / 2 ml.	mg./ml.	ampolla	629	\$ 0,5100	\$ 320,79

PRODUCTO	MEDIDA		PRESEN TACIÓN	CANT.	COST UNIT.	COSTO TOTAL
Clorhidrato de tramadol + paracetamol			tableta	382	\$ 0,3300	\$ 126,06
Dextropropoxifeno	37,5 mg. / 2 ml.	mg./	ampolla	1.778	\$ 0,2819	\$ 501,22
Dextropropoxifeno	65	mg.	cápsula	1.824	\$ 0,0604	\$ 110,17
Paracetamol gotas	30	ml.	frasco	297	\$ 1,4000	\$ 415,80
Paracetamol jarabe	120 mg. / 5 ml.	mg./	frasco	236	\$ 0,6800	\$ 160,48
<b>ANALGÉSICOS</b>						
Clorhidrato de morfina	10 mg. / 1 ml.	mg./	ampolla	435	\$ 2,0500	\$ 891,75
Fentanilo	10	ml.	ampolla	750	\$ 1,5000	\$ 1.125,00
Finasteride (Aprodil)	5	mg.	tableta	200	\$ 0,3800	\$ 76,00
<b>ANESTÉSICOS</b>						
Bupivacaina C/E 0,5%	20	ml.	frasco	221	\$ 2,7486	\$ 607,44
Bupivacaina pesada			ampolla	159	\$ 2,3970	\$ 381,12
Bupivacaina S/E 0,5%	20	ml.	frasco	360	\$ 2,8439	\$ 1.023,80
Levobupivacaina 0,75%	10	ml.	frasco	19	\$ 1,6300	\$ 30,97
Sevoflurano	250	ml.	frasco	17	\$ 153,6753	\$ 2.612,48
Tiopental sódico frasco	1	gr.	frasco	263	\$ 3,1000	\$ 815,30
<b>ANTIACNÉICOS</b>						
Clindamicina	600 mg. / 4 ml.	mg./	ampolla	276	\$ 1,9125	\$ 527,85
Eritromicina	500	mg.	tableta	1.143	\$ 0,1377	\$ 157,39
Eritromicina	200 mg. / 5 ml.	mg./	frasco	54	\$ 2,3500	\$ 126,90
Acido acetil salicílico	500	mg.	tableta	1.073	\$ 0,0300	\$ 32,19
Hierro + ácido fólico	100	mg.	tableta	99	\$ 0,0690	\$ 6,83
Multivitaminas y	120	ml.	frasco	139	\$ 0,4700	\$ 65,33
Sales de hierro solución			solución	231	\$ 3,2100	\$ 741,51
Sales de rehidratación			sobre	1.041	\$ 0,1900	\$ 197,79
<b>ANTIASMÁTICOS</b>						
Aminofilina	250 mg. / 10 ml.	mg./	ampolla	500	\$ 0,3000	\$ 150,00
Salbutamol	4	mg.	tableta	1.591	\$ 0,0501	\$ 79,71
Salbutamol 0,5%/10 ml. Solución para	0,5% / 10 ml.	ml.	solución	118	\$ 5,5200	\$ 651,36
Salbutamol inhalador			inhalador	364	\$ 2,6000	\$ 946,40
Salbutamol jarabe	5 mg. / 120 ml.	mg./	jarabe	693	\$ 0,8900	\$ 616,77
<b>ANTIBIÓTICOS</b>						
Amoxicilina + ácido	100	ml.	frasco	93	\$ 9,8600	\$ 916,98
Amoxicilina + sulbactan	250 mg. / 60 ml.	mg./	frasco	129	\$ 3,9900	\$ 514,71
Amoxicilina + sulbactan frasco ampolla	1500	mg.	frasco	161	\$ 5,5500	\$ 893,55

PRODUCTO	MEDIDA		PRESEN TACIÓN	CANT.	COST UNIT.	COSTO TOTAL
Amoxicilina cápsulas	500	mg.	cápsula	111	\$ 0,1200	\$ 13,32
Amoxicilina suspensión	250	mg.	frasco	509	\$ 1,5347	\$ 781,16
Cefalexina	500	mg.	cápsula	3.237	\$ 0,0900	\$ 291,33
Cefalexina	250 mg. / 60 ml.	mg./	frasco	99	\$ 1,5209	\$ 150,57
Cefazolina frasco	1	gr.	frasco	457	\$ 1,0300	\$ 470,71
Ceftazidima (Izadima)	1	gr.	frasco	94	\$ 4,5000	\$ 423,00
Ceftriaxona frasco	1	gr.	frasco	415	\$ 1,5700	\$ 651,55
Dicloxacilina	500	mg.	cápsula	3.077	\$ 0,1327	\$ 408,32
Dicloxacilina suspensión	250	mg.	frasco	197	\$ 1,2600	\$ 248,22
Dicloxacilina suspensión	125	mg.	frasco	114	\$ 0,7100	\$ 80,94
Oxacilina	1	gr.	frasco	357	\$ 0,7600	\$ 271,32
Tinidazol	1	gr.	tableta	2.174	\$ 0,1791	\$ 389,36
<b>ANTICOAGULANTES</b>						
Enoxaparina sódica	40	mg.	ampolla	214	\$ 4,3478	\$ 930,43
Enoxaparina sódica	60	mg.	ampolla	195	\$ 4,3478	\$ 847,82
Enoxaparina sódica	20	mg.	ampolla	193	\$ 4,3478	\$ 839,13
Warfarina sódica	5	mg.	tableta	2.650	\$ 0,1152	\$ 305,28
<b>ANTICONCEPTIVOS</b>						
Levonorgestrel	0,75	mg.	cápsula	181	\$ 3,0400	\$ 550,24
Levonorgestrel + etinilestradiol			grageas	100	\$ 2,0600	\$ 206,00
<b>ANTIDEPRESIVOS</b>						
Fluoxetina	20	mg.	cápsula	133	\$ 0,0689	\$ 9,16
<b>ANTIDIABÉTICOS</b>						
Clorhidrato de	500	mg.	tableta	1.634	\$ 0,1150	\$ 187,91
Glibenclamida	5	mg.	tableta	4.445	\$ 0,0300	\$ 133,35
Insulina humana isofana lenta NPH	100 ul. / 10 ml.	ui./ml.	frasco	225	\$ 4,5861	\$ 1.031,87
Insulina humana rápida	100 ul. / 10 ml.	ui./ml.	frasco	257	\$ 4,4900	\$ 1.153,93
Metformina + glibenclamida	500 mg / 2,5 mg.	mg.	tableta	3.690	\$ 0,0900	\$ 332,10
<b>ANTIDIARRÉICOS</b>						
Loperamida	2	mg.	tableta	182	\$ 0,0500	\$ 9,10
<b>ANTIEMÉTICOS</b>						
Aminoplasma 15% E	500	ml.	frasco	11	\$ 11,0400	\$ 121,44
Metoclopramida	10	mg.	tableta	7.160	\$ 0,0190	\$ 136,04
Metoclopramida	10 mg. / 2 ml.	mg./	ampolla	3.956	\$ 0,1300	\$ 514,28
<b>ANTIEPILÉPTICOS</b>						
Carbamazepina	400	mg.	tableta	1.456	\$ 0,1000	\$ 145,60

PRODUCTO	MEDIDA		PRESEN TACIÓN	CANT.	COST UNIT.	COSTO TOTAL
Carbamazepina	200		tableta	514	\$ 0,0250	\$ 12,85
Clonazepan	2	mg.	comprimido	311	\$ 0,1000	\$ 31,10
Fenitoina sódica	100	mg.	cápsula	1.437	\$ 0,0600	\$ 86,22
Fenitoina sódica	5	ml.	ampolla	205	\$ 0,6900	\$ 141,45
<b>ANTIESPÁSTICOS</b>						
Rocuronio frasco	50 mg. / 5 ml.	mg./ml.	frasco	125	\$ 7,5000	\$ 937,50
<b>ANTIFÚNGICOS</b>						
Ambroxol	15 mg. / 2 ml.	mg./ml.	ampolla	85	\$ 0,3200	\$ 27,20
Itraconazol	100	mg.	cápsula	368	\$ 1,7506	\$ 644,22
Clotrimazol (crema vaginal)	1% 20 gr.	gr.	crema	239	\$ 3,0368	\$ 725,80
Clotrimazol solución / frasco	30	ml.	frasco	50	\$ 1,2000	\$ 60,00
Fluconazol	150	mg.	tableta	438	\$ 1,5000	\$ 657,00
Perborato de sodio	100	gr.	sobre	20	\$ 0,2200	\$ 4,40
Pramiverina	2	mg.	tableta	1.558	\$ 0,0500	\$ 77,90
Pramiverina	2	ml.	ampolla	575	\$ 0,8100	\$ 465,75
<b>ANTIGOTOSO</b>						
Alopurinol	300	mg.	tableta	1.094	\$ 0,0700	\$ 76,58
<b>ANTIHELMÍNTICOS</b>						
Piracetam	800	mg.	tableta	22	\$ 0,3600	\$ 7,92
<b>ANTIHIPERTENSIVOS</b>						
Acetaminofen	500	mg.	tableta	6.950	\$ 0,0127	\$ 88,27
Amlodipina	10	mg.	tableta	2.477	\$ 0,0350	\$ 86,70
Amlodipina	5	mg.	tableta	30	\$ 0,2000	\$ 6,00
Atenolol	50	mg.	comprimi dos	518	\$ 0,1400	\$ 72,52
Enalapril	20	mg.	tableta	7.042	\$ 0,0200	\$ 140,84
Enalapril	5	mg.	tableta	1.661	\$ 0,0400	\$ 66,44

PRODUCTO	MEDIDA		PRESEN TACIÓN	CANT.	COST UNIT.	COSTO TOTAL
Espiro lactona	25	mg.	tableta	1.286	\$ 0,1000	\$ 128,60
Espiro lactona	100	mg.	tableta	759	\$ 0,3034	\$ 230,28
Furosemida	40	mg.	tableta	1.795	\$ 0,0133	\$ 23,87
Furosemida	20 mg. / 2 ml.	mg./ml.	ampolla	1.319	\$ 0,1600	\$ 211,04
Nitropurosio de sodio	50	mg.	frasco	42	\$ 8,2929	\$ 348,30
<b>ANTI HISTAMÍNICOS</b>						
Loratadina	120	ml.	jarabe	28	\$ 8,4100	\$ 235,48
<b>ANTI INFECCIOSOS</b>						
Imipenem + cilastatina	500	mg.	frasco	58	\$ 11,9429	\$ 692,69
Vancomicina frasco ampolla	500	mg.	frasco	275	\$ 4,0533	\$ 1.114,66
Cloranfenicol succinato sodico frasco ampolla	1	gr.	ampolla	70	\$ 2,4700	\$ 172,90
Cotrimoxazol 40/200 mg.	60	ml.	frasco	914	\$ 0,8960	\$ 818,94
Cotrimoxazol 400/60 mg.	400/60 mg.	mg.	tableta	1.313	\$ 0,0900	\$ 118,17
<b>ANTI INFLAMATORIOS NO ESTEROIDEOS</b>						
Diclofenaco sódico	75 mg. / 3 ml.	mg./ml.	ampolla	313	\$ 0,8891	\$ 278,29
Naproxeno sódico	550	mg.	tableta	1.147	\$ 0,1632	\$ 187,19
<b>ANTIMALÁRICOS</b>						
Hidróxido de aluminio + hidróxido de magnesio	250	ml.	frasco	467	\$ 2,0100	\$ 938,67
<b>ANTIMICÓTICOS (Tópicos)</b>						
Albendazol comprimidos masticables	400	mg.	comprimido	727	\$ 0,0900	\$ 65,43
Albendazol suspensión	20	ml.	frasco	419	\$ 0,4760	\$ 199,44
Benzoato de bencilo	120	ml.	frasco	90	\$ 0,8185	\$ 73,67
Clotrimazol (crema tópica)	40	gr.	crema	589	\$ 1,0635	\$ 626,40
<b>ANTINEOPLÁSICOS</b>						
Alendronato sódico	70	mg.	tableta	188	\$ 0,5000	\$ 94,00

PRODUCTO	MEDIDA		PRESEN TACIÓN	CANT.	COST UNIT.	COSTO TOTAL
Sandostatin	0,1 mg. / 1 ml.	mg./ml.	ampolla	13	\$ 21,6846	\$ 281,90
<b>ANTITETÁNICOS</b>						
Toxoide tetánico	0,5	ml.	ampolla	141	\$ 4,5500	\$ 641,55
<b>ANTITUSIGENOS</b>						
Cocaina sobre			sobre	100	\$ 0,2300	\$ 23,00
Dextrosa + agua 5% 1000 cc. Funda	1000	ml.	frasco	997	\$ 0,5600	\$ 558,32
Dextrosa + agua 5% 500 ml. Funda	500	ml.	frasco	603	\$ 1,3300	\$ 801,99
Dextrosa + cloruro de sodio 0,9% 1000 cc.	1000	cc.	frasco	571	\$ 0,5600	\$ 319,76
Lipofundin 20%	500	ml.	frasco	46	\$ 15,5000	\$ 713,00
Surfactante pulmonar	200	mg.	frasco	10	\$ 195,0000	\$ 1.950,00
<b>ANTIULCEROSOS</b>						
Bicarbonato de sodio	10	ml.	ampolla	341	\$ 0,3200	\$ 109,12
Omeprazol	20	mg.	tableta	4.698	\$ 0,0600	\$ 281,88
Omeprazol	40	mg.	tableta	954	\$ 0,1200	\$ 114,48
Omeprazol	40	mg.	frasco	130	\$ 4,8000	\$ 624,00
Ranitidina	300	mg.	tableta	2.792	\$ 0,0400	\$ 111,68
Ranitidina	50	mg.	ampolla	1.625	\$ 0,1800	\$ 292,50
<b>ANTIVIRALES</b>						
Aciclovir	200	mg.	tableta	2.760	\$ 0,0600	\$ 165,60
Aciclovir	800	mg.	tableta	482	\$ 0,9600	\$ 462,72
Aciclovir ungüento	oftalmoló gica al 3%	5 gr.	pomada	49	\$ 4,0900	\$ 200,41
<b>CARDIOTERAPIA</b>						
Atorvastatina	20	mg.	comprimido	1.469	\$ 0,4500	\$ 661,05
Clopidogrel	75	mg.	tableta	625	\$ 0,5953	\$ 372,06
Digoxina	0,25	mg.	tableta	1.324	\$ 0,0349	\$ 46,21

PRODUCTO	MEDIDA		PRESEN TACIÓN	CANT.	COST UNIT.	COSTO TOTAL
Digoxina	0,5 mg. / 2ml.	mg./ml.	ampolla	61	\$ 4,5847	\$ 279,67
Gemfibrozilo	600	mg.	tableta	940	\$ 0,1720	\$ 161,68
Lidocaina 10 % atomizador	80	mg.	spray	10	\$ 11,6200	\$ 116,20
Lidocaina 2 % jalea	30	ml.	jalea	198	\$ 2,9000	\$ 574,20
Lidocaina C/E	50	ml.	frasco	206	\$ 2,8162	\$ 580,14
Lidocaina S/E	50	ml.	frasco	393	\$ 2,7880	\$ 1.095,68
Simvastatina	10	mg.	tableta	1.526	\$ 0,2375	\$ 362,43
Simvastatina	20	mg.	tableta	1.000	\$ 0,2000	\$ 200,00
Simvastatina	40	mg.	tableta	295	\$ 0,6370	\$ 187,92
<b>CORTICOIDES</b>						
Acetato de Batametasona	4	mg.	ampolla	895	\$ 1,2066	\$ 1.079,91
Dexametazona	4 mg. / 1 ml.	mg./ml.	ampolla	22	\$ 0,3000	\$ 6,60
Hidrocortisona succinato	100	mg.	ampolla	158	\$ 1,7000	\$ 268,60
Prednisolona	5	mg.	tableta	766	\$ 0,1300	\$ 99,58
Prednisona	5	mg.	tableta	1.753	\$ 0,0990	\$ 173,55
<b>ESTRÓGENOS</b>						
Estrógenos + progestagenos gagea			tableta	196	\$ 5,2000	\$ 1.019,20
Gynodian depot	1	ml.	ampolla	10	\$ 5,8700	\$ 58,70
<b>FLUOROQUINOLONAS</b>						
Cinocaina +			supositorio	30	\$ 1,5433	\$ 46,30
Ciprofloxacino	500	mg.	tableta	2.869	\$ 0,0590	\$ 169,27
Ciprofloxacino	200 mg. / 100 ml.	mg./ml.	frasco	125	\$ 2,6000	\$ 325,00
<b>HEMOSTÁTICOS</b>						
Atropina	1 mg. / 1ml.	mg./ml.	ampolla	1.427	\$ 0,1500	\$ 214,05
Gelofusine	500	ml.	frasco	95	\$ 10,9300	\$ 1.038,35

PRODUCTO	MEDIDA		PRESEN TACIÓN	CANT.	COST UNIT.	COSTO TOTAL
<b>HIPNÓTICOS- ANSIOLÍTICOS</b>						
Alprazolam	0,25	mg.	tableta	1.081	\$ 0,1000	\$ 108,10
Diazepan	10 mg. / 2 ml.	mg./ml.	ampolla	20	\$ 0,6000	\$ 12,00
Losartan	50	mg.	tableta	1.459	\$ 0,1891	\$ 275,90
Losartan	100	mg.	tableta	205	\$ 0,2381	\$ 48,81
Remifentanilo	5	mg.	frasco	80	\$ 10,4200	\$ 833,60
<b>LAXANTES</b>						
Lactato de ringer	1000	ml.	frasco	581	\$ 0,5600	\$ 325,36
<b>MACROLIDOS</b>						
Claritromicina frasco suspensión	250	mg.	jarabe	84	\$ 8,7305	\$ 733,36
Claritromicina suspensión	500	mg.	tableta	1.796	\$ 0,2900	\$ 520,84
<b>PENICILINAS</b>						
Penicilina benzatínica	1200000	ui.	ampolla	637	\$ 1,5075	\$ 960,28
Penicilina benzatínica	2400000	ui.	ampolla	304	\$ 2,0591	\$ 625,97
Penicilina clemizol	1000000	ui.	ampolla	476	\$ 1,1524	\$ 548,54
Penicilina clemizol	4000000	ui.	ampolla	340	\$ 1,3000	\$ 442,00
Penicilina sódica cristalina	5000000	ui.	ampolla	712	\$ 1,0530	\$ 749,74
<b>PROGESTÁGENOS</b>						
Acetato de Medroxiprogesterona	5	mg.	tableta	50	\$ 0,1200	\$ 6,00
<b>RINOLÓGICOS</b>						
<b>SIMPATICOMIMÉTICOS</b>						
Dopamina	250 mg. / 5 ml.	mg./ml.	ampolla	46	\$ 1,0000	\$ 46,00
Efedrina	1	ml.	ampolla	892	\$ 0,3700	\$ 330,04
Epinefrina	10	mg.	ampolla	1.749	\$ 0,1600	\$ 279,84
<b>SOLUCIONES</b>						

PRODUCTO	MEDIDA		PRESEN TACIÓN	CANT.	COST UNIT.	COSTO TOTAL
Cloruro de sodio 0,9%	100	ml.	frasco	742	\$ 0,6800	\$ 504,56
Cloruro de sodio 0,9% funda	500	ml.	frasco	446	\$ 0,9200	\$ 410,32
Cloruro de sodio 0,9% funda	1000	c.c.	frasco	434	\$ 0,5600	\$ 243,04
Cloruro de sodio 20%	10	ml.	ampolla	1.539	\$ 0,1400	\$ 215,46
<b>SULFAMIDAS</b>						
Sulfato de magnesio	10	ml.	ampolla	348	\$ 0,2700	\$ 93,96
<b>TUBERCULOSTÁTICOS</b>						
Metilprednisolona	125 mg. / 2 ml.	mg./m	ampolla	98	\$ 6,6500	\$ 651,70
<b>VITAMINAS</b>						
Acido ascórbico (vit. C)	500	mg.	tableta	1.930	\$ 0,0500	\$ 96,50
Acido ascórbico (vit. C)	500	mg.	ampolla	182	\$ 0,2000	\$ 36,40
Carbonato de calcio	600	mg.	tableta	3.406	\$ 0,0599	\$ 204,02
Complejo B ampolla	2	ml.	ampolla	1.303	\$ 0,2300	\$ 299,69
Complejo B frasco ampolla	10	ml.	frasco	510	\$ 1,1135	\$ 567,89
Complejo B jarabe	120	ml.	jarabe	682	\$ 0,7900	\$ 538,78
Fitomenadiona (vitamina	1 ml. / 10 mg.	ml./m	ampolla	270	\$ 0,3000	\$ 81,00
Gluconato de calcio	10	ml.	ampolla	54	\$ 0,7188	\$ 38,82
Vitamina A	50000	ui.	cápsula	119	\$ 0,0594	\$ 7,07
<b>TOTAL, UNIDADES MEDICAMENTOS: 156,147</b>						

Fuente: Elaboración propia

### 3.3.2 Grupo 2

Tabla 25: Listado de alimentos, bebidas, golosinas

<b>ALIMENTOS, BEBIDAS Y GOLOSINAS</b>		<b>\$ 3,819.45</b>
Cereales	\$ 765,11	
Chocolate en polvo	\$ 140,40	
Endulzantes	\$ 228,96	
Aguas aromáticas	\$ 252,52	
Leches	\$ 539,17	
Yogurt	\$ 129,77	
Galletas	\$ 769,73	
Caramelos	\$ 434,98	
Chicles	\$ 412,39	
Chupetes	\$ 146,47	
Chocolates	\$ 405,85	
Energizantes	\$ 29,03	
Aguas desechables	\$ 112,74	
Jugos	\$ 120,74	
Néctar	\$ 83,37	
Avena	\$ 13,32	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26: Presupuesto de alimentos, bebidas y golosinas

<b>PRODUCTO</b>	<b>MEDIDA</b>		<b>CANT</b>	<b>COSTO UNIT.</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>CEREALES</b>					
Chocapic cereal	500	gramos	12	\$ 3,08	\$ 36,96
Chocapic cereal	700	gramos	12	\$ 3,75	\$ 45,00
Chocapic cereal	250	gramos	12	\$ 1,70	\$ 20,40

PRODUCTO	MEDIDA		CANT	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Chocapic cereal	30	gramos	12	\$ 0,27	\$ 3,24
Fitness & fruit cereal	320	gramos	12	\$ 2,87	\$ 34,44
Estrellita cereal	500	gramos	12	\$ 3,49	\$ 41,88
Estrellita cereal	240	gramos	12	\$ 2,09	\$ 25,08
Estrellita cereal	25	gramos	12	\$ 0,27	\$ 3,24
Gold cereal	600	gramos	12	\$ 3,60	\$ 43,20
Gold cereal	300	gramos	12	\$ 1,99	\$ 23,88
Gold cereal	30	gramos	12	\$ 0,27	\$ 3,24
Milo cereal	500	gramos	12	\$ 3,41	\$ 40,92
Milo cereal	250	gramos	12	\$ 1,84	\$ 22,08
Milo cereal	30	gramos	12	\$ 0,27	\$ 3,24
Nestle Corn Flakes cereal	500	gramos	12	\$ 2,57	\$ 30,84
Nestle Corn Flakes cereal	200	gramos	12	\$ 1,35	\$ 16,20
Trix cereal	480	gramos	12	\$ 3,43	\$ 41,16
Trix cereal	230	gramos	12	\$ 2,15	\$ 25,80
Trix cereal	30	gramos	12	\$ 0,27	\$ 3,24
Mc. Dougal chocolate crocante caja	320	gramos	12	\$ 1,52	\$ 18,24
Mc. Dougal chocolate crocante funda	220	gramos	12	\$ 0,94	\$ 11,28
Mc. Dougal fresa crocante caja	320	gramos	12	\$ 1,52	\$ 18,24
Mc. Dougal fresa crocante funda	220	gramos	12	\$ 0,94	\$ 11,28
Mc. Dougal vainilla crocante caja	320	gramos	12	\$ 1,52	\$ 18,24
Mc. Dougal vainilla crocante funda	220	gramos	12	\$ 0,94	\$ 11,28
Mc. Dougal bolitas de chocolate caja	250	gramos	12	\$ 1,15	\$ 13,76
Mc. Dougal bolitas de chocolate funda	150	gramos	12	\$ 0,72	\$ 8,65
Mc. Dougal flakes azúcar caja	300	gramos	12	\$ 1,30	\$ 15,60
Mc. Dougal flakes azúcar funda	200	gramos	12	\$ 0,85	\$ 10,20
Mc. Dougal flakes chocolate caja	350	gramos	12	\$ 1,49	\$ 17,93

PRODUCTO	MEDIDA		CANT	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Mc. Dougal flakes chocolate funda	250	gramos	12	\$ 0,97	\$ 11,69
Mc. Dougal flakes pasas caja	375	gramos	12	\$ 1,71	\$ 20,56
Mc. Dougal flakes pasas funda	275	gramos	12	\$ 1,20	\$ 14,37
Kellogg´s choco krispis	320	gramos	12	\$ 1,71	\$ 20,56
Kellogg´s corn flakes	200	gramos	12	\$ 1,15	\$ 13,82
Kellogg´s corn flakes	350	gramos	12	\$ 1,94	\$ 23,34
Kellogg´s froot loops	230	gramos	12	\$ 1,89	\$ 22,72
Kellogg´s zucartas	300	gramos	12	\$ 1,61	\$ 19,32
<b>CHOCOLATE EN POLVO</b>					
Chocolisto Tarro	300	gramos	12	\$ 1,38	\$ 16,56
Chocolisto Tarro	1000	gramos	12	\$ 3,72	\$ 44,64
Chocolisto Funda	200	gramos	12	\$ 0,75	\$ 9,00
Chocolisto Funda	400	gramos	12	\$ 1,40	\$ 16,80
Chocolisto Tira x 12	25	gramos	12	\$ 1,53	\$ 18,36
Chocolisto Tira x 24	25	gramos	12	\$ 2,92	\$ 35,04
<b>ENDULZANTES</b>					
Bestevia caja	60	unidades	12	\$ 2,57	\$ 30,84
Bestevia caja	180	gramos	12	\$ 4,44	\$ 53,28
Bestevia funda	500	unidades	12	\$ 12,07	\$ 144,84
<b>AGUAS AROMÁTICAS</b>					
Sangay canela	25	unidades	24	\$ 0,84	\$ 20,13
Sangay cedrón	25	unidades	24	\$ 0,63	\$ 15,11
Sangay hierba luisa	25	unidades	24	\$ 0,63	\$ 15,11
Sangay llanten	25	unidades	24	\$ 0,63	\$ 15,11
Sangay manzanilla y miel	25	unidades	24	\$ 0,87	\$ 20,96
Sangay manzanilla	25	unidades	24	\$ 0,63	\$ 15,11
Sangay menta	25	unidades	24	\$ 0,63	\$ 15,11
Sangay toronjil	25	unidades	24	\$ 0,63	\$ 15,11
Sangay té con cítricos	25	unidades	24	\$ 0,84	\$ 20,13

PRODUCTO	MEDIDA		CANT	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Sangay té con Durazno	25	unidades	24	\$ 0,84	\$ 20,13
Sangay té con fresa	25	unidades	24	\$ 0,84	\$ 20,13
Sangay té con frutas tropicales	25	unidades	24	\$ 0,84	\$ 20,13
Sangay té con limón	25	unidades	24	\$ 0,84	\$ 20,13
Sangay té con mora	25	unidades	24	\$ 0,84	\$ 20,13
Tips limón	1000	ml	6	\$ 1,62	\$ 9,74
Tips manzana	1000	ml	6	\$ 1,62	\$ 9,73
Tips floral galón	1	galones	6	\$ 5,49	\$ 32,94
Tips frutilla galón	1	galones	6	\$ 5,82	\$ 34,92
Tips lavanda galón	1	galones	6	\$ 5,49	\$ 32,94
Tips manzana galón	1	galones	6	\$ 5,82	\$ 34,92
<b>LECHES</b>					
La lechera chocolatada	1,056	kilogramos	24	\$ 1,42	\$ 34,08
Nestle la lechera semidescremada	1	litro	24	\$ 1,12	\$ 26,90
Nestle la lechera deslactosada	1	litro	24	\$ 1,21	\$ 28,92
La lechera chocolatada	200	miligramos	24	\$ 0,48	\$ 11,54
La lechera entera	200	miligramos	24	\$ 0,40	\$ 9,55
Nestle la lechera entera	1	litro	24	\$ 0,99	\$ 23,74
La lechera yogu yogu durazno	200	miligramos	24	\$ 0,55	\$ 13,25
La lechera yogu yogu fresa	200	miligramos	24	\$ 0,55	\$ 13,25
La lechera yogu yogu mora	200	miligramos	24	\$ 0,55	\$ 13,25
La lechera yogu yogu manzana	1	litro	24	\$ 2,02	\$ 48,46
Nestle la lechera crema de leche	1	litro	24	\$ 2,99	\$ 71,83
La lechera crema de leche	200	miligramos	24	\$ 0,82	\$ 19,73
La lechera tres leches	1	litro	12	\$ 2,62	\$ 31,42
La lechera condensada	450	gramos	12	\$ 3,21	\$ 38,54
La lechera condensada	150	gramos	12	\$ 1,30	\$ 15,55
La lechera condensada lata	397	gramos	12	\$ 1,96	\$ 23,52

PRODUCTO	MEDIDA		CANT	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Nutrileche	200	miligramos	12	\$ 0,27	\$ 3,18
Nutrileche	1	litro	12	\$ 0,88	\$ 10,50
Nutrileche funda	1/2	litro	12	\$ 0,40	\$ 4,80
Nutrileche funda	1	litro	12	\$ 0,76	\$ 9,13
Nutrileche semi descremada	1	litro	12	\$ 0,88	\$ 10,50
Nutrileche semi descremada funda	1	litro	12	\$ 0,76	\$ 9,13
Nutri descremada	1	litro	12	\$ 0,92	\$ 11,04
Nutri deslactosada	1	litro	12	\$ 1,03	\$ 12,36
Nutri leche light	1	litro	12	\$ 0,77	\$ 9,24
Nutri leche chocolatada	200	miligramos	12	\$ 0,38	\$ 4,56
Nutri leche chocolate	1	litro	12	\$ 1,11	\$ 13,32
Nutri leche fresa	200	miligramos	12	\$ 0,38	\$ 4,56
Nutri leche fresa	1	litro	12	\$ 1,11	\$ 13,32
<b>YOGURT</b>					
Yogurt alpina fresa	200	gramos	6	\$ 0,52	\$ 3,09
Yogurt alpina guanabana	200	gramos	6	\$ 0,52	\$ 3,09
Yogurt alpina melocotón	200	gramos	6	\$ 0,52	\$ 3,09
Yogurt alpina mora	200	gramos	6	\$ 0,52	\$ 3,09
Yogurt alpina fresa	1000	gramos	6	\$ 2,21	\$ 13,24
Yogurt alpina guanabana	1000	gramos	6	\$ 2,21	\$ 13,24
Yogurt alpina melocotón	1000	gramos	6	\$ 2,21	\$ 13,24
Yogurt alpina mora	1000	gramos	6	\$ 2,21	\$ 13,24
Bonyurth choco krispis	170	gramos	6	\$ 0,52	\$ 3,09
Bonyurth froot loops	170	gramos	6	\$ 0,52	\$ 3,09
Bonyurth zucartas	170	gramos	6	\$ 0,52	\$ 3,09
Bonyurth zucartas Durazno	170	gramos	6	\$ 0,52	\$ 3,09
Bonyurth zucartas frutillas	170	gramos	6	\$ 0,52	\$ 3,09
Yoguth regeneris Durazno	1000	gramos	6	\$ 2,25	\$ 13,51
Yoguth regeneris frutilla	1000	gramos	6	\$ 2,25	\$ 13,51

PRODUCTO	MEDIDA		CANT	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Yogurth regeneris mora	1000	gramos	6	\$ 2,25	\$ 13,51
Yogurth regeneris vaso durazno	150	gramos	6	\$ 0,47	\$ 2,82
Yogurth regeneris vaso frutilla	150	gramos	6	\$ 0,47	\$ 2,82
Yogurth regeneris vaso mora	150	gramos	6	\$ 0,47	\$ 2,82
<b>GALLETAS</b>					
Saltinas dore 3 tacos	360	gramos	24	\$ 0,98	\$ 23,40
Nestle Galak sánduche	43,5	gramos	24	\$ 0,19	\$ 4,51
Nestle chocolate	100	gramos	24	\$ 0,23	\$ 5,59
Nestle zoología	400	gramos	24	\$ 1,25	\$ 30,02
Nestle muecas crema	100	gramos	24	\$ 0,39	\$ 9,31
Nestle muecas chocolate	100	gramos	24	\$ 0,39	\$ 9,31
Nestle wafer amor clásica	100	gramos	24	\$ 0,42	\$ 10,10
Nestle wafer amor chocolate	100	gramos	24	\$ 0,42	\$ 10,10
Nestle wafer amor naranja	100	gramos	24	\$ 0,42	\$ 10,10
Nestle wafer amor frutilla	100	gramos	24	\$ 0,42	\$ 10,10
Nestle wafer amor vainilla	100	gramos	24	\$ 0,42	\$ 10,10
Nestle wafer amor limón	100	gramos	24	\$ 0,42	\$ 10,10
Nestle wafer amor mora	100	gramos	24	\$ 0,47	\$ 11,16
Nestle wafer amor clásica	25	gramos	24	\$ 0,11	\$ 2,66
Nestle wafer amor chocolate	25	gramos	24	\$ 0,11	\$ 2,66
Nestle wafer amor naranja	25	gramos	24	\$ 0,11	\$ 2,66
Nestle wafer amor frutilla	25	gramos	24	\$ 0,11	\$ 2,66
Nestle wafer amor vainilla	25	gramos	24	\$ 0,11	\$ 2,66
Nestle wafer amor clásica	175	gramos	24	\$ 0,70	\$ 16,75
Nestle wafer amor chocolate	175	gramos	24	\$ 0,70	\$ 16,75
Nestle wafer amor naranja	175	gramos	24	\$ 0,70	\$ 16,75
Nestle wafer amor frutilla	175	gramos	24	\$ 0,70	\$ 16,75
Nestle wafer amor vainilla	175	gramos	24	\$ 0,70	\$ 16,75
Nestle wafer amor limón	175	gramos	24	\$ 0,70	\$ 16,75

PRODUCTO	MEDIDA		CANT	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Nestle wafer amor mora	175	gramos	24	\$ 0,70	\$ 16,75
Nestle coco sánduche	53	gramos	24	\$ 0,19	\$ 4,51
Nestle coco sánduche	106	gramos	24	\$ 0,31	\$ 7,44
Wafer mix Choco-vainilla	156	gramos	24	\$ 0,45	\$ 10,80
Wafer mix Choco-vainilla	78	gramos	24	\$ 0,27	\$ 6,46
Wafer mix coco-choco	156	gramos	24	\$ 0,45	\$ 10,80
Wafer mix coco-choco	78	gramos	24	\$ 0,27	\$ 6,46
Wafer mix fresa-vainilla	156	gramos	24	\$ 0,45	\$ 10,80
Wafer mix fresa-vainilla	78	gramos	24	\$ 0,27	\$ 6,46
Wafer mix naranjilla-leche	156	gramos	24	\$ 0,45	\$ 10,80
Wafer mix naranjilla-leche	78	gramos	24	\$ 0,27	\$ 6,46
Ducales funda	189	gramos	24	\$ 0,76	\$ 18,24
Ducales taco largo	285	gramos	24	\$ 0,94	\$ 22,56
Mini festival mandarina funda	360	gramos	24	\$ 1,60	\$ 38,40
Mini chips coco funda	480	gramos	24	\$ 2,27	\$ 54,48
Mini chips coco tira	480	gramos	24	\$ 2,27	\$ 54,48
Mini chips chocolate funda	480	gramos	24	\$ 2,27	\$ 54,48
Mini chips chocolate tira	480	gramos	24	\$ 3,27	\$ 78,48
Mini chips coco funda	420	gramos	24	\$ 1,80	\$ 43,20
Galleta dulce mantequilla arcor	135	gramos	24	\$ 0,65	\$ 15,56
Galleta dulce chocolate arcor	135	gramos	24	\$ 0,65	\$ 15,56
Galleta holanda conquista bañada arcor	35	gramos	24	\$ 0,17	\$ 3,99
Galleta holanda conquista bañada arcor	45	gramos	24	\$ 0,20	\$ 4,78
<b>CARAMELOS</b>					
Caramelo dulce relleno funda	440	gramos	6	\$ 1,25	\$ 7,49
Caramelos frutitas funda	450	gramos	6	\$ 1,47	\$ 8,85
Caramelo surtido	450	gramos	6	\$ 1,43	\$ 8,58
Caramelo menta alpine	450	gramos	6	\$ 2,86	\$ 17,16

PRODUCTO	MEDIDA		CANT	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Caramelo toffeee butter chocolate	300	gramos	6	\$ 2,52	\$ 15,13
Caramelo toffeee butter chokko	170	gramos	6	\$ 1,00	\$ 6,01
Caramelo toffee butter leche	150	gramos	6	\$ 0,76	\$ 4,57
Caramelo toffee butter chocolate	150	gramos	6	\$ 0,83	\$ 4,96
Caramelo toffee chocolate	959	gramos	6	\$ 4,85	\$ 29,12
Caramelo toffees surtido	400	gramos	6	\$ 1,35	\$ 8,08
Caramelo relleno de menta	405	gramos	6	\$ 1,46	\$ 8,79
Caramelo relleno de miel	150	gramos	6	\$ 0,70	\$ 4,21
Caramelos rellenos frutales	810	gramos	6	\$ 2,59	\$ 15,54
Caramelos saquitos de frutas	150	gramos	6	\$ 0,70	\$ 4,21
Caramelo duros creme leche	150	gramos	6	\$ 0,68	\$ 4,08
Caramelo de menta funda	330	gramos	6	\$ 0,93	\$ 5,59
Caramelo surtido de frutas	420	gramos	6	\$ 1,06	\$ 6,38
Caramelos mentho plus mentol	100	unidades	6	\$ 1,00	\$ 6,02
Caramelos mentho plus surtido	100	unidades	6	\$ 1,02	\$ 6,14
Caramelo belo yogurt	200	gramos	6	\$ 0,73	\$ 4,38
Caramelo menta arcor	100	unidades	6	\$ 0,95	\$ 5,71
Mentho plunidadess mentol	100	unidades	6	\$ 1,03	\$ 6,15
Mentho plunidadess cherry	100	unidades	6	\$ 1,03	\$ 6,15
Mentho plunidadess barra mentol	12	unidades	6	\$ 1,89	\$ 11,31
Mentho plunidadess barra cherry	12	unidades	6	\$ 1,89	\$ 11,31
Frutigelatin ositos de gomas	30	gramos	6	\$ 1,83	\$ 10,96
Rollo mogul de goma	35	gramos	6	\$ 1,74	\$ 10,41
Jelly buttons de goma	1	kilo	6	\$ 3,55	\$ 21,28
Mogul frutales de goma	50	gramos	6	\$ 2,72	\$ 16,34
Mogul frutales de goma	1	kilo	6	\$ 3,55	\$ 21,28
Fruti dientes de goma	500	gramos	6	\$ 1,89	\$ 11,32

PRODUCTO	MEDIDA		CANT	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Fruti.gelatin tiburón de goma	30	gramos	6	\$ 1,83	\$ 10,96
Frutigelatin dientes de goma	150	gramos	6	\$ 0,61	\$ 3,68
Frutigelatin viboritas de goma	30	gramos	6	\$ 2,39	\$ 14,37
Caramelo bianchi	100	unidades	6	\$ 1,42	\$ 8,51
Caramelo barrilete	50	unidades	6	\$ 1,20	\$ 7,22
Caramelo lokiño bolitas	50	unidades	6	\$ 0,96	\$ 5,76
Caramelo lokiño colores	100	unidades	6	\$ 1,09	\$ 6,55
Caramelo lokiño	500	gramos	6	\$ 1,25	\$ 7,50
Caramelo lokiño	100	unidades	6	\$ 0,87	\$ 5,19
Caramelo arequipe duro	100	unidades	6	\$ 1,36	\$ 8,15
Caramelo next surtido relleno	100	unidades	6	\$ 1,10	\$ 6,61
Frunas xl sabores cítricos	224	gramos	6	\$ 1,30	\$ 7,80
Frunas mega yogurt	480	gramos	6	\$ 2,04	\$ 12,24
Gomitas melositas	250	gramos	6	\$ 0,89	\$ 5,34
Gomitas melositas	18	unidades	6	\$ 2,94	\$ 17,62
<b>CHICLES</b>					
Bolin bola	24	unidades	6	\$ 1,35	\$ 8,08
Bubble bolitas	100	unidades	6	\$ 1,22	\$ 7,34
Chicle huevito	330	unidades	6	\$ 7,67	\$ 46,04
Chicle pogo	330	gramos	6	\$ 1,18	\$ 7,08
Chicles orbit eucalipto barras (30*36)	1	unidades	24	\$ 0,31	\$ 7,33
Chicles orbit fresa barras (30*36)	1	unidades	24	\$ 0,31	\$ 7,33
Chicles orbit hierba buena barra (30*36)	1	unidades	24	\$ 0,31	\$ 7,33
Chicles orbit menta barra (30*36)	1	unidades	24	\$ 0,31	\$ 7,33
Chicles orbit professional (12*32)	1	unidades	24	\$ 0,34	\$ 8,25
Chicles orbit sandía(30*20)	1	unidades	24	\$ 0,55	\$ 13,20
Chicles orbit white fruta (30*36)	1	unidades	24	\$ 0,31	\$ 7,33

PRODUCTO	MEDIDA		CANT	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Chicle eclipse lemon (12*18)	1	unidades	6	\$ 8,28	\$ 49,69
Chicle eclipse peppermint (12*18)	1	unidades	6	\$ 8,28	\$ 49,69
Chicle eclipse polar (12*18)	1	unidades	6	\$ 8,28	\$ 49,69
Chicle eclipse spearmint (12*18)	1	unidades	6	\$ 8,28	\$ 49,69
Chicle buzzy tutifrutti (100*20)	100	unidades	6	\$ 1,66	\$ 9,95
Chicle buzzy hierbabuena (100*20)	100	unidades	6	\$ 1,66	\$ 9,95
Chicle buzzy mega tatoo (24*16)	24	unidades	6	\$ 3,22	\$ 19,32
Poosh fresa (18*40)	40	unidades	6	\$ 1,33	\$ 7,98
Poosh sandía (18*40)	40	unidades	6	\$ 1,33	\$ 7,95
Poosh tutifrutti (18*40)	40	unidades	6	\$ 1,33	\$ 7,98
Poosh banana (18*40)	40	unidades	6	\$ 1,33	\$ 7,98
Poosh nite (18*40)	40	unidades	6	\$ 1,33	\$ 7,95
Poosh uva (18*40)	40	unidades	6	\$ 1,33	\$ 7,95
<b>CHUPETES</b>					
Paleta ula ula frutas (30 unid.)	350	gramos	6	\$ 0,97	\$ 5,82
Paleta ula ula leche (30 unid.)	350	gramos	6	\$ 0,97	\$ 5,82
Paleta happy heart (30 unid.)	336	gramos	6	\$ 0,97	\$ 5,82
Chupete big bom strawberry	24	unidades	6	\$ 1,65	\$ 9,91
Chupete big bom mount painter	48	unidades	6	\$ 3,30	\$ 19,81
Bombom samba (12*50)	500	gramos	6	\$ 3,41	\$ 20,45
Bon o bon (24*7)	119	gramos	6	\$ 0,91	\$ 5,47
Bon o bon blanco (24*7)	119	gramos	6	\$ 0,91	\$ 5,47
Bon o bon chocolate (24*7)	140	gramos	6	\$ 0,91	\$ 5,45
Chupete pirulito big big funda	12	unidades	6	\$ 1,87	\$ 11,19
Chupete divertini	30	unidades	6	\$ 0,99	\$ 5,93
Chupetín butter'n cream	50	unidades	6	\$ 1,75	\$ 10,52
Chupetín m.pop's	30	unidades	6	\$ 1,11	\$ 6,68
Chupetín m.pop's chicle	50	unidades	6	\$ 1,75	\$ 10,52

PRODUCTO	MEDIDA		CANT	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Chupeta fresa melk	24	unidades	6	\$ 0,62	\$ 3,73
Chupetaqui surtido junior	24	unidades	6	\$ 0,77	\$ 4,65
Chupeta super coco	24	unidades	6	\$ 0,76	\$ 4,59
Chupetaqui pirulito mango	24	unidades	6	\$ 0,77	\$ 4,65
<b>CHOCOLATES</b>					
Baci (18 unidades)	143	gramos	6	\$ 4,11	\$ 24,65
Baci tableta (15 unidades)	125	gramos	6	\$ 1,83	\$ 10,96
Nestle manicero	30	gramos	6	\$ 0,26	\$ 1,53
Nestle cronch	23	gramos	6	\$ 0,26	\$ 1,53
Nestle clasic leche	30	gramos	6	\$ 0,26	\$ 1,53
Nestle manicero tablet	100	gramos	6	\$ 0,82	\$ 4,92
Nestle galak	23	gramos	6	\$ 0,26	\$ 1,53
Nestle platillos surtido (30 unidades)	250	gramos	6	\$ 2,22	\$ 13,29
Nestle galak tablet	100	gramos	6	\$ 0,82	\$ 4,92
Galak mini	10	gramos	6	\$ 0,12	\$ 0,73
Nestle vaferito (20 unidades)	250	gramos	6	\$ 1,54	\$ 9,23
Nestle vaferito (30 unidades)	500	gramos	6	\$ 3,08	\$ 18,47
Nestle amor glace (30 unidades)	500	gramos	6	\$ 3,69	\$ 22,13
Nestle amor glace (20 unidades)	250	gramos	6	\$ 1,85	\$ 11,09
Nestle tango funda (21 unidades)	625	gramos	6	\$ 3,88	\$ 23,26
Nestle mini tango blanco (20 unidades)	300	gramos	6	\$ 1,85	\$ 11,09
Nestle mini tango blanco (21 unidades)	625	gramos	6	\$ 3,88	\$ 23,26
Nestle el bandido (20 unidades)	490	gramos	6	\$ 2,64	\$ 15,82
Nikolo blanco (30 unidades)	990	gramos	6	\$ 4,43	\$ 26,61
Nicolo tradicional (30 unidades)	990	gramos	6	\$ 4,43	\$ 26,61
Nicolo vainilla (30 unidades)	990	gramos	6	\$ 4,43	\$ 26,61
Sapito mani funda (30 unidades)	300	gramos	6	\$ 2,05	\$ 12,32
Huevos toy`s	24	unidades	6	\$ 0,88	\$ 5,28

PRODUCTO	MEDIDA		CANT	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Rocklets (24 unidades)	20	gramos	6	\$ 3,38	\$ 20,30
Rocklets (18 unidades)	40	gramos	6	\$ 4,85	\$ 29,11
Rocklets mani (18 unidades)	40	gramos	6	\$ 4,85	\$ 29,09
Golpe (20 unidades)	660	gramos	6	\$ 2,96	\$ 17,74
Masmelos morf lon(12 unidades)	120	gramos	6	\$ 0,68	\$ 4,07
Masmelos morf trez (12 unidades)	12	gramos	6	\$ 0,68	\$ 4,07
Masmelos morf tuber (12 unidades)	12	gramos	6	\$ 0,68	\$ 4,07
<b>ENERGIZANTES</b>					
Cult energy diet	250	ml	6	\$ 1,70	\$ 10,18
Cult energy negro	250	ml	6	\$ 1,70	\$ 10,18
Red bull energy drink	250	ml	6	\$ 1,44	\$ 8,67
<b>AGUAS DESECHABLES</b>					
Dasani sin Gas 540cc 12 un.	1	jaba	6	\$ 2,25	\$ 13,50
Dasani con Gas 540 cc 12 un.	1	jaba	6	\$ 3,20	\$ 19,20
Dasani Saborizadas 540 cc 12 un.	1	jaba	6	\$ 3,20	\$ 19,20
Dasani con gas 1350cc 6 un.	1	jaba	6	\$ 2,40	\$ 14,40
Dasani sin Gas 1800cc 6 un.	1	jaba	6	\$ 2,64	\$ 15,84
Dasani con Gas 3000cc 4 un.	1	jaba	6	\$ 2,50	\$ 15,00
Dasans sin Gas 3000cc 4 un.	1	jaba	6	\$ 2,60	\$ 15,60
<b>JUGOS</b>					
Jugo Hawaiian punch	1,89	litros	12	\$ 3,26	\$ 39,15
Snapple apple	473	mg	12	\$ 1,13	\$ 13,59
Snapple grape	473	mg	12	\$ 1,13	\$ 13,60
Snapple kiwi strawberry	473	mg	12	\$ 1,13	\$ 13,60
Snapple lemon ice tea	473	mg	12	\$ 1,13	\$ 13,60
Snapple kiwi strawberry	473	mg	12	\$ 1,13	\$ 13,60
Snapple beach ice tea	473	mg	12	\$ 1,13	\$ 13,60

PRODUCTO	MEDIDA		CANT	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
<b>NECTAR</b>					
Citrus punch poosh	200	mg	12	\$ 0,27	\$ 3,28
Néctar de durazno poosh	200	mg	12	\$ 0,27	\$ 3,28
Néctar de mango poosh	200	mg	12	\$ 0,27	\$ 3,28
Néctar Durazno	200	cc	12	\$ 0,31	\$ 3,72
Néctar naranja	200	cc	12	\$ 0,31	\$ 3,72
Néctar mango	200	cc	12	\$ 0,31	\$ 3,72
Néctar frutto Durazno	1	litro	12	\$ 1,30	\$ 15,59
Néctar frutto mango	1	litro	12	\$ 1,30	\$ 15,59
Néctar frutto manzana	1	litro	12	\$ 1,30	\$ 15,59
Néctar frutto pera	1	litro	12	\$ 1,30	\$ 15,59
<b>AVENA</b>					
Avena sabor	200	mg	12	\$ 0,28	\$ 3,36
Avena saborizada	1	litro	12	\$ 0,83	\$ 9,96
<b>TOTAL DE UNIDADES DE ALIMENTOS Y BEBIDAS: \$ 3,972</b>					

Fuente: Elaboración propia

### 3.3.3 Grupo 3

Tabla 27: Listado de artículos para bebés

Bebés (productos)		\$ 4.119,36
Pañales	\$ 3.716,76	
Shampoo para bebé	\$ 90,84	
Aceites	\$ 83,64	
Colonia para bebé	\$ 132,60	
Talco para bebé	\$ 95,52	

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 28: Presupuesto de artículos para bebés**

<b>PRODUCTO</b>	<b>MEDIDA</b>		<b>CANT.</b>	<b>COSTO UNIT.</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>PAÑALES</b>					
Pañales kimbies winner pequeño	10	unidades	24	\$ 1,03	\$ 24,74
Pañales kimbies winner mediano	10	unidades	24	\$ 1,26	\$ 30,18
Pañales kimbies winner mediano	24	unidades	24	\$ 2,82	\$ 67,59
Pañales winner aloe grande	10	unidades	24	\$ 1,58	\$ 38,03
Pañales kimbies winner grande	24	unidades	24	\$ 3,57	\$ 85,62
Pañales winner aloe xgrande	10	unidades	24	\$ 1,70	\$ 40,68
Pañales kimbies winner xgrande	24	unidades	24	\$ 3,81	\$ 91,44
Pañales Huggies natural care recién nacido	20	unidades	24	\$ 3,21	\$ 76,99
Pañales Huggies natural care pequeño	18	unidades	24	\$ 2,89	\$ 69,30
Pañales Huggies natural care mediano	16	unidades	24	\$ 3,47	\$ 83,30
Pañales Huggies natural care mediano	48	unidades	24	\$ 9,84	\$ 236,04
Pañales Huggies natural care grande	24	unidades	24	\$ 7,82	\$ 187,65
Pañales Huggies natural care grande	48	unidades	24	\$ 14,77	\$ 354,48
Pañales Huggies natural care xgrande	22	unidades	24	\$ 7,82	\$ 187,58
Pañales Huggies natural care xgrande	44	unidades	24	\$ 14,77	\$ 354,48
Pañales Huggies natural care xxgrande	20	unidades	24	\$ 7,82	\$ 187,58
Pañales Huggies natural care xxgrande	40	unidades	24	\$ 14,77	\$ 354,48
Pañales huggies clasic pequeño	24	unidades	24	\$ 2,77	\$ 66,46

PRODUCTO	MEDIDA		CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Pañales huggies clasic pequeño	48	unidades	24	\$ 5,38	\$ 129,06
Pañales huggies clasic mediano	24	unidades	24	\$ 3,40	\$ 81,60
Pañales huggies clasic mediano	48	unidades	24	\$ 6,59	\$ 158,22
Pañales huggies clasic grande	24	unidades	24	\$ 4,17	\$ 100,14
Pañales huggies clasic grande	48	unidades	24	\$ 8,10	\$ 194,28
Pañales huggies clasic xgrande	24	unidades	24	\$ 4,54	\$ 109,05
Pañales huggies clasic xgrande	48	unidades	24	\$ 8,81	\$ 211,50
Pañal pannolini pequeño	10	unidades	24	\$ 1,06	\$ 25,45
Pañal pannolini mediano	10	unidades	24	\$ 1,30	\$ 31,27
Pañal pannolini grande	10	unidades	24	\$ 1,62	\$ 38,82
Pañal pannolini extra grande	10	unidades	24	\$ 1,89	\$ 45,29
<b>SHAMPOO BEBE</b>					
Shampoo para mi bebé manzanilla	100	cc	12	\$ 1,12	\$ 13,44
Shampoo para mi bebé manzanilla	250	cc	12	\$ 2,24	\$ 26,88
Shampoo para mi bebé manzanilla rizos	100	cc	12	\$ 1,12	\$ 13,44
Shampoo para mi bebé miel&avena	100	cc	12	\$ 1,12	\$ 13,44
Angelino shampoo aloe/vera	50	ml	12	\$ 0,63	\$ 7,56
Angelino shampoo aloe/vera	150	ml	12	\$ 1,34	\$ 16,08
<b>ACEITE</b>					
Johnson aceite manzanilla	100	ml	12	\$ 1,28	\$ 15,36

PRODUCTO	MEDIDA		CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Johnson aceite original	100	ml	12	\$ 1,28	\$ 15,36
Johnson aceite cremoso	200	ml	12	\$ 1,36	\$ 16,32
Angelino aceite aloe/vera	50	ml	12	\$ 0,63	\$ 7,56
Angelino aceite aloe/vera	150	ml	12	\$ 1,29	\$ 15,48
Para mi bebé aceite manzanilla	100	cc	12	\$ 1,13	\$ 13,56
<b>COLONIA</b>					
Colonia Johnson para dormer	200	ml	12	\$ 3,24	\$ 38,88
Colonia Johnson jovencitos	200	ml	12	\$ 3,15	\$ 37,80
Colonia Johnson mujercitas	200	ml	12	\$ 3,15	\$ 37,80
Colonia para mi bebé frescura	100	cc	12	\$ 1,51	\$ 18,12
<b>TALCO BEBE</b>					
Talco Johnson original	100	gramos	12	\$ 1,33	\$ 15,96
Talco Johnson original	200	gramos	12	\$ 2,07	\$ 24,84
Angelino talco aloe/vera	50	gramos	12	\$ 0,63	\$ 7,56
Angelino talco aloe/vera	100	gramos	12	\$ 0,98	\$ 11,76
Talco rico baby	100	gramos	12	\$ 1,43	\$ 17,16
Talco para mi bebé	150	gramos	12	\$ 1,52	\$ 18,24
<b>TOTAL UNIDADES PRODUCTOS PARA BEBÉS 984</b>					

Fuente: Elaboración propia

### 3.3.4 Grupo 4

Tabla 29: Listado de artículos de higiene personal

Cuidado e higiene personal		\$ 10.995,27
Papel higiénico	\$ 3.808,14	
Pañuelos faciales	\$ 152,49	
Shampoo	\$ 3.063,24	
Jabón de tocador	\$ 936,77	
Cremas	\$ 640,32	
Pastas dentales	\$ 729,56	
Cepillos dentales	\$ 315,06	
Ceda dental	\$ 83,70	
Enjuague bucal	\$ 285,66	
Desodorantes	\$ 552,34	
Talco adulto	\$ 75,12	
Talco pies	\$ 152,52	
Afeitadoras	\$ 200,36	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30: Presupuesto de artículos de cuidado e higiene personal

PRODUCTO	MEDIDA		CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
<b>PAPEL HIGIÉNICO</b>					
Papel higiénico elite celeste	12	Unid	24	\$ 3,06	\$ 73,50
Papel higiénico elite celeste	4	Unid	24	\$ 0,82	\$ 19,68
Papel higiénico elite perfumado	4	unidades	24	\$ 0,82	\$ 19,68
Papel higiénico elite perfumado 50m	12	unidades	24	\$ 5,21	\$ 124,92
Papel higiénico elite perfumado 60m	12	unidades	24	\$ 6,37	\$ 152,88
Papel higiénico elite perfumado 60m	4	unidades	24	\$ 2,17	\$ 52,06
Papel higiénico familia 2 en 1	4	unidades	24	\$ 4,12	\$ 99,00

PRODUCTO	MEDIDA		CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Papel higiénico familia 2 en 1 plus	12	unidades	24	\$ 1,71	\$ 41,16
Papel higiénico familia 2 en 1 plus	4	unidades	24	\$ 5,01	\$ 120,36
Papel higiénico familia 3 en 1 extra	12	unidades	24	\$ 2,68	\$ 64,36
Papel higiénico familia 3 en 1 extra	4	unidades	24	\$ 7,85	\$ 188,41
Papel higiénico familia pequeño	4	unidades	24	\$ 2,58	\$ 61,84
Papel higiénico familia triple hoja	4	unidades	24	\$ 8,43	\$ 202,36
Papel higiénico familia triple hoja	4	unidades	24	\$ 7,11	\$ 170,71
Papel higiénico familia triple hoja	8	unidades	24	\$ 2,89	\$ 69,41
Papel higiénico familia pequeño	4	unidades	24	\$ 0,83	\$ 19,82
Papel higiénico familia pequeño	12	unidades	24	\$ 2,33	\$ 55,81
Papel higiénico familia pequeño	6	unidades	24	\$ 0,94	\$ 22,53
Papel higiénico familia económico	12	unidades	24	\$ 2,22	\$ 53,16
Papel higiénico familia económico	4	unidades	24	\$ 0,83	\$ 19,98
Papel higiénico familia económico	12	unidades	24	\$ 2,45	\$ 58,85
Papel higiénico Scotto plus junior	12	unidades	24	\$ 2,47	\$ 59,28
Papel higiénico scott plus	4	unidades	24	\$ 1,11	\$ 26,68
Papel higiénico scott plus	12	unidades	24	\$ 3,26	\$ 78,30
Papel higiénico scott plus practico	6	unidades	24	\$ 1,19	\$ 28,62
Papel higiénico scott plus jumbo	48	unidades	24	\$ 4,89	\$ 117,36
Papel higiénico scott plus jumbo	4	unidades	24	\$ 1,60	\$ 38,46
Papel higiénico scott plus jumbo	12	unidades	24	\$ 4,64	\$ 111,42

PRODUCTO	MEDIDA		CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Papel higiénico scott plus jumbo	24	unidades	24	\$ 9,46	\$ 227,04
Papel higiénico scott plus megarollo	4	unidades	24	\$ 2,21	\$ 53,00
Papel higiénico scott plus megarollo	12	unidades	24	\$ 6,57	\$ 157,56
Papel higiénico scott natural	4	unidades	24	\$ 0,73	\$ 17,56
Papel higiénico scott natural	12	unidades	24	\$ 2,15	\$ 51,60
Papel higiénico scott gold 2	4	unidades	24	\$ 1,83	\$ 44,02
Papel higiénico kleenex flor manzanilla	4	unidades	24	\$ 1,28	\$ 30,74
Papel higiénico kleenex flor manzanilla	12	unidades	24	\$ 3,64	\$ 87,30
Papel higiénico kleenex flor	4	unidades	24	\$ 1,28	\$ 30,74
Papel higiénico kleenex flor	12	unidades	24	\$ 3,64	\$ 87,30
Papel higiénico kleenex flor 2 en 1	4	unidades	24	\$ 1,80	\$ 43,24
Papel higiénico kleenex flor 2 en 1	12	unidades	24	\$ 5,26	\$ 126,30
Papel higiénico kleenex flor 3 en 1	4	unidades	24	\$ 2,47	\$ 59,30
Papel higiénico kleenex flor 3 en 1	12	unidades	24	\$ 7,30	\$ 175,08
Papel higiénico kleenex flor manzanilla mega	12	unidades	24	\$ 7,30	\$ 175,08
Papel higiénico kleenex care 2 en 1	4	unidades	24	\$ 3,07	\$ 73,58
Papel higiénico kleenex care 2 en 1	12	unidades	24	\$ 9,09	\$ 218,10
<b>PAÑUELOS FACIALES</b>					
Pañuelos faciales Kleneex cubo boutique 3 ply caja	60	unidades	6	\$ 1,85	\$ 11,09
Pañuelos faciales Kleneex Super caja	80	unidades	6	\$ 2,08	\$ 12,48
Pañuelos faciales Kleneex junior caja	50	unidades	6	\$ 1,17	\$ 7,00
Pañuelos faciales Kleneex pocketx4	4	unidades	6	\$ 1,06	\$ 6,38

PRODUCTO	MEDIDA		CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Pañuelos faciales Kleneex pocket aroma	4	unidades	6	\$ 1,06	\$ 6,38
Pañuelos faciales Kleneex automovil bl 3 ply	50	unidades	6	\$ 1,17	\$ 7,00
Pañuelos faciales Kleneex aqua	20	unidades	6	\$ 2,35	\$ 14,13
Pañuelos faciales Kleneex cubo aroma citrus	60	unidades	6	\$ 1,85	\$ 11,10
Pañuelos faciales familia bolsillo cuidado gripal	4	unidades	6	\$ 1,43	\$ 8,58
Pañuelos faciales familia bolsillo	4	unidades	6	\$ 1,20	\$ 7,22
Pañuelos faciales familia bolsillo mentol	4	unidades	6	\$ 1,30	\$ 7,78
Pañuelos faciales familia caja cubo	60	unidades	6	\$ 2,19	\$ 13,16
Pañuelos faciales familia caja familiar	80	unidades	6	\$ 2,31	\$ 13,88
Pañuelos faciales familia caja pequeña	50	unidades	6	\$ 1,32	\$ 7,89
Pañuelos faciales familia bolsillo low lotion	4	unidades	6	\$ 1,37	\$ 8,23
Pañuelos faciales familia bolsita	50	unidades	6	\$ 1,02	\$ 6,13
Pañuelos faciales soff	6	unidades	6	\$ 0,68	\$ 4,05
<b>SHAMPOO</b>					
Shampoo head shoulder algas marinas	200	ml	12	\$ 2,26	\$ 27,12
Shampoo head shoulder algas marinas	400	ml	12	\$ 4,05	\$ 48,60
Shampoo head shoulder 2 en 1 suave	400	ml	12	\$ 4,37	\$ 52,44
Shampoo head shoulder caspa liso	400	ml	12	\$ 4,37	\$ 52,44
Shampoo head shoulder fresh	200	ml	12	\$ 2,26	\$ 27,12
Shampoo head shoulder fresh	400	ml	12	\$ 4,05	\$ 48,60
Shampoo head shoulder caspa liso	200	ml	12	\$ 2,26	\$ 27,12
Shampoo head shoulder renovación	200	ml	12	\$ 2,26	\$ 27,12

PRODUCTO	MEDIDA		CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Shampoo head shoulder liso sedosos	200	ml	12	\$ 2,26	\$ 27,12
Shampoo head shoulder liso sedosos	400	ml	12	\$ 4,05	\$ 48,60
Shampoo herbal essences energy normal	355	ml	12	\$ 3,31	\$ 39,72
Shampoo essences herbal refresh mixto	355	ml	12	\$ 3,31	\$ 39,72
Shampoo herbal essences hidratante	355	ml	12	\$ 3,45	\$ 41,40
Shampoo herbal essences fruit revita.	355	ml	12	\$ 3,31	\$ 39,72
Shampoo herbal essences cab.fino.deb.lacio	355	ml	12	\$ 3,31	\$ 39,72
Shampoo herbal essences fruit fussion hidrat.	355	ml	12	\$ 3,31	\$ 39,72
Shampoo herbal essences liso	177	ml	12	\$ 1,45	\$ 17,40
Shampoo herbal essences liso sensual	355	ml	12	\$ 3,31	\$ 39,72
Shampoo herbal essences normal	200	ml	12	\$ 1,82	\$ 21,84
Shampoo herbal essences normal	355	ml	12	\$ 3,31	\$ 39,72
Shampoo herbal essences normal graso	355	ml	12	\$ 3,31	\$ 39,72
Shampoo herbal essences teñido/perm./seco	200	ml	12	\$ 1,82	\$ 21,84
Shampoo herbal essences teñido/perm./seco	355	ml	12	\$ 3,31	\$ 39,72
Shampoo herbal essences teñido/perman.	750	ml	12	\$ 6,29	\$ 75,48
Shampoo pantene 2 en 1 cuidado clásico	200	ml	12	\$ 2,02	\$ 24,24
Shampoo pantene 2 en 1 cuidado clásico	400	ml	12	\$ 3,73	\$ 44,76
Shampoo pantene 2 en 1 liso sedoso	200	ml	12	\$ 2,03	\$ 24,36
Shampoo pantene 2 en 1 liso sedoso	400	ml	12	\$ 3,79	\$ 45,48
Shampoo pantene brillo extremo	200	ml	12	\$ 2,02	\$ 24,24
Shampoo pantene brillo extremo	400	ml	12	\$ 3,73	\$ 44,76

PRODUCTO	MEDIDA		CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Shampoo pantene cabello radiante	200	ml	12	\$ 2,02	\$ 24,24
Shampoo pantene cabello radiante	400	ml	12	\$ 3,73	\$ 44,76
Shampoo pantene control caída	200	ml	12	\$ 2,02	\$ 24,24
Shampoo pantene control caída	400	ml	12	\$ 3,73	\$ 44,76
Shampoo pantene cuidado clásico	200	ml	12	\$ 2,02	\$ 24,24
Shampoo pantene cuidado clásico	400	ml	12	\$ 3,73	\$ 44,76
Shampoo pantene frizz control	200	ml	12	\$ 2,02	\$ 24,24
Shampoo pantene frizz control	400	ml	12	\$ 3,73	\$ 44,76
Shampoo pantene liso extremo	400	ml	12	\$ 3,73	\$ 44,76
Shampoo pantene liso sedoso	200	ml	12	\$ 2,02	\$ 24,24
Shampoo pantene liso sedoso	400	ml	12	\$ 3,73	\$ 44,76
Shampoo pantene rizos definidos	200	ml	12	\$ 2,02	\$ 24,24
Shampoo pantene rizos definidos	400	ml	12	\$ 3,73	\$ 44,76
Shampoo wellapon hierbas	400	ml	12	\$ 2,46	\$ 29,52
Shampoo wellapon anticaspa	400	ml	12	\$ 2,46	\$ 29,52
Shampoo wellapon cabello rizado	200	ml	12	\$ 1,57	\$ 18,84
Shampoo wellapon manzanilla y miel	200	ml	12	\$ 1,57	\$ 18,84
Shampoo wellapon multiv y jojoba	200	ml	12	\$ 1,57	\$ 18,84
Shampoo wellapon sol intenso	400	ml	12	\$ 2,46	\$ 29,52
Shampoo Har cabello liso	250	cm	12	\$ 1,18	\$ 14,16
Shampoo Har cabellos oscuros	250	cm	12	\$ 1,18	\$ 14,16
Shampoo Har cabello rizados	250	cm	12	\$ 1,18	\$ 14,16

PRODUCTO	MEDIDA		CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Shampoo Har cabello tinturado	250	cm	12	\$ 1,18	\$ 14,16
Shampoo Har durazno miel cab.seco	250	cm	12	\$ 1,18	\$ 14,16
Shampoo Har ext.hierbas cab.graso	250	cm	12	\$ 1,18	\$ 14,16
Shampoo Har manzanilla girasol cab.claro	250	cm	12	\$ 1,18	\$ 14,16
Shampoo Har papaya romero cab.teñido	250	cm	12	\$ 1,18	\$ 14,16
Shampoo Har proterm	250	cm	12	\$ 1,18	\$ 14,16
Shampoo Har sábila manzanilla cab.maltratado	250	cm	12	\$ 1,18	\$ 14,16
Shampoo Konzil cabello liso	200	ml	12	\$ 1,96	\$ 23,52
Shampoo Konzil cabello rizado	200	ml	12	\$ 1,96	\$ 23,52
Shampoo Konzil anti caspa	400	ml	12	\$ 3,23	\$ 38,76
Shampoo Konzil seco	200	ml	12	\$ 1,96	\$ 23,52
Shampoo Konzil tinturado	200	ml	12	\$ 1,96	\$ 23,52
Shampoo Konzil todo tipo	200	ml	12	\$ 1,96	\$ 23,52
Shampoo Konzil jojoba cabello normal	200	ml	12	\$ 1,63	\$ 19,56
Shampoo Johnson cabello liso	200	ml	12	\$ 2,07	\$ 24,84
Shampoo Johnson cabello oscuro	200	ml	12	\$ 2,07	\$ 24,84
Shampoo Johnson cabello rizado	200	ml	12	\$ 2,07	\$ 24,84
Shampoo Johnson lavanda manzanilla	200	ml	12	\$ 2,04	\$ 24,48
Shampoo Johnson manzanilla	200	ml	12	\$ 2,02	\$ 24,24
Shampoo Johnson manzanilla	100	ml	12	\$ 1,38	\$ 16,56
Shampoo Johnson original	100	ml	12	\$ 1,39	\$ 16,68
Shampoo Johnson original	200	ml	12	\$ 2,01	\$ 24,12

PRODUCTO	MEDIDA		CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Shampoo Dove essential	400	ml	12	\$ 3,83	\$ 45,96
Shampoo Dove hidratante cab.normal	400	ml	12	\$ 3,83	\$ 45,96
Shampoo Dove iluminador decolorado	400	ml	12	\$ 3,83	\$ 45,96
Shampoo Dove normal	400	ml	12	\$ 3,83	\$ 45,96
Shampoo Dove rizos therapy	400	ml	12	\$ 3,83	\$ 45,96
Shampoo Dove suavidad progresiva	400	ml	12	\$ 3,83	\$ 45,96
Shampoo sedal ceramidas	200	ml	12	\$ 1,96	\$ 23,52
Shampoo sedal ceramidas	350	ml	12	\$ 2,97	\$ 35,64
Shampoo sedal color vital	200	ml	12	\$ 1,96	\$ 23,52
Shampoo sedal color vital	350	ml	12	\$ 2,97	\$ 35,64
Shampoo sedal control humect	200	ml	12	\$ 1,96	\$ 23,52
Shampoo sedal control humect	350	ml	12	\$ 2,97	\$ 35,64
Shampoo sedal liso perfecto	200	ml	12	\$ 1,96	\$ 23,52
Shampoo sedal liso perfecto	350	ml	12	\$ 2,97	\$ 35,64
Shampoo sedal anti sponge	200	ml	12	\$ 1,96	\$ 23,52
Shampoo sedal anti sponge	350	ml	12	\$ 2,97	\$ 35,64
Shampoo sedal castaños intensos	200	ml	12	\$ 1,96	\$ 23,52
Shampoo sedal rizos obedientes	200	ml	12	\$ 1,96	\$ 23,52
Shampoo sedal rizos obedientes	350	ml	12	\$ 2,97	\$ 35,64
Shampoo sedal negros luminosos	200	ml	12	\$ 1,96	\$ 23,52
Shampoo sedal negros luminosos	350	ml	12	\$ 2,97	\$ 35,64
Shampoo sedal rojos radiantes	200	ml	12	\$ 1,96	\$ 23,52

PRODUCTO	MEDIDA		CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Shampoo sedal rojos radiantes	350	ml	12	\$ 2,97	\$ 35,64
Shampoo sedal rubios radiantes	200	ml	12	\$ 1,96	\$ 23,52
Shampoo sedal rubios radiantes	350	ml	12	\$ 2,97	\$ 35,64
<b>JABÓN DE TOCADOR</b>					
Jabón palmolive tripak avena/azúcar	130	gramos	12	\$ 1,68	\$ 20,16
Jabón palmolive tripak citru&crem	130	gramos	12	\$ 1,68	\$ 20,16
Jabón palmolive tripak leche&petl	130	gramos	12	\$ 1,68	\$ 20,16
Jabón palmolive tripak menta&eucalipto	130	gramos	12	\$ 1,68	\$ 20,16
Jabón palmolive tripak yogurt&frutas	130	gramos	12	\$ 1,68	\$ 20,16
Jabón palmolive tripak aloe/oliva	130	gramos	12	\$ 1,68	\$ 20,16
Jabón protex cream	125	gramos	12	\$ 0,54	\$ 6,48
Jabón protex herbal	125	gramos	12	\$ 0,54	\$ 6,48
Jabón protex tripak avena	125	gramos	12	\$ 1,72	\$ 20,64
Jabón protex tripak avena	130	gramos	12	\$ 1,72	\$ 20,64
Jabón protex tripak cream	125	gramos	12	\$ 1,72	\$ 20,64
Jabón protex tripak cream	130	gramos	12	\$ 1,72	\$ 20,64
Jabón protex tripak fresh	125	gramos	12	\$ 1,72	\$ 20,64
Jabón protex tripak fresh	130	gramos	12	\$ 1,72	\$ 20,64
Jabón protex tripak herbal	125	gramos	12	\$ 1,72	\$ 20,64
Jabón protex tripak herbal	130	gramos	12	\$ 1,72	\$ 20,64
Jabón cristalino avena x 3	150	gramos	12	\$ 1,03	\$ 12,32
Jabón cristalino almendra x 3	150	gramos	12	\$ 1,03	\$ 12,32

PRODUCTO	MEDIDA		CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Jabón Johnson de avena	80	gramos	12	\$ 0,70	\$ 8,40
Jabón Johnson de avena	100	gramos	12	\$ 0,84	\$ 10,08
Jabón Johnson de avena	150	gramos	12	\$ 1,20	\$ 14,40
Jabón Johnson humectante	100	gramos	12	\$ 0,85	\$ 10,20
Jabón Johnson humectante	150	gramos	12	\$ 1,18	\$ 14,16
Jabón Johnson lavanda manzanilla	150	gramos	12	\$ 1,18	\$ 14,16
Jabón Johnson original	100	gramos	12	\$ 0,85	\$ 10,20
Jabón Johnson original	150	gramos	12	\$ 1,18	\$ 14,16
Jabón líquido johnson soft/wash	200	ml	12	\$ 2,39	\$ 28,68
Jabón líquido johnson leche soft/wash	400	ml	12	\$ 4,09	\$ 49,08
Jabón pro active frescura marina	125	gramos	12	\$ 0,49	\$ 5,88
Jabón pro active fresh	125	gramos	12	\$ 0,49	\$ 5,88
Jabón dove baby	75	gramos	12	\$ 0,79	\$ 9,48
Jabón dove blanco	90	gramos	12	\$ 0,95	\$ 11,40
Jabón dove blanco tripack	100	gramos	12	\$ 2,10	\$ 25,20
Jabón dove tripack surtido	100	gramos	12	\$ 2,10	\$ 25,20
Jabón dove tripack reafirmante	90	gramos	12	\$ 0,95	\$ 11,40
Jabón líquido pro active fresc.marina	250	ml	12	\$ 2,48	\$ 29,76
Jabón líquido pro active sport	250	ml	12	\$ 2,48	\$ 29,76
Jabón líquido pro active máxima prot.	250	ml	12	\$ 2,48	\$ 29,76
Jabón Lux delicadeza de pétalos	125	gramos	12	\$ 0,66	\$ 7,92
Jabón Lux exfoliación luminosa	125	gramos	12	\$ 0,66	\$ 7,92

PRODUCTO	MEDIDA		CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Jabón Lux fresca irresistible	125	gramos	12	\$ 0,66	\$ 7,92
Jabón Lux glamour de rosas	125	gramos	12	\$ 0,66	\$ 7,92
Jabón Lux seducción de chocolate	125	gramos	12	\$ 0,66	\$ 7,92
Jabón lux tripack delicadeza de pétalos	125	gramos	12	\$ 1,45	\$ 17,40
Jabón lux tripack exfoliación luminosa	125	gramos	12	\$ 1,45	\$ 17,40
Jabón lux tripack fresca irresistible	125	gramos	12	\$ 1,45	\$ 17,40
Jabón lux tripack glamour de rosas	125	gramos	12	\$ 1,45	\$ 17,40
Jabón lux tripack seducción de chocolate	125	gramos	12	\$ 1,45	\$ 17,40
Jabón rexona avena	125	gramos	12	\$ 0,66	\$ 7,92
Jabón rexona energising	125	gramos	12	\$ 0,66	\$ 7,92
Jabón rexona exfoliant	125	gramos	12	\$ 0,66	\$ 7,92
Jabón rexona freshintense	125	gramos	12	\$ 0,66	\$ 7,92
Jabón rexona hydrating	125	gramos	12	\$ 0,66	\$ 7,92
Jabón rexona mineral clean	125	gramos	12	\$ 0,66	\$ 7,92
Jabón rexona sensitive	125	gramos	12	\$ 0,66	\$ 7,92
Jabón rexona tonic	125	gramos	12	\$ 0,66	\$ 7,92
Jabón rexona avena tripack	125	gramos	12	\$ 1,25	\$ 15,00
Jabón rexona frishi/citrus tripack	125	gramos	12	\$ 1,25	\$ 15,00
Jabón rexona hidrat tripack	125	gramos	12	\$ 1,25	\$ 15,00
Jabón rexona mineral tripack	125	gramos	12	\$ 1,25	\$ 15,00
Jabón rexona mineral tripack	125	gramos	12	\$ 1,25	\$ 15,00

PRODUCTO	MEDIDA		CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
<b>CREMAS</b>					
Nivea body milk uv	125	ml	12	\$ 3,13	\$ 37,56
Nivea body piel extra seca almendras	125	ml	12	\$ 2,54	\$ 30,48
Nivea body con avena	125	ml	12	\$ 2,02	\$ 24,24
Nivea body con avena	200	ml	12	\$ 2,95	\$ 35,40
Nivea body piel extra sensible almendras	125	ml	12	\$ 2,27	\$ 27,24
Nivea body piel normal loción hidratante	125	ml	12	\$ 2,10	\$ 25,20
Nivea body piel normal loción hidratante	250	ml	12	\$ 2,95	\$ 35,40
Johnson crem liq antes de dormir	200	ml	12	\$ 2,29	\$ 27,48
Johnson crem liq avena	200	ml	12	\$ 2,29	\$ 27,48
Johnson crem liq original	200	ml	12	\$ 2,29	\$ 27,48
Johnson crem liq softlotion extra care	200	ml	12	\$ 2,26	\$ 27,12
Johnson crem liq softlotion larga duración	200	ml	12	\$ 2,26	\$ 27,12
Johnson crem liq softlotion lighcare	200	ml	12	\$ 2,44	\$ 29,28
Dove crem piel extra seca	200	ml	12	\$ 2,68	\$ 32,16
Pons crem bio-hidratante	100	gramos	12	\$ 5,12	\$ 61,44
Pons crem bio-hidratante	50	gramos	12	\$ 2,11	\$ 25,32
Pons crem original	45	gramos	12	\$ 1,76	\$ 21,12
Pons crem pepino	50	gramos	12	\$ 1,76	\$ 21,12
Pons crem clarant active	50	gramos	12	\$ 5,39	\$ 64,68
Pons crem clarant B3	50	gramos	12	\$ 2,75	\$ 33,00

PRODUCTO	MEDIDA		CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
<b>PASTAS DENTALES</b>					
Pasta dental Colgate plax classic	350	ml	12	\$ 2,66	\$ 31,88
Pasta dental Colgate plax fresh mint	350	ml	12	\$ 2,66	\$ 31,88
Pasta dental Colgate plax fresh mint	500	ml	12	\$ 5,31	\$ 63,75
Pasta dental Colgate plax fresh mint	250	ml	12	\$ 2,09	\$ 25,03
Pasta dental Colgate plax over night	500	ml	12	\$ 2,66	\$ 31,88
Pasta dental Colgate plax over night	250	ml	12	\$ 2,09	\$ 25,03
Pasta dental Colgate plax over night	350	ml	12	\$ 2,66	\$ 31,88
Pasta dental Colgate plax sin alcohol	250	ml	12	\$ 2,09	\$ 25,03
Pasta dental Colgate plax sin alcohol	500	ml	12	\$ 5,33	\$ 63,91
Pasta dental Colgate plax whitening	250	ml	12	\$ 2,09	\$ 25,03
Pasta dental Colgate plax whitening	500	ml	12	\$ 5,31	\$ 63,75
Pasta dental Colgate total profesional	75	ml	12	\$ 2,40	\$ 28,74
Pasta dental Colgate total 12	75	cc	12	¥ 1,92	\$ 22,99
Pasta dental Colgate total	50	cc	12	\$ 1,14	\$ 13,72
Pasta dental Colgate triaccion	75	cc	12	\$ 0,77	\$ 9,26
Pasta dental Colgate whitening total	75	cc	12	\$ 1,92	\$ 22,99
Pasta dental Colgate bob esponja	75	ml	12	\$ 1,51	\$ 18,16
Pasta dental Colgate fresh confiable	75	ml	12	\$ 1,41	\$ 16,93
Pasta dental Colgate fresh confiable xteme gel	75	cc	12	\$ 1,41	\$ 16,93
Pasta dental Colgate herbal blanqueadora	90	gr	12	\$ 1,36	\$ 16,29
Pasta dental Colgate max white cry mint	75	ml	12	\$ 1,89	\$ 22,66

PRODUCTO	MEDIDA		CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Pasta dental Colgate max fresh citrus mint	75	ml	12	\$ 1,92	\$ 22,99
Pasta dental Colgate max fresh clean mint	75	ml	12	\$ 1,92	\$ 22,99
Pasta dental Colgate max fresh cool mint	75	ml	12	\$ 1,92	\$ 22,99
Pasta dental Colgate m/p sensitive	100	g	12	\$ 4,41	\$ 52,90
<b>CEPILLOS DENTALES</b>					
Cepillo dental colgate plus twister fresh	1	unidad	6	\$ 1,33	\$ 7,98
Cepillo dental colgate active angle norm suav.	1	unidad	6	\$ 2,01	\$ 12,08
Cepillo dental colgate barbie jr.suave	1	unidad	6	\$ 1,48	\$ 8,89
Cepillo dental colgate bob esponja plus	1	unidad	6	\$ 1,48	\$ 8,89
Cepillo dental colgate classic medium	1	unidad	6	\$ 0,31	\$ 1,86
Cepillo dental colgate extra clean mediano	1	unidad	6	\$ 1,29	\$ 7,74
Cepillo dental colgate rocket power infantil	1	unidad	6	\$ 1,35	\$ 8,08
Cepillo dental colgate smiles 0 - 2 años	1	unidad	6	\$ 2,05	\$ 12,28
Cepillo dental colgate smiles 2-5 años	1	unidad	6	\$ 2,05	\$ 12,28
Cepillo dental smiles 5 + años	1	unidad	6	\$ 2,05	\$ 12,28
Cepillo dental colgate total profesional medio	1	unidad	6	\$ 2,22	\$ 13,29
Cepillo dental colgate treasure jr.plus	1	unidad	6	\$ 1,09	\$ 6,53
Cepillo dental colgate ultra infantil	1	unidad	6	\$ 2,83	\$ 17,00
Cepillo dental colgate ultra medio	1	unidad	6	\$ 0,41	\$ 2,45
Cepillo dental colgate Whitening med	1	unidad	6	\$ 2,22	\$ 13,29
Cepillo dental colgate zig zag plus medio	1	unidad	6	\$ 1,44	\$ 8,64
Cepillo dental colgate 2 extra clean medio	1	unidad	6	\$ 1,28	\$ 7,68

PRODUCTO	MEDIDA		CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Cepillo dental colgate 2 plus medio	1	unidad	6	\$ 1,44	\$ 8,64
Cepillo dental colgate 360° medio	1	unidad	6	\$ 2,68	\$ 16,06
Cepillo dental colgate 360° sensitive	1	unidad	6	\$ 2,68	\$ 16,06
Cepillo dental colgate 360° suave	1	unidad	6	\$ 2,68	\$ 16,06
Cepillo oral B 40 medio	1	unidad	6	\$ 1,40	\$ 8,40
Cepillo oral B indicator 40 suave	1	unidad	6	\$ 1,40	\$ 8,40
Cepillo oral B plus 40 medio	1	unidad	6	\$ 1,40	\$ 8,40
Cepillo oral B travel portatil	1	unidad	6	\$ 2,22	\$ 13,32
Cepillo Pro 1000 doble acción	1	unidad	6	\$ 1,21	\$ 7,26
Cepillo Pro 205 mediano	1	unidad	6	\$ 0,44	\$ 2,64
Cepillo Pro 425 deluxe suave	1	unidad	6	\$ 1,23	\$ 7,38
Cepillo Pro kit looney tunes	1	unidad	6	\$ 1,26	\$ 7,56
Cepillo Pro kit varios	1	unidad	6	\$ 1,41	\$ 8,46
Cepillo Pro classic mediano	1	unidad	6	\$ 1,40	\$ 8,40
Cepillo Pro plus doble acción mediano	1	unidad	6	\$ 1,40	\$ 8,40
Cepillo Pro plus ondulado suave	1	unidad	6	\$ 1,40	\$ 8,40
<b>CEDA DENTAL</b>					
Denti fresh hilo dental con cera	50	metros	6	\$ 2,46	\$ 14,76
Colgate hilo dental	25	metros	6	\$ 2,08	\$ 12,48
Rich hilo dental antisarro	40	metros	6	\$ 2,24	\$ 13,44
Rich hilo dental cera	50	metros	6	\$ 1,71	\$ 10,26
Rich hilo dental extra deslizante	40	metros	6	\$ 2,04	\$ 12,24

PRODUCTO	MEDIDA		CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Rich hilo dental menta	50	metros	6	\$ 1,71	\$ 10,26
Rich hilo dental tutifruiti	40	metros	6	\$ 1,71	\$ 10,26
<b>ENJAGUE BUCAL</b>					
Listerine antisarro	180	ml	6	\$ 2,15	\$ 12,90
Listerine antisarro	360	ml	6	\$ 3,49	\$ 20,94
Listerine antisarro	500	ml	6	\$ 4,57	\$ 27,42
Listerine citrus	180	ml	6	\$ 2,15	\$ 12,90
Listerine citrus	360	ml	6	\$ 3,49	\$ 20,94
Listerine citrus	500	ml	6	\$ 4,57	\$ 27,42
Listerine cool mint	180	ml	6	\$ 1,97	\$ 11,82
Listerine cool mint	360	ml	6	\$ 3,19	\$ 19,14
Listerine cool mint	500	ml	6	\$ 3,98	\$ 23,88
Listerine original	180	ml	6	\$ 1,97	\$ 11,82
Listerine original	360	ml	6	\$ 3,19	\$ 19,14
Listerine original	500	ml	6	\$ 3,98	\$ 23,88
Encident enjague bucal	300	ml	6	\$ 2,54	\$ 15,24
Encident enjague bucal brackets	300	ml	6	\$ 3,56	\$ 21,36
Oral B enjague menta	500	ml	6	\$ 2,81	\$ 16,86
<b>DESODORANTES</b>					
Desodorante lady speed stick barra active fresh	45	gramos	6	\$ 2,39	\$ 14,32
Desodorante lady speed stick gel active fresh	65	gramos	6	\$ 2,47	\$ 14,82
Desodorante lady speed stick gel floral fresh	65	gramos	6	\$ 2,47	\$ 14,82

PRODUCTO	MEDIDA		CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Desodorante lady speed stick spray active fresh	105	gramos	6	\$ 2,37	\$ 14,23
Desodorante lady speed stick invisible floral	45	gramos	6	\$ 2,39	\$ 14,32
Desodorante lady speed stick roll on morning	50	ml	6	\$ 1,26	\$ 7,58
Desodorante lady speed stick roll on pental soft	50	ml	6	\$ 1,26	\$ 7,58
Desodorante lady speed stick spray spirit cool	60	gramos	6	\$ 1,90	\$ 11,42
Desodorante lady speed stick spray teen spirit sexy	60	gramos	6	\$ 1,90	\$ 11,37
Desodorante Rexona rollon intense	53	gramos	6	\$ 1,43	\$ 8,58
Desodorante Rexona rollon men	53	gramos	6	\$ 1,43	\$ 8,58
Desodorante Rexona rollon sensitive	53	gramos	6	\$ 1,43	\$ 8,58
Desodorante Rexona sensitive stick	50	gramos	6	\$ 2,06	\$ 12,36
Desodorante Rexona stick citrus	50	gramos	6	\$ 2,06	\$ 12,36
Desodorante Rexona stick intense	50	gramos	6	\$ 2,06	\$ 12,36
Desodorante Rexona teen spray pétalos	60	gramos	6	\$ 2,06	\$ 12,36
Desodorante Rexona spray citrus	105	gramos	6	\$ 2,57	\$ 15,42
Desodorante Axe spray conviction	113	gramos	6	\$ 2,54	\$ 15,24
Desodorante Axe spray fusión	113	gramos	6	\$ 2,54	\$ 15,24
Desodorante Axe spray touch	160	ml	6	\$ 2,54	\$ 15,24
Desodorante Axe spray unlimited	113	gramos	6	\$ 2,54	\$ 15,24
Desodorante Axe stick conviction	50	ml	6	\$ 2,33	\$ 13,98
Desodorante Axe stick unlimited	50	ml	6	\$ 2,33	\$ 13,98
Desodorante Axe rollon click	53	gramos	6	\$ 1,43	\$ 8,58
Desodorante Axe rollon conviction	53	gramos	6	\$ 1,43	\$ 8,58

PRODUCTO	MEDIDA		CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Desodorante Nivea barra blanco	40	ml	6	\$ 3,68	\$ 22,08
Desodorante Nivea barra for men	40	ml	6	\$ 3,68	\$ 22,08
Desodorante Nivea barra fresh blanco	43	gramos	6	\$ 3,68	\$ 22,08
Desodorante Nivea barra sensitive	50	ml	6	\$ 3,18	\$ 19,08
Desodorante Nivea rollon blanco	50	ml	6	\$ 3,59	\$ 21,54
Desodorante Nivea rollon energy fresh	50	ml	6	\$ 3,59	\$ 21,54
Desodorante Nivea rollon fresh woman	50	ml	6	\$ 3,59	\$ 21,54
Desodorante Nivea rollon spray blanco	150	ml	6	\$ 3,97	\$ 23,82
Desodorante Nivea spray for men	150	ml	6	\$ 3,97	\$ 23,82
Desodorante Nivea spray fresh woman	150	ml	6	\$ 3,97	\$ 23,82
Desodorante Nivea spray pure	150	ml	6	\$ 3,97	\$ 23,82
<b>TALCO ADULTO</b>					
Felce azurra talco clásico	50	gramos	12	\$ 0,72	\$ 8,64
Felce azurra talco clásico	100	gramos	12	\$ 1,43	\$ 17,16
Felce azurra talco clásico	200	gramos	12	\$ 2,68	\$ 32,16
Talco rico mujer	100	gramos	12	\$ 1,43	\$ 17,16
<b>TALCO PIES</b>					
Talco rico	110	gramos	12	\$ 2,20	\$ 26,40
Talco rico	250	gramos	12	\$ 3,50	\$ 42,00
Talco mexsana frasco	85	gramos	12	\$ 1,70	\$ 20,40
Talco mexsana frasco	150	gramos	12	\$ 1,77	\$ 21,24
Talco mexsana frasco	300	gramos	12	\$ 3,54	\$ 42,48

PRODUCTO	MEDIDA		CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
<b>AFEITADORAS</b>					
Gillett prestobarba excel hombre x 2	2	unidades	12	\$ 1,72	\$ 20,64
Gillett prestobarba excel mujer x 2	2	unidades	12	\$ 1,72	\$ 20,64
Gillett reptosensor excel hombre x 3	3	unidades	12	\$ 4,04	\$ 48,48
Gillett reptosensor excel mujer x 3	3	unidades	12	\$ 4,04	\$ 48,48
Afeitadora xtreme triple hola recargable	1	unidades	12	\$ 3,38	\$ 40,61
Afeitora xtreme triple hoja	1	unidades	12	\$ 0,67	\$ 8,07
Afeitora xtreme triple hoja lady	1	unidades	12	\$ 1,12	\$ 13,44
<b>TOTAL, DE UNIDADES GOLOSINAS</b>			<b>4,380</b>		

Fuente: Elaboración propia

### 3.3.5 Grupo 5

Tabla 31: Listado de productos de aseo

PRODUCTOS DE ASEO		\$ 4,970.12
Toallas sanitarias	\$ 704,07	
Protectores diarios	\$ 359,09	
Protectores lactancia	\$ 45,58	
Tampones	\$ 106,77	
Paños húmedos	\$ 78,38	
Pañales maternos	\$ 108,83	
Pañales adulto	\$ 495,05	
Toallas húmedas	\$ 238,07	
Acondicionadores	\$ 1.526,52	
Cremas de peinar	\$ 569,76	
Cotonetes	\$ 97,68	
Vaselina	\$ 148,20	
Protector solar	\$ 398,64	
Gel	\$ 93,48	

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 323: Presupuesto de productos de aseo**

<b>PRODUCTO</b>	<b>MEDIDA</b>		<b>CANT.</b>	<b>COSTO UNIT.</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>TOALLAS SANITARIAS</b>					
Toallas sanitarias amigas maternidad	10	unidades	24	\$ 1,89	\$ 45,42
Toallas sanitarias amigas natural plus alas	8	unidades	24	\$ 0,99	\$ 23,74
Toallas sanitarias amigas normal	10	unidades	24	\$ 0,72	\$ 17,26
Toallas sanitarias amigas básica alas	42	unidades	24	\$ 3,58	\$ 85,82
Toallas sanitarias amigas básica alas	10	unidades	24	\$ 0,87	\$ 20,85
Toallas sanitarias amigas natural básica noche	10	unidades	24	\$ 1,72	\$ 41,36
Toallas sanitarias amigas plus rapisec + gel	10	unidades	24	\$ 1,26	\$ 30,19
Toallas sanitarias amigas extraprotectoras inv.rap	8	unidades	24	\$ 1,39	\$ 33,47
Toallas sanitarias amigas invisible natural	8	unidades	24	\$ 1,22	\$ 29,31
Toallas sanitarias amigas invisible rapigel	10	unidades	24	\$ 1,23	\$ 29,62
Toallas sanitarias kotex ultra fina alas	24	unidades	24	\$ 0,86	\$ 20,71
Toallas sanitarias kotex ultraprotec.noct.normal tela	24	unidades	24	\$ 1,18	\$ 28,40
Toallas sanitarias kotex ultra fina tela	40	unidades	24	\$ 0,52	\$ 12,43
Toallas sanitarias kotex alas tela	40	unidades	24	\$ 0,73	\$ 17,55
Toallas sanitarias kotex supreme ultra tela	24	unidades	24	\$ 1,39	\$ 33,26
Toallas sanitarias kotex supreme ultra malla	24	unidades	24	\$ 1,39	\$ 33,26
Toallas sanitarias kotex ultraprotec. Fina tela	24	unidades	24	\$ 1,39	\$ 33,26
Toallas sanitarias kotex ultraprotec. Fina malla	24	unidades	24	\$ 1,39	\$ 33,26
Toallas sanitarias kotex tanga tela alas spring	24	unidades	24	\$ 1,04	\$ 24,88
Toallas sanitarias kotex ultra protec. Normal tela	36	unidades	24	\$ 1,06	\$ 25,43

PRODUCTO	MEDIDA		CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Toallas sanitarias kotex ultra protec. Normal malla	24	unidades	24	\$ 1,59	\$ 38,15
Toallas sanitarias kotex sensitive normal	24	unidades	24	\$ 0,85	\$ 20,34
Toallas sanitarias kotex sensitive ultra fina	24	unidades	24	\$ 1,09	\$ 26,11
<b>PROTECTORES DIARIOS</b>					
Amigas diario	120	unidades	12	\$ 3,56	\$ 42,69
Amigas diario	15	unidades	12	\$ 0,74	\$ 8,94
Amigas diario estuchito	40	unidades	12	\$ 2,09	\$ 25,11
Amigas diario micro burbuja	22	unidades	12	\$ 1,22	\$ 14,58
Amigas diario natural	60	unidades	12	\$ 2,96	\$ 35,47
Amigas diario tarjeta	6	unidades	12	\$ 1,37	\$ 16,40
Kotex days teens	50	unidades	12	\$ 2,03	\$ 24,32
Kotex days teens	35	unidades	12	\$ 2,03	\$ 24,32
Kotex days dúo	60	unidades	12	\$ 2,03	\$ 24,32
Kotex days duo	10	unidades	12	\$ 0,68	\$ 8,11
Kotex days duo normal	50	unidades	12	\$ 3,38	\$ 40,52
Kotex days sens mega	120	unidades	12	\$ 3,38	\$ 40,52
Kotex days micro disp.	10	unidades	12	\$ 0,80	\$ 9,56
Kotex days sens refill	30	unidades	12	\$ 1,22	\$ 14,59
Kotex days normal	60	unidades	12	\$ 2,47	\$ 29,67
<b>PROTECTORES LACTANCIA</b>					
Lactirespirable gel	40	unidades	12	\$ 2,89	\$ 34,65
Lactirespirable gel	12	unidades	12	\$ 0,91	\$ 10,93
<b>TAMPONES</b>					
Tampón kotex security regular	18	unidades	12	\$ 4,34	\$ 52,04
Tampón kotex security super	18	unidades	12	\$ 4,56	\$ 54,73

PRODUCTO	MEDIDA		CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
<b>PAÑOS HUMEDOS</b>					
Pañitos familia pequeños.rep.aloe vera	50	unidades	6	\$ 1,39	\$ 8,31
Pañitos familia pequeños.rep.original	50	unidades	6	\$ 1,34	\$ 8,06
Pañitos familia húmedos flat pack original	100	unidades	6	\$ 2,95	\$ 17,68
Pañitos familia húmedos flat pack original	50	unidades	6	\$ 1,52	\$ 9,13
Pañitos familia pequeños.rep.aloe vera	100	unidades	6	\$ 2,43	\$ 14,61
Pañitos familia pequeños.rep.original	100	unidades	6	\$ 2,37	\$ 14,19
Pañitos familia pequeños.rep.original	24	unidades	6	\$ 1,07	\$ 6,40
<b>PAÑALES MATERNALES</b>					
Pañales maternales prudential grande	8	unidades	12	\$ 4,70	\$ 56,39
Pañales maternales prudential mediano	8	unidades	12	\$ 3,70	\$ 44,46
Pañales maternales maternity normal	10	unidades	12	\$ 0,67	\$ 7,99
<b>PAÑALES ADULTO</b>					
Pañal adulto dep.plenitud mediano	16	unidades	12	\$ 9,48	\$ 113,76
Pañal adulto dep.plenitud grande	16	unidades	12	\$ 11,62	\$ 139,40
Pañal adulto dep.plenitud mediano	8	unidades	12	\$ 4,97	\$ 59,62
Pañal adulto dep.plenitud grande	8	unidades	12	\$ 6,31	\$ 75,66
Tena normal	10	unidades	10	\$ 4,21	\$ 42,06
Tena super	10	unidades	10	\$ 6,45	\$ 64,55
<b>TOALLAS HÚMEDAS</b>					
Toallas húmeda huggies natural care recién nacido	50	unidades	6	\$ 3,08	\$ 18,46
Toallas húmeda huggies natural care recién nacido	48	unidades	6	\$ 2,95	\$ 17,72
Toallas húmeda huggies natural care disney	60	unidades	6	\$ 7,25	\$ 43,51

PRODUCTO	MEDIDA		CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Toallas húmeda huggies natural care refill disney	60	unidades	6	\$ 3,63	\$ 21,75
Toallas húmeda huggies natural care flip top	48	unidades	6	\$ 3,26	\$ 19,56
Toallas húmeda huggies natural care flip top	50	unidades	6	\$ 3,39	\$ 20,37
Toallas húmeda huggies classic	50	unidades	6	\$ 2,39	\$ 14,36
Toallas húmeda huggies act.fresh	48	unidades	6	\$ 2,30	\$ 13,79
Toallas húmeda huggies basic	65	unidades	6	\$ 1,56	\$ 9,37
Toallas húmeda huggies basic refill	65	unidades	6	\$ 1,22	\$ 7,34
Toallas húmedas panolini	20	unidades	6	\$ 0,76	\$ 4,57
Toallas húmedas panolini	50	unidades	6	\$ 1,33	\$ 8,00
Toallas húmedas johnson	70	unidades	6	\$ 2,53	\$ 15,18
Toallas húmedas johnson original	70	unidades	6	\$ 2,53	\$ 15,18
Toallas húmedas johnson lavanda manzanilla	50	unidades	6	\$ 1,49	\$ 8,94
<b>ACONDICIONADORES</b>					
Acondicionador Herbal essences riso sensual	170	ml	12	\$ 1,60	\$ 19,20
Acondicionador Herbal essences liso sensual	340	ml	12	\$ 3,36	\$ 40,32
Acondicionador Herbal essences normal	200	ml	12	\$ 2,03	\$ 24,36
Acondicionador Herbal essences normal	340	ml	12	\$ 3,36	\$ 40,32
Acondicionador Herbal essences teñido/perm/seco	200	ml	12	\$ 2,03	\$ 24,36
Acondicionador Herbal essences teñido/perm/seco	340	ml	12	\$ 3,36	\$ 40,32
Acondicionador Herbal essences teñido	340	ml	12	\$ 3,36	\$ 40,32
Acondicionador Herbal essences ener.	340	ml	12	\$ 3,36	\$ 40,32
Acondicionador Pantene control caída	400	ml	12	\$ 3,95	\$ 47,40

PRODUCTO	MEDIDA		CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Acondicionador Pantene cuidado clásico	400	ml	12	\$ 4,37	\$ 52,44
Acondicionador Pantene L/extremo	200	ml	12	\$ 2,11	\$ 25,32
Acondicionador Pantene L/extremo	400	ml	12	\$ 3,73	\$ 44,76
Acondicionador Pantene L/sedoso	200	ml	12	\$ 2,02	\$ 24,24
Acondicionador Pantene L/sedoso	400	ml	12	\$ 3,73	\$ 44,76
Acondicionador Pantene rizos definidos	200	ml	12	\$ 2,02	\$ 24,24
Acondicionador Pantene rizos definidos	400	ml	12	\$ 3,73	\$ 44,76
Acondicionador Pantene volumen cuerpo	400	ml	12	\$ 3,73	\$ 44,76
Acondicionador wellapon cabello liso	400	ml	12	\$ 2,46	\$ 29,52
Acondicionador wellapon cabello rizado	400	ml	12	\$ 2,46	\$ 29,52
Acondicionador wellapon manzanilla	400	ml	12	\$ 2,46	\$ 29,52
Acondicionador wellapon multiv&jojoba	200	ml	12	\$ 1,57	\$ 18,84
Acondicionador wellapon multiv&jojoba	400	ml	12	\$ 2,46	\$ 29,52
Acondicionador wellapon protection	400	ml	12	\$ 2,46	\$ 29,52
Acondicionador wellapon sol intenso	400	ml	12	\$ 2,46	\$ 29,52
Acondicionador har brillo seductor	500	ml	12	\$ 2,22	\$ 26,64
Acondicionador har sábila	250	ml	12	\$ 1,38	\$ 16,56
Acondicionador har durazno miel cabello seco	500	cm	12	\$ 2,22	\$ 26,64
Acondicionador har durazno miel cabello seco	250	cm	12	\$ 1,38	\$ 16,56
Acondicionador har papaya romero todo tipo cab.	500	cm	12	\$ 2,22	\$ 26,64
Acondicionador har sábila manzanilla cab.maltratado	250	ml	12	\$ 1,38	\$ 16,56
Acondicionador konzil cabello liso	200	ml	12	\$ 1,96	\$ 23,52

PRODUCTO	MEDIDA		CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Acondicionador konzil cabello rizado	200	ml	12	\$ 1,96	\$ 23,52
Acondicionador konzil anticasca	200	ml	12	\$ 1,96	\$ 23,52
Acondicionador konzil cabello seco	200	ml	12	\$ 1,96	\$ 23,52
Acondicionador konzil cabello tinturado	200	ml	12	\$ 1,96	\$ 23,52
Acondicionador konzil todo tipo de cabello	200	ml	12	\$ 1,96	\$ 23,52
Acondicionador konzil jojoba cabello normal	200	ml	12	\$ 1,96	\$ 23,52
Acondicionador sedal anti-sponge	200	ml	12	\$ 1,96	\$ 23,52
Acondicionador sedal anti-sponge	350	ml	12	\$ 2,97	\$ 35,64
Acondicionador sedal ceramidas	200	ml	12	\$ 1,96	\$ 23,52
Acondicionador sedal ceramidas	350	ml	12	\$ 2,97	\$ 35,64
Acondicionador sedal hidrolisado	200	ml	12	\$ 1,96	\$ 23,52
Acondicionador sedal hidrolisado	350	ml	12	\$ 2,97	\$ 35,64
Acondicionador sedal liso perfecto	200	ml	12	\$ 1,96	\$ 23,52
Acondicionador sedal liso perfecto	350	ml	12	\$ 2,97	\$ 35,64
Acondicionador sedal lissage	200	ml	12	\$ 1,96	\$ 23,52
Acondicionador sedal lissage	350	ml	12	\$ 2,97	\$ 35,64
Acondicionador sedal rizos obedientes	200	ml	12	\$ 1,96	\$ 23,52
Acondicionador sedal rizos obedientes	350	ml	12	\$ 2,97	\$ 35,64
Acondicionador sedal rojos vibrantes	200	ml	12	\$ 1,96	\$ 23,52
Acondicionador sedal rubios radianates	350	ml	12	\$ 2,97	\$ 35,64
<b>CREMAS DE PEINAR</b>					
Pantene hidrocrem peinar liso extremo	300	ml	12	\$ 2,83	\$ 33,96
Pantene hidrocrem peinar rizos definidos	300	ml	12	\$ 2,83	\$ 33,96

PRODUCTO	MEDIDA		CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Pantene hidrocrem peinar rizos hidratantes	300	ml	12	\$ 2,83	\$ 33,96
Wellapon crema de peinar cabello lacio	230	ml	12	\$ 1,70	\$ 20,40
Wellapon crema de peinar reparador	230	ml	12	\$ 1,70	\$ 20,40
Wellapon crema de peinar rizos	230	ml	12	\$ 1,70	\$ 20,40
Wellapon crema de peinar sol intenso	230	ml	12	\$ 1,70	\$ 20,40
Har crema de peinar cabello liso	300	ml	12	\$ 1,50	\$ 18,00
Har crema de peinar cabello teñido	300	ml	12	\$ 1,50	\$ 18,00
Konzil crema de peinar cabello liso	240	ml	12	\$ 2,37	\$ 28,44
Konzil crema de peinar cabello seco	240	ml	12	\$ 2,37	\$ 28,44
Konzil crema de peinar cabello tinturado	240	ml	12	\$ 2,37	\$ 28,44
Konzil crema de peinar cabello todo tipo	240	ml	12	\$ 2,37	\$ 28,44
Konzil crema de peinar cabello rizos	240	ml	12	\$ 2,37	\$ 28,44
Sedal crema de peinar anti& sponge	300	ml	12	\$ 2,35	\$ 28,20
Sedal crema de peinar ceramidas	300	ml	12	\$ 2,35	\$ 28,20
Sedal crema de peinar hidrolisado	150	ml	12	\$ 0,89	\$ 10,68
Sedal crema de peinar liso perfecto	300	ml	12	\$ 2,35	\$ 28,20
Sedal crema de peinar liso	300	ml	12	\$ 2,35	\$ 28,20
Sedal crema de peinar ondas irresistibles	300	ml	12	\$ 2,35	\$ 28,20
Sedal crema de peinar rizos obedientes	300	ml	12	\$ 2,35	\$ 28,20
Sedal crema de peinar rojos vibrantes	300	ml	12	\$ 2,35	\$ 28,20
<b>COTONETES</b>					
Copitos Johnson	150	unidades	12	\$ 2,47	\$ 29,64

PRODUCTO	MEDIDA		CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Copitos Johnson	75	unidades	12	\$ 1,74	\$ 20,88
Cotonetes madera dobles	50	unidades	12	\$ 0,35	\$ 4,20
Cotonetes madera dobles	100	unidades	12	\$ 0,52	\$ 6,24
Cotonetes plásticos doble	50	unidades	12	\$ 0,32	\$ 3,84
Cotonetes plásticos doble	100	unidades	12	\$ 0,42	\$ 5,04
Cotonetes bebé	30	unidades	12	\$ 0,99	\$ 11,88
Cotonetes pomo	150	unidades	12	\$ 1,33	\$ 15,96
<b>VASELINA</b>					
Vaselina johnson original	50	gramos	12	\$ 1,13	\$ 13,56
Vaselina johnson original	100	gramos	12	\$ 1,81	\$ 21,72
Vaselina cero bebe	50	gramos	12	\$ 1,58	\$ 18,96

*Fuente: Elaboración propia*

PRODUCTO	MEDIDA		CANT	COSTO UNIT	COSTO TOTAL
Vaselina cero bebe	110	gramos	12	\$ 2,09	\$ 25,08
Vaselina para mi bebé	100	gramos	12	\$ 1,68	\$ 20,16
Vaselina petrolada simple lira	120	gramos	12	\$ 1,56	\$ 18,72
Vaselina petrolada simple lira	250	gramos	12	\$ 2,50	\$ 30,00
<b>PROTECTOR SOLAR</b>					
Sundown fps 15	120	ml	12	\$ 5,46	\$ 65,52
Sundown fps 15 sport	115	ml	12	\$ 6,34	\$ 76,08
Sundown fps 20	120	ml	12	\$ 6,13	\$ 73,56
Sundown fps 30	120	ml	12	\$ 7,66	\$ 91,92
Sundown fps 30 baby color	120	ml	12	\$ 7,63	\$ 91,56
<b>GEL</b>					
Gel Biolage pantenol tubo	200	gramos	12	\$ 2,01	\$ 24,12
Gel Biolage normal tubo	200	gramos	12	\$ 1,95	\$ 23,40
Gel Biolage silicona	160	gramos	12	\$ 1,95	\$ 23,40
Gel Biolage normal	160	gramos	12	\$ 1,88	\$ 22,56
<b>TOTAL, UNIDADES PRODUCTOS DE ASEO</b>			2,180		

Fuente: Elaboración propia

### 3.4 Intangibles

Tabla 33: Presupuesto de gastos Intangibles

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	
Gastos de constitución	1	\$ 500,00	\$ 500,00	
Formulacion del Proyecto	1	\$ 897,00	\$ 897,00	
Sistema informático	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	<b>\$ 3.397,00</b>

Fuente: Elaboración propia

### 3.5 Presupuesto de remuneración salarial

Tabla 34: Presupuesto de remuneración salarial

N o.	TIPO	SUELDOS Y SALARIOS AÑO 1	SUELDOS Y SALARIOS AÑO 2	SUELDOS Y SALARIOS AÑO 3	SUELDOS Y SALARIOS AÑO 4	SUELDOS Y SALARIOS AÑO 5
1	Administración	\$ 35,459.40	\$ 38,940.20	\$ 40,236.91	\$ 41,576.80	\$ 42,961.30
2	Ventas	\$ 27,047.76	\$ 29,668.45	\$ 30,656.41	\$ 31,677.27	\$ 32,732.12
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 62,507.16</b>	<b>\$ 68,608.65</b>	<b>\$ 70,893.32</b>	<b>\$ 73,254.06</b>	<b>\$ 75,693.42</b>

Fuente: Elaboración propia

Se consolidan los salarios por año, incluyendo el salario base (asignado) por cargo, mas las vacaciones, treceavo mes, horas extras, INSS (Instituto Nacional de Seguridad Social) patronal e INATEC (Instituto Nacional Tecnológico). (Anexo 2 y 3: Nomina mensual).

### 3.6 Gastos generales

Tabla 35: Presupuesto de gastos generales

DETALLE	ADMINISTRACIÓN	COMERCIALIZACIÓN	VALOR MENSUAL
ARRIENDO	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 600.00
LUZ	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 200.00
AGUA	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 100.00
TELÉFONO	\$ 125.00	\$ 125.00	\$ 250.00
SUMINISTROS DE ASEO	\$ 25.00	\$ 25.00	\$ 50.00
MOVILIZACIÓN	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 200.00

DETALLE	ADMINISTRACIÓN	COMERCIALIZACIÓN	VALOR MENSUAL
PAPELERIA	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 100.00
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 200.00
<b>TOTAL GASTOS MENSUALES</b>	<b>\$ 850.00</b>	<b>\$ 850.00</b>	<b>\$ 1,700.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 36: Inversión de Administración

RESUMEN DE LA INVERSIÓN			
ADMINISTRACIÓN			
<b>INVERSIÓN FIJA</b>			15,425.11
Caja – Bancos		6,215.90	
Equipos de Computación		2,695.01	
Equipos de Oficina		1,021.20	
Muebles y Enseres		2,096.00	
Intangibles		3,397.00	
<b>TOTAL ADMINISTRACIÓN</b>			<b>15,425.11</b>
<b>COMERCIALIZACIÓN</b>			
<b>INVERSIÓN FIJA</b>			18,399.60
Equipos de Computación		2,385.00	
Equipos de Oficina		597.80	
Muebles y equipos de oficina		9,668.80	
Maquinaria y equipos		5,748.00	
<b>INVERSIÓN VARIABLE</b>			96,689.43
Inventarios			
Productos de Aseo	4,970.12		
Alimentos y bebidas	3,819.45		
Bebés (productos)	4,119.36		

RESUMEN DE LA INVERSIÓN ADMINISTRACIÓN				
Cuidado e higiene personal	10,995.27			
Rehabilitación	72,785.24			
<b>TOTAL COMERCIALIZACIÓN</b>				<b>115,089.03</b>
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>				<b>130,514.14</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 37: Inversion

INVERSIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Inversión Fija	\$ 33.824,71	25,92%
Inversion Variable	\$ 96.689,43	74,08%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 130.514,14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

### 3.7 Cronograma de la inversión

Tabla 38: Cronograma de inversión

ORÍGENES	SEMANAS	OPERACIÓN				TOTAL
		1	2	3	4	
PORCENTAJE DISTRIBUCIÓN (SEMANTAL)		45%	30%	20%	5%	100%
FINANCIAMIENTO PROPIO		23.492,55	15.661,70	10.441,13	2.610,28	52.205,66
FINANCIAMIENTO EXTERNO		35.238,82	23.492,55	15.661,70	3.915,42	78.308,49
<b>(1) TOTAL ORÍGENES</b>		<b>58.731,36</b>	<b>39.154,24</b>	<b>26.102,83</b>	<b>6.525,71</b>	<b>130.514,14</b>
APLICACIONES	PROCENTUAL					
<b>INVERSIÓN FIJA ADMINISTRACIÓN</b>	<b>11,82%</b>	<b>6.941,30</b>	<b>4.627,53</b>	<b>3.085,02</b>	<b>771,26</b>	<b>15.425,11</b>
Caja - Bancos	4,76%	2.797,16	1.864,77	1.243,18	310,80	6.215,90
Equipos de Computación	2,06%	1.212,75	808,50	539,00	134,75	2.695,01
Equipos de Oficina	0,78%	459,54	306,36	204,24	51,06	1.021,20
Muebles y Enseres	1,61%	943,20	628,80	419,20	104,80	2.096,00
Intangibles	2,60%	1.528,65	1.019,10	679,40	169,85	3.397,00

ORÍGENES	SEMANAS	OPERACIÓN				TOTAL
		1	2	3	4	
<b>INVERSIÓN FIJA COMERCIALIZACIÓN</b>	<b>14,10%</b>	<b>8.279,82</b>	<b>5.519,88</b>	<b>3.679,92</b>	<b>919,98</b>	<b>18.399,60</b>
Equipos de Computación	1,83%	1.073,25	715,50	477,00	119,25	2.385,00
Equipos de Oficina	0,46%	269,01	179,34	119,56	29,89	597,80
Muebles y Enseres	7,41%	4.350,96	2.900,64	1.933,76	483,44	9.668,80
Maquinaria y equipos	4,40%	2.586,60	1.724,40	1.149,60	287,40	5.748,00
<b>INVERSIÓN VARIABLE COMERCIALIZACIÓN</b>	<b>74,08%</b>	<b>43.510,24</b>	<b>29.006,83</b>	<b>19.337,8</b>	<b>4.834,</b>	<b>96.689,43</b>
<b>Inventarios</b>						
Productos de Aseo	3,81%	2.236,55	1.491,04	994,02	248,51	4.970,12
Alimentos y bebidas	2,93%	1.718,75	1.145,84	763,89	190,97	3.819,45
Bebés (productos)	3,16%	1.853,71	1.235,81	823,87	205,97	4.119,36
Cuidado e higiene personal	8,42%	4.947,87	3.298,58	2.199,05	549,76	10.995,27
Rehabilitación	55,77%	32.753,36	21.835,57	14.557,05	3.639,26	72.785,24
<b>TOTAL COMERCIALIZACIÓN</b>	<b>88,18%</b>	<b>51.790,07</b>	<b>34.526,71</b>	<b>23.017,81</b>	<b>5.754,45</b>	<b>115.089,03</b>
<b>(2) TOTAL APLICACIONES</b>	<b>100,00%</b>	<b>58.731,36</b>	<b>39.154,24</b>	<b>26.102,83</b>	<b>6.525,71</b>	<b>130.514,14</b>

Fuente: Elaboración propia

Para el presente proyecto se requiere una inversión de USD \$130.514.14 de lo cual el 25,92% corresponde a inversión fija y el restante 74.08% corresponde a capital de trabajo.

### 3.8 Estructura del capital

Tabla 39: Estructura del capital

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
PROPIO	\$ 52.205,66	40,00%
EXTERNO	\$ 78.308,49	60,00%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 130.514,14</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Elaboración propia

El capital propio cubre el 40% del capital de trabajo y el capital financiado será invertido en parte de capital de trabajo y la inversión fija, es decir, para la compra de equipos.

La fuente de financiamiento externo será el Banco BANCENTRO (LAFISE), que es una de las entidades bancarias existentes en la localidad de Nueva Guinea y que financiara proyectos de inversión en MIPYMES en el sector comercial.

### 3.9 Amortización de la deuda

Tabla 40: Amortizacion de deuda

DATOS PARA EL CRÉDITO			
<b>Capital</b>	\$ 78.308,49	<b>Pago requerido</b>	\$ 2.721
<b>Tasa interés anual</b> <b>Tasa interés mensual</b>	15.18%	<b>Pago total</b> <b>Factor</b>	\$ 97.974
<b>Número de años</b>	3		
<b>Cuotas</b>	36		
<b>Garantía</b>	Prendaria		

Fuente: Elaboración propia

La garantía prendaria que respaldará el crédito (financiamiento), es una propiedad (finca ubicada en la colonia el Serrano) de uno de los socios, la cual esta valorada en US\$235,000.00 dolares norteamericanos según el catastro (Alcaldia Nueva Guinea), que esta con impuestos actualizados y libre de gravamen.

Tabla 41: Financiamiento

<b>P= CANTIDAD A FINANCIAR</b>	\$ 78.308,49
<b>i= TASA DE INTERÉS (mensual)</b>	1,3%
<b>n= PLAZO</b>	36

Fuente: Elaboración propia

#### FÓRMULA:

##### Ecuación 5: Financiamiento

$$R = \frac{P * (i * (1 + i) ^n}{(1 + i)^n - 1}$$

Tabla 42: Amortización de préstamo

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO				
CUOTA	PRINCIPAL	INTERÉS	TOTAL	SALDO
1	\$ 1.730,89	\$ 990,60	\$ 2.721,50	\$ 76.577,59
2	\$ 1.752,79	\$ 968,71	\$ 2.721,50	\$ 74.824,80
3	\$ 1.774,96	\$ 946,53	\$ 2.721,50	\$ 73.049,84
4	\$ 1.797,42	\$ 924,08	\$ 2.721,50	\$ 71.252,42
5	\$ 1.820,15	\$ 901,34	\$ 2.721,50	\$ 69.432,27
6	\$ 1.843,18	\$ 878,32	\$ 2.721,50	\$ 67.589,09
7	\$ 1.866,50	\$ 855,00	\$ 2.721,50	\$ 65.722,59
8	\$ 1.890,11	\$ 831,39	\$ 2.721,50	\$ 63.832,49
9	\$ 1.914,02	\$ 807,48	\$ 2.721,50	\$ 61.918,47
10	\$ 1.938,23	\$ 783,27	\$ 2.721,50	\$ 59.980,24
11	\$ 1.962,75	\$ 758,75	\$ 2.721,50	\$ 58.017,49
12	\$ 1.987,58	\$ 733,92	\$ 2.721,50	\$ 56.029,92
13	\$ 2.012,72	\$ 708,78	\$ 2.721,50	\$ 54.017,20
14	\$ 2.038,18	\$ 683,32	\$ 2.721,50	\$ 51.979,02
15	\$ 2.063,96	\$ 657,53	\$ 2.721,50	\$ 49.915,06
16	\$ 2.090,07	\$ 631,43	\$ 2.721,50	\$ 47.824,99
17	\$ 2.116,51	\$ 604,99	\$ 2.721,50	\$ 45.708,47
18	\$ 2.143,28	\$ 578,21	\$ 2.721,50	\$ 43.565,19
19	\$ 2.170,40	\$ 551,10	\$ 2.721,50	\$ 41.394,79
20	\$ 2.197,85	\$ 523,64	\$ 2.721,50	\$ 39.196,94
21	\$ 2.225,66	\$ 495,84	\$ 2.721,50	\$ 36.971,28
22	\$ 2.253,81	\$ 467,69	\$ 2.721,50	\$ 34.717,47
23	\$ 2.282,32	\$ 439,18	\$ 2.721,50	\$ 32.435,15
24	\$ 2.311,19	\$ 410,30	\$ 2.721,50	\$ 30.123,96
25	\$ 2.340,43	\$ 381,07	\$ 2.721,50	\$ 27.783,53
26	\$ 2.370,04	\$ 351,46	\$ 2.721,50	\$ 25.413,50
27	\$ 2.400,02	\$ 321,48	\$ 2.721,50	\$ 23.013,48
28	\$ 2.430,38	\$ 291,12	\$ 2.721,50	\$ 20.583,10
29	\$ 2.461,12	\$ 260,38	\$ 2.721,50	\$ 18.121,98
30	\$ 2.492,25	\$ 229,24	\$ 2.721,50	\$ 15.629,73
31	\$ 2.523,78	\$ 197,72	\$ 2.721,50	\$ 13.105,95
32	\$ 2.555,71	\$ 165,79	\$ 2.721,50	\$ 10.550,24
33	\$ 2.588,04	\$ 133,46	\$ 2.721,50	\$ 7.962,20
34	\$ 2.620,78	\$ 100,72	\$ 2.721,50	\$ 5.341,43
35	\$ 2.653,93	\$ 67,57	\$ 2.721,50	\$ 2.687,50
36	\$ 2.687,50	\$ 34,00	\$ 2.721,50	\$ 0,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 78.308,49</b>	<b>\$ 19.665,41</b>	<b>\$ 97.973,89</b>	

Fuente: LAFISE (Creditos bancarios comerciales)

### 3.10 Depreciación y amortización 3.10.1 Depreciaciones

Tabla 43: Depreciacion

ADMINISTRACION	VALOR A DEPRECIAR	% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DE 1 A 3 AÑOS
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 2.695,01	33,33%	\$ 898,25	\$ 74,85	
EQUIPO DE OFICINA	\$ 1.021,20	10,00%	\$ 102,12	\$ 8,51	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 2.096,00	10,00%	\$ 209,60	\$ 17,47	<b>\$ 1.209,97</b>
				<b>\$ 100,83</b>	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 44: Depreciacion

COMERCIALIZACIÓN	VALOR A DEPRECIAR	% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL (1 A 3 AÑOS)	DEPRECIACIÓN MENSUAL (4 A 5 AÑOS)	DE 1 A 3 AÑOS	DE 4 A 5 AÑOS
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 2.385,00	33,33%	\$ 794,92	\$ 66,24			
EQUIPO DE OFICINA	\$ 597,80	10,00%	\$ 59,78	\$ 4,98	\$ 4,98		
MUEBLES Y ENSERES	\$ 9.668,80	10,00%	\$ 966,88	\$ 80,57	\$ 80,57		
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 5.748,00	10,00%	\$ 574,80	\$ 47,90	\$ 47,90	<b>\$ 2.396,38</b>	<b>\$ 1.601,46</b>
				<b>\$ 199,70</b>	<b>\$ 133,46</b>		

Fuente: Elaboración propia

### 3.11 Presupuesto de ventas

Tabla 45: Presupuesto de venta del 1° año

AÑO 1						
PRODUCTOS	TOTAL COSTOS	DEMANDA	PRESUPUESTO	VENTAS DEL AÑO	INVENTARIO FINAL	INVENTARIO INICIAL
Productos de Aseo	\$ 59.641	59.641	\$ 56.659	67.991	2.982	0
Alimentos, bebidas y golosinas	\$ 45.833	45.833	\$ 43.542	52.250	2.292	0
Bebés (productos)	\$ 49.432	49.432	\$ 46.961	56.353	2.472	0
Cuidado e higiene	\$ 131.943	131.943	\$ 125.346	150.415	6.597	0
Rehabilitación, cirugía	\$ 873.423	873.423	\$ 829.752	995.702	43.671	0
<b>TOTAL AÑO 1</b>	<b>\$ 1.160.273</b>	<b>1.160.273</b>	<b>\$ 1.102.259</b>	<b>1.322.711</b>	<b>58.014</b>	<b>0</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 46: Presupuesto de venta del 2° año

AÑO 2						
PRODUCTOS	TOTAL COSTOS	DEMANDA	PRESUPUESTO	VENTAS DEL AÑO	INVENTARIO FINAL	INVENTARIO INICIAL
Productos de Aseo	61.627	61.627	58.546	70.255	6.063	2.982
Alimentos, bebidas y golosinas	47.360	47.360	44.992	53.990	4.660	2.292
Bebés (productos)	51.078	51.078	48.524	58.229	5.026	2.472

PRODUCTOS	TOTAL	DEMANDA	PRESUPUESTO	VENTAS	INVENTARIO	INVENTARIO
Cuidado e higiene	136.337	136.337	129.520	155.424	13.414	6.597
Rehabilitación, cirugía	902.508	902.508	857.382	1.028.859	88.797	43.671
<b>TOTAL AÑO 2</b>	<b>1.198.910</b>	<b>1.198.910</b>	<b>1.138.965</b>	<b>1.366.758</b>	<b>117.959</b>	<b>58.014</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 47: Presupuesto de venta del 3° año

AÑO 3						
PRODUCTOS	TOTAL COSTOS	DEMANDA	PRESUPUESTO	VENTAS DEL AÑO	INVENTARIO FINAL	INVENTARIO INICIAL
Productos de Aseo	63.680	63.680	60.496	72.595	9.247	6.063
Alimentos, bebidas y golosinas	48.937	48.937	46.490	55.788	7.106	4.660
Bebés (productos)	52.779	52.779	50.140	60.168	7.664	5.026
Cuidado e higiene	140.877	140.877	133.833	160.600	20.458	13.414
Rehabilitación, cirugía	932.561	932.561	885.933	1.063.120	135.425	88.797
<b>TOTAL AÑO 3</b>	<b>1.238.834</b>	<b>1.238.834</b>	<b>1.176.892</b>	<b>1.412.271</b>	<b>179.901</b>	<b>117.959</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 48: Presupuesto de venta del 4° año

AÑO 4						
PRODUCTOS	TOTAL COSTOS	DEMANDA	PRESUPUESTO	VENTAS DEL AÑO	INVENTARIO FINAL	INVENTARIO INICIAL
Productos de Aseo	65.800	65.800	62.510	75.012	12.537	9.247
Alimentos, bebidas y golosinas	50.566	50.566	48.038	57.646	9.635	7.106
Bebés (productos)	54.537	54.537	51.810	62.172	10.391	7.664
Cuidado e higiene	145.568	145.568	138.290	165.948	27.736	20.458
Rehabilitación, cirugía	963.616	963.616	915.435	1.098.522	183.605	135.425
<b>TOTAL AÑO 4</b>	<b>1.280.087</b>	<b>1.280.087</b>	<b>1.216.083</b>	<b>1.459.299</b>	<b>243.905</b>	<b>179.901</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 49: Presupuesto de venta del 5° año

AÑO 5						
PRODUCTOS	TOTAL COSTOS	DEMANDA	PRESUPUESTO	VENTAS DEL AÑO	INVENTARIO FINAL	INVENTARIO INICIAL
Productos de Aseo	67.991	67.991	64.592	77.510	15.937	12.537
Alimentos, bebidas y golosinas	52.250	52.250	49.638	59.565	12.247	9.635
Bebés (productos)	56.353	56.353	53.535	64.242	13.209	10.391
Cuidado e higiene	150.416	150.416	142.895	171.474	35.257	27.736
Rehabilitación, cirugía	995.704	995.704	945.919	1.135.103	233.391	183.605
<b>TOTAL AÑO 5</b>	<b>1.322.714</b>	<b>1.322.714</b>	<b>1.256.578</b>	<b>1.507.89</b>	<b>310.041</b>	<b>243.905</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 50: Resumen de ventas

RESUMEN DE VENTAS						
PRODUCTOS	AÑOS	TOTAL COSTOS	DEMANDA	PRESUPUESTO	VENTAS DEL AÑO	% DE VENTAS POR PRODUCTO
Productos de Aseo	1	\$ 318.740	318.740	302.803	363.364	5,14%
Alimentos, bebidas y golosinas	2	\$ 244.946	244.946	232.699	279.239	3,95%
Bebés (productos)	3	\$ 264.180	264.180	250.971	301.165	4,26%
Cuidado e higiene personal	4	\$ 705.141	705.141	669.884	803.860	11,37%
Rehabilitación, cirugía	5	\$ 4.667.812	4.667.812	4.434.421	5.321.305	75,28%
<b>TOTAL VENTAS</b>		<b>\$ 6.200.819</b>	<b>6.200.819</b>	<b>5.890.778</b>	<b>7.068.933</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

### 3.11 Gastos de administración y ventas año 1

Tabla 51: Gastos de administración

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
<b>Sueldos:</b>	\$ 4.480,43	\$ 4.480,43	\$ 4.480,43	\$ 4.480,43	\$ 4.480,43	\$ 4.480,43	\$ 4.480,43	\$ 4.480,43	\$ 4.480,43	\$ 4.480,43	\$ 4.480,43	\$ 4.480,43
Admin.	\$ 5.208,93	\$ 5.208,93	\$ 5.208,93	\$ 5.208,93	\$ 5.208,93	\$ 5.208,93	\$ 5.208,93	\$ 5.208,93	\$ 5.208,93	\$ 5.208,93	\$ 5.208,93	\$ 5.208,93
Ventas	\$ 2.954,95	\$ 2.954,95	\$ 2.954,95	\$ 2.954,95	\$ 2.954,95	\$ 2.954,95	\$ 2.954,95	\$ 2.954,95	\$ 2.954,95	\$ 2.954,95	\$ 2.954,95	\$ 2.954,95
	\$ 2.253,98	\$ 2.253,98	\$ 2.253,98	\$ 2.253,98	\$ 2.253,98	\$ 2.253,98	\$ 2.253,98	\$ 2.253,98	\$ 2.253,98	\$ 2.253,98	\$ 2.253,98	\$ 2.253,98
<b>Gastos General</b>												
Admin.	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00
Arriendo	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00
Energía	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Agua	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Comunic.	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Útiles de aseo	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00	\$ 125,00
Movilizaci	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00
Suministros de Imprenta	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Suministros de oficina	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Otros	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00

Fuente: Elaboración propia

### 3.12 Gastos de administración y ventas año 2 a 5

Tabla 52: Gastos de admstracion del 2° y 5° año

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Sueldos:</b>	<b>\$ 62.507,16</b>	<b>\$ 68.608,65</b>	<b>\$ 70.893,32</b>	<b>\$ 73.254,06</b>	<b>\$ 75.693,42</b>
Administración	\$ 35.459,40	\$ 38.940,20	\$ 40.236,91	\$ 41.576,80	\$ 42.961,30
Ventas	\$ 27.047,76	\$ 29.668,45	\$ 30.656,41	\$ 31.677,27	\$ 32.732,12
<b>Gastos Generales</b>	<b>\$ 20.400,00</b>	<b>\$ 21.079,32</b>	<b>\$ 21.781,26</b>	<b>\$ 22.506,58</b>	<b>\$ 23.256,05</b>
<b>Administración</b>	<b>\$ 10.200,00</b>	<b>\$ 10.539,66</b>	<b>\$ 10.890,63</b>	<b>\$ 11.253,29</b>	<b>\$ 11.628,02</b>
Arriendo	\$ 3.600,00	\$ 3.719,88	\$ 3.843,75	\$ 3.971,75	\$ 4.104,01
Energía Eléctrica	\$ 1.200,00	\$ 1.239,96	\$ 1.281,25	\$ 1.323,92	\$ 1.368,00
Agua	\$ 600,00	\$ 619,98	\$ 640,63	\$ 661,96	\$ 684,00
Comunicaciones	\$ 1.500,00	\$ 1.549,95	\$ 1.601,56	\$ 1.654,90	\$ 1.710,00
Útiles de aseo	\$ 300,00	\$ 309,99	\$ 320,31	\$ 330,98	\$ 342,00
Transporte	\$ 1.200,00	\$ 1.239,96	\$ 1.281,25	\$ 1.323,92	\$ 1.368,00
Papelería	\$ 600,00	\$ 619,98	\$ 640,63	\$ 661,96	\$ 684,00
Suministros de oficina	\$ 1.200,00	\$ 1.239,96	\$ 1.281,25	\$ 1.323,92	\$ 1.368,00
otros	-	-	-	-	-
<b>Comercialización</b>	<b>\$ 10.200,00</b>	<b>\$ 10.539,66</b>	<b>\$ 10.890,63</b>	<b>\$ 11.253,29</b>	<b>\$ 11.628,02</b>
Arriendo	\$ 3.600,00	\$ 3.719,88	\$ 3.843,75	\$ 3.971,75	\$ 4.104,01

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Energía Eléctrica	\$ 1.200,00	\$ 1.239,96	\$ 1.281,25	\$ 1.323,92	\$ 1.368,00
Aqua	\$ 600,00	\$ 619,98	\$ 640,63	\$ 661,96	\$ 684,00
Comunicaciones	\$ 1.500,00	\$ 1.549,95	\$ 1.601,56	\$ 1.654,90	\$ 1.710,00
Útiles de aseo	\$ 300,00	\$ 309,99	\$ 320,31	\$ 330,98	\$ 342,00
Transporte	\$ 1.200,00	\$ 1.239,96	\$ 1.281,25	\$ 1.323,92	\$ 1.368,00
Papelería	\$ 600,00	\$ 619,98	\$ 640,63	\$ 661,96	\$ 684,00
Suministros de oficina	\$ 1.200,00	\$ 1.239,96	\$ 1.281,25	\$ 1.323,92	\$ 1.368,00
otros	-	-	-	-	-
<b>Total gastos</b>	<b>\$ 82.907,16</b>	<b>\$ 89.687,97</b>	<b>\$ 92.674,58</b>	<b>\$ 95.760,64</b>	<b>\$ 98.949,47</b>

Fuente: Elaboración propia

### 3.13 Estados financieros

#### 3.13.1 Estado de resultados proyectado primer año

Tabla 53: Estado de resultado del primer año

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
<b>Ventas</b>	\$ 110.225,95	\$ 110.225,95	\$ 110.225,95	\$ 110.225,95	\$ 110.225,95	\$ 110.225,95	\$ 110.225,95	\$ 110.225,95	\$ 110.225,95	\$ 110.225,95	\$ 110.225,95	\$ 110.225,95
<b>Costo de Ventas</b>	\$ 93.895,44	\$ 93.895,44	\$ 93.895,44	\$ 93.895,44	\$ 93.895,44	\$ 93.895,44	\$ 93.895,44	\$ 93.895,44	\$ 93.895,44	\$ 93.895,44	\$ 93.895,44	\$ 93.895,44
<b>Variables:</b>	\$ 91.854,96	\$ 91.854,96	\$ 91.854,96	\$ 91.854,96	\$ 91.854,96	\$ 91.854,96	\$ 91.854,96	\$ 91.854,96	\$ 91.854,96	\$ 91.854,96	\$ 91.854,96	\$ 91.854,96
<b>Productos</b>	\$ 91.854,96	\$ 91.854,96	\$ 91.854,96	\$ 91.854,96	\$ 91.854,96	\$ 91.854,96	\$ 91.854,96	\$ 91.854,96	\$ 91.854,96	\$ 91.854,96	\$ 91.854,96	\$ 91.854,96
Productos de Aseo	\$ 4.721,61	\$ 4.721,61	\$ 4.721,61	\$ 4.721,61	\$ 4.721,61	\$ 4.721,61	\$ 4.721,61	\$ 4.721,61	\$ 4.721,61	\$ 4.721,61	\$ 4.721,61	\$ 4.721,61
Alimentos, bebidas y golosinas	\$ 3.628,48	\$ 3.628,48	\$ 3.628,48	\$ 3.628,48	\$ 3.628,48	\$ 3.628,48	\$ 3.628,48	\$ 3.628,48	\$ 3.628,48	\$ 3.628,48	\$ 3.628,48	\$ 3.628,48
Bebés (productos)	\$ 3.913,39	\$ 3.913,39	\$ 3.913,39	\$ 3.913,39	\$ 3.913,39	\$ 3.913,39	\$ 3.913,39	\$ 3.913,39	\$ 3.913,39	\$ 3.913,39	\$ 3.913,39	\$ 3.913,39
Cuidado e higiene personal	\$ 10.445,50	\$ 10.445,50	\$ 10.445,50	\$ 10.445,50	\$ 10.445,50	\$ 10.445,50	\$ 10.445,50	\$ 10.445,50	\$ 10.445,50	\$ 10.445,50	\$ 10.445,50	\$ 10.445,50
Rehabilitación, cirugía	\$ 69.145,98	\$ 69.145,98	\$ 69.145,98	\$ 69.145,98	\$ 69.145,98	\$ 69.145,98	\$ 69.145,98	\$ 69.145,98	\$ 69.145,98	\$ 69.145,98	\$ 69.145,98	\$ 69.145,98
<b>Margen de contribución</b>	\$ 18.370,99	\$ 18.370,99	\$ 18.370,99	\$ 18.370,99	\$ 18.370,99	\$ 18.370,99	\$ 18.370,99	\$ 18.370,99	\$ 18.370,99	\$ 18.370,99	\$ 18.370,99	\$ 18.370,99
%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%
<b>Fijos</b>	\$ 2.040,48	\$ 2.040,48	\$ 2.040,48	\$ 2.040,48	\$ 2.040,48	\$ 2.040,48	\$ 2.040,48	\$ 2.040,48	\$ 2.040,48	\$ 2.040,48	\$ 2.040,48	\$ 2.040,48
Gastos Generales	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00
Depreciación	\$ 300,53	\$ 300,53	\$ 300,53	\$ 300,53	\$ 300,53	\$ 300,53	\$ 300,53	\$ 300,53	\$ 300,53	\$ 300,53	\$ 300,53	\$ 300,53
Amortización	\$ 39,95	\$ 39,95	\$ 39,95	\$ 39,95	\$ 39,95	\$ 39,95	\$ 39,95	\$ 39,95	\$ 39,95	\$ 39,95	\$ 39,95	\$ 39,95

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
<b>UTILIDAD</b>	<b>\$ 16.330,51</b>											
%	14,82%	14,82%	14,82%	14,82%	14,82%	14,82%	14,82%	14,82%	14,82%	14,82%	14,82%	14,82%
Gastos de Administración	\$ 5.208,93	\$ 5.208,93	\$ 5.208,93	\$ 5.208,93	\$ 5.208,93	\$ 5.208,93	\$ 5.208,93	\$ 5.208,93	\$ 5.208,93	\$ 5.208,93	\$ 5.208,93	\$ 5.208,93
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 11.121,58</b>											
%	10,09%	10,09%	10,09%	10,09%	10,09%	10,09%	10,09%	10,09%	10,09%	10,09%	10,09%	10,09%
Ingresos Financieros												
Gastos Financieros	\$ 990,60	\$ 968,71	\$ 946,53	\$ 924,08	\$ 901,34	\$ 878,32	\$ 855,00	\$ 831,39	\$ 807,48	\$ 783,27	\$ 758,75	\$ 733,92
<b>UTILIDADES ANTES</b>	<b>\$ 10.130,98</b>	<b>\$ 10.152,88</b>	<b>\$ 10.175,05</b>	<b>\$ 10.197,50</b>	<b>\$ 10.220,24</b>	<b>\$ 10.243,26</b>	<b>\$ 10.266,58</b>	<b>\$ 10.290,19</b>	<b>\$ 10.314,10</b>	<b>\$ 10.338,31</b>	<b>\$ 10.362,83</b>	<b>\$ 10.387,66</b>
Participación Trabajadores	\$ 1.519,65	\$ 1.522,93	\$ 1.526,26	\$ 1.529,63	\$ 1.533,04	\$ 1.536,49	\$ 1.539,99	\$ 1.543,53	\$ 1.547,12	\$ 1.550,75	\$ 1.554,42	\$ 1.558,15
Impuesto a la Renta	\$ 2.152,83	\$ 2.157,49	\$ 2.162,20	\$ 2.166,97	\$ 2.171,80	\$ 2.176,69	\$ 2.181,65	\$ 2.186,67	\$ 2.191,75	\$ 2.196,89	\$ 2.202,10	\$ 2.207,38
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 6.458,50</b>	<b>\$ 6.472,46</b>	<b>\$ 6.486,59</b>	<b>\$ 6.500,91</b>	<b>\$ 6.515,40</b>	<b>\$ 6.530,08</b>	<b>\$ 6.544,95</b>	<b>\$ 6.560,00</b>	<b>\$ 6.575,24</b>	<b>\$ 6.590,68</b>	<b>\$ 6.606,31</b>	<b>\$ 6.622,13</b>
% Ventas	5,86%	5,87%	5,88%	5,90%	5,91%	5,92%	5,94%	5,95%	5,97%	5,98%	5,99%	6,01%

Fuente: Elaboración propia

### 3.14 Estado de resultados proyectado anual año 2 a 5

Tabla 54: Estado de resultado del año 2 y 5

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ventas</b>	<b>\$ 1.322.711,39</b>	<b>\$ 1.366.757,68</b>	<b>\$ 1.412.270,71</b>	<b>\$ 1.459.299,33</b>	<b>\$ 1.507.893,99</b>
<b>Costo de Ventas</b>	<b>\$ 1.126.745,24</b>	<b>\$ 1.164.129,80</b>	<b>\$ 1.202.759,27</b>	<b>\$ 1.240.670,21</b>	<b>\$ 1.281.915,23</b>
<b>Variables:</b>	<b>\$ 1.102.259,49</b>	<b>\$ 1.138.964,73</b>	<b>\$ 1.176.892,26</b>	<b>\$ 1.216.082,77</b>	<b>\$ 1.256.578,33</b>
<b>Productos</b>	<b>\$ 1.102.259,49</b>	<b>\$ 1.138.964,73</b>	<b>\$ 1.176.892,26</b>	<b>\$ 1.216.082,77</b>	<b>\$ 1.256.578,33</b>
Productos de Aseo	\$ 56.659,35	\$ 58.546,11	\$ 60.495,69	\$ 62.510,20	\$ 64.591,79
Alimentos, bebidas y golosinas	\$ 43.541,73	\$ 44.991,67	\$ 46.489,89	\$ 48.038,01	\$ 49.637,67
Bebés (productos)	\$ 46.960,65	\$ 48.524,44	\$ 50.140,30	\$ 51.809,97	\$ 53.535,25
Cuidado e higiene personal	\$ 125.346,04	\$ 129.520,06	\$ 133.833,08	\$ 138.289,72	\$ 142.894,77
Rehabilitación, cirugía	\$ 829.751,72	\$ 857.382,45	\$ 885.933,29	\$ 915.434,87	\$ 945.918,85
<b>Margen de contribución</b>	<b>\$ 220.451,90</b>	<b>\$ 227.792,95</b>	<b>\$ 235.378,45</b>	<b>\$ 243.216,55</b>	<b>\$ 251.315,67</b>
<b>%</b>	<b>16,67%</b>	<b>16,67%</b>	<b>16,67%</b>	<b>16,67%</b>	<b>16,67%</b>
<b>Fijos</b>	<b>\$ 24.485,75</b>	<b>\$ 25.165,07</b>	<b>\$ 25.867,01</b>	<b>\$ 24.587,44</b>	<b>\$ 25.336,91</b>
Gastos Generales	\$ 20.400,00	\$ 21.079,32	\$ 21.781,26	\$ 22.506,58	\$ 23.256,05
Depreciación	\$ 3.606,35	\$ 3.606,35	\$ 3.606,35	\$ 1.601,46	\$ 1.601,46
Amortización	\$ 479,40	\$ 479,40	\$ 479,40	\$ 479,40	\$ 479,40
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 195.966,15</b>	<b>\$ 202.627,88</b>	<b>\$ 209.511,44</b>	<b>\$ 218.629,12</b>	<b>\$ 225.978,76</b>

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>%</b>	<b>14,82%</b>	<b>14,83%</b>	<b>14,84%</b>	<b>14,98%</b>	<b>14,99%</b>
Gastos de Administración	\$ 62.507,16	\$ 68.608,65	\$ 70.893,32	\$ 73.254,06	\$ 75.693,42
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 133.458,99</b>	<b>\$ 134.019,23</b>	<b>\$ 138.618,13</b>	<b>\$ 145.375,05</b>	<b>\$ 150.285,34</b>
<b>%</b>	<b>10,09%</b>	<b>9,81%</b>	<b>9,82%</b>	<b>9,96%</b>	<b>9,97%</b>
Ingresos Financieros					
Gastos Financieros	\$ 10.379,40	\$ 6.752,01	\$ 2.534,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>UTILIDADES ANTES DEDUCCIONES</b>	<b>\$ 123.079,59</b>	<b>\$ 127.267,22</b>	<b>\$ 136.084,12</b>	<b>\$ 145.375,05</b>	<b>\$ 150.285,34</b>
Participación Trabajadores	\$ 18.461,94	\$ 19.090,08	\$ 20.412,62	\$ 21.806,26	\$ 22.542,80
Impuesto a la Renta	\$ 26.154,41	\$ 27.044,29	\$ 28.917,88	\$ 30.892,20	\$ 31.935,63
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 78.463,24</b>	<b>\$ 81.132,86</b>	<b>\$ 86.753,63</b>	<b>\$ 92.676,60</b>	<b>\$ 95.806,90</b>
<b>% Ventas</b>	<b>5,93%</b>	<b>5,94%</b>	<b>6,14%</b>	<b>6,35%</b>	<b>6,35%</b>

Fuente: Elaboración propia

### 3.15 Balance de situación inicial

Tabla 55: Balance de situación inicial

ACTIVO			PASIVOS			\$ 22.278,57
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>			<b>\$ 102.905,33</b>	<b>PASIVO CORRIENTE</b>		
Caja - Bancos		\$ 6.215,90		Proveedores	\$ 0,00	
Cuentas por Cobrar		\$ 0,00		Deuda Largo Plazo	\$ 22.278,57	
Inventarios		\$ 96.689,43				
Productos de Aseo	\$ 4.970,12					
Alimento bebidas y golosinas	\$ 3.819,45			<b>PASIVOS A LARGO PLAZO</b>		<b>\$ 56.029,92</b>
Bebés (productos)	\$ 4.119,36			Préstamo bancario	\$ 56.029,92	
Cuidado e higiene personal	\$ 10.995,27					
Rehabilitación, cirugía	\$ 72.785,24					
<b>ACTIVO FIJO</b>			<b>\$ 24.211,81</b>	<b>TOTAL PASIVO</b>		<b>\$ 78.308,49</b>
Equipos de Computación		\$ 5.080,01		<b>PATRIMONIO</b>		<b>\$ 52.205,66</b>
Equipos de Oficina		\$ 1.619,00		Capital Social	\$ 52.205,66	
Muebles y Enseres		\$ 11.764,80				
Maquinaria y equipos		\$ 5.748,00				
Depreciación Acumulada		-				

ACTIVO				PASIVOS		
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>			<b>\$ 3.397,00</b>			
Software		\$ 3.397,00				
Amortización Acumulada		-		Utilidad del Ejercicio	\$ 0,00	
<b>TOTAL ACTIVOS</b>			<b>\$ 130.514,14</b>	<b>PASIVO +</b>		<b>\$ 130.514,14</b>

Fuente: Elaboración propia

### 3.16 Flujo de efectivo con financiamiento

Tabla 56: Flujo de efectivo consolidado

FLUJO DE EFECTIVO CONSOLIDADO	AÑOS					Total
	1	2	3	4	5	
<b>INGRESOS DE EFECTIVO</b>						
Aporte Propio	\$ 52.205,66					
Préstamo	\$ 78.308,49					
Ventas	\$ 1.322.711,39	\$ 1.366.757,68	\$ 1.412.270,71	\$ 1.459.299,33	\$ 1.507.893,99	
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 1.453.225,53</b>	<b>\$ 1.366.757,68</b>	<b>\$ 1.412.270,71</b>	<b>\$ 1.459.299,33</b>	<b>\$ 1.507.893,99</b>	<b>\$ 7.199.447,25</b>
<b>EGRESOS DEL PROYECTO</b>						

FLUJO DE EFECTIVO CONSOLIDADO	AÑOS					
Desembolso de la inversión	\$ 130.514,14					
Costos y Gastos	\$ 1.195.546,05	\$ 1.235.404,71	\$ 1.272.100,84	\$ 1.311.843,41	\$ 1.355.527,80	
Participación Trabajadores, Impuesto a la renta	\$ 44.616,35	\$ 46.134,37	\$ 49.330,49	\$ 52.698,46	\$ 54.478,43	
Pago de capital	\$ 22.278,57	\$ 25.905,96	\$ 30.123,96	-	-	
<b>TOTAL EGRESOS</b>	\$ 1.392.955,11	\$ 1.307.445,04	\$ 1.351.555,30	\$ 1.364.541,87	\$ 1.410.006,23	\$ 6.826.503,55
<b>FLUJO NETO</b>	<b>\$ 60.270,42</b>	<b>\$ 59.312,64</b>	<b>\$ 60.715,42</b>	<b>\$ 94.757,46</b>	<b>\$ 97.887,76</b>	<b>\$ 372.943,70</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 57: Flujo de efectivo detallado

FLUJO DE EFECTIVO	AÑOS						TOTAL
	0	1	2	3	4	5	
Inversión	\$ -130.514,14	-	-	-	-	-	\$ -130.514,14
Aporte Propio	\$ 52.205,66	-	-	-	-	-	\$ 52.205,66
Préstamo	\$ 78.308,49	-	-	-	-	-	\$ 78.308,49
Utilidad Operativa	-	\$ 123.079,59	\$ 127.267,22	\$ 136.084,12	\$ 145.375,05	\$ 150.285,34	\$ 682.091,33
Depreciación	-	\$ 3.606,35	\$ 3.606,35	\$ 3.606,35	\$ 1.601,46	\$ 1.601,46	\$ 14.021,96
Amortizaciones	-	\$ 479,40	\$ 479,40	\$ 479,40	\$ 479,40	\$ 479,40	\$ 2.397,00
Part. Trabaja. Impuesto Utilidad	-	\$ -44.616,35	\$ -46.134,37	\$ -49.330,49	\$ -52.698,46	\$ -54.478,43	\$ -247.258,11
Pago capital	-	\$ -22.278,57	\$ -25.905,96	\$ -30.123,96	-	-	\$ -78.308,49
<b>Flujo Neto</b>	<b>\$ -130.514,14</b>	<b>\$ 60.270,42</b>	<b>\$ 59.312,64</b>	<b>\$ 60.715,42</b>	<b>\$ 94.757,46</b>	<b>\$ 97.887,76</b>	<b>\$ 242.429,56</b>

Fuente: Elaboración propia

### 3.17 Flujo de efectivo sin financiamiento

Tabla 58: Flujo de efectivo sin financiamiento

FLUJO DE EFECTIVO CONSOLIDADO	AÑOS					Total
	1	2	3	4	5	
<b>INGRESOS DE EFECTIVO</b>						
Aporte Propio	\$ 130.514,14					
Ventas	\$ 1.322.711,39	\$ 1.366.757,68	\$ 1.412.270,71	\$ 1.459.299,33	\$ 1.507.893,99	
<b>TOTAL INGRESOS</b>	\$ 1.453.225,53	\$ 1.366.757,68	\$ 1.412.270,71	\$ 1.459.299,33	\$ 1.507.893,99	\$ 7.199.447,25
<b>EGRESOS DEL PROYECTO</b>						
Desembolso de la inversión	\$ 130.514,14					
Costos y Gastos	\$ 1.185.166,65	\$ 1.228.652,70	\$ 1.269.566,84	\$ 1.311.843,41	\$ 1.355.527,80	
Participación Trabajadores, Impuesto a la renta	\$ 44.616,35	\$ 46.134,37	\$ 49.330,49	\$ 52.698,46	\$ 54.478,43	
<b>TOTAL EGRESOS</b>	\$ 1.360.297,15	\$ 1.274.787,07	\$ 1.318.897,33	\$ 1.364.541,87	\$ 1.410.006,23	\$ 6.728.529,65
<b>FLUJO NETO</b>	<b>\$ 92.928,39</b>	<b>\$ 91.970,61</b>	<b>\$ 93.373,38</b>	<b>\$ 94.757,46</b>	<b>\$ 97.887,76</b>	<b>\$ 470.917,59</b>

Fuente: Elaboración propia

FLUJO DE EFECTIVO	AÑOS						TOTAL
	0	1	2	3	4	5	
Inversión	\$-130.514,14	-	-	-	-	-	\$ -130.514,14
Aporte Propio	\$ 130.514,14	-	-	-	-	-	\$ 130.514,14
Utilidad Operativa	-	\$ 133.458,99	\$ 134.019,23	\$ 138.618,13	\$ 145.375,05	\$ 150.285,34	\$ 701.756,74
Depreciación	-	\$ 3.606,35	\$ 3.606,35	\$ 3.606,35	\$ 1.601,46	\$ 1.601,46	\$ 14.021,96
Amortizaciones	-	\$ 479,40	\$ 479,40	\$ 479,40	\$ 479,40	\$ 479,40	\$ 2.397,00
Part. Trabaja., Impuesto Utilidad	-	\$ -44.616,35	\$ -46.134,37	\$ -49.330,49	\$ -52.698,46	\$ -54.478,43	\$ -247.258,11
<b>Flujo Neto</b>	<b>\$ -130.514,14</b>	<b>\$ 92.928,39</b>	<b>\$ 91.970,61</b>	<b>\$ 93.373,38</b>	<b>\$ 94.757,46</b>	<b>\$ 97.887,76</b>	<b>\$ 340.403,45</b>

Fuente: Elaboración propia

### 3.18 Evaluación económica

#### 3.18.1 Evaluación económica con financiamiento

##### 3.18.1.1 Valor actual neto y tasa interna de retorno

Tabla 59: Costo de oportunidad de la evaluación económica con financiamiento

<b>CALCULO DE COSTO DE OPORTUNIDAD</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>	<b>TASA PONDERACIÓN</b>	<b>VALOR PONDERADO</b>
Inversión Propia	\$ 52.205,66	40%	5,44%	2,18%
Inversion financiada	\$78,308.49	60%	15.50%	8.70%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 130.514,14</b>	<b>100,0%</b>		<b>10,88%</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 60: Flujo de efectivo anual de la evaluación económica con financiamiento**

<i>Período</i>	<i>Flujo de Efectivo anual</i>
0	\$ -130,514.14
1	\$ 60,270.42
2	\$ 59,312.64
3	\$ 60,715.42
4	\$ 94,757.46
5	\$ 97,887.76

*Fuente: Elaboración propia*

### 3.18.1.2 Con tasa de descuento

**Tabla 61: Tasa de descuento de la evaluación económica con financiamiento**

<b>TIR</b>	<b>43.18%</b>
<b>VAN</b>	<b>\$ 137,751.73</b>

La tasa interna de retorno del proyecto con financiamiento es 43.18%, valor superior al costo de capital del proyecto que es de 10.88%, por lo tanto, el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente.

El valor actual neto del proyecto con financiamiento a una tasa de descuento de 10,88% es de \$ 137,751.73 valor superior a cero, por lo tanto, el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente.

### 3.18.1.3 Tiempo de recuperación de la inversión

**Tabla 62: Tiempo de recuperación de la inversión de la evaluación económica con financiamiento**

<b>Inversión del Proyecto</b>	<b>\$ 130,514.14</b>
Flujo de Efectivo año 1	\$ 60,270.42
Flujo de Efectivo año 2	\$ 59,312.64
Flujo de Efectivo año 3	\$ 60,715.42
Flujo de Efectivo año 4	\$ 94,757.46
Flujo de Efectivo año 5	\$ 97,887.76
<b>Flujo neto</b>	<b>\$ 372,943.70</b>

año 1	60,270.42
Año 2	59,312.64
Parcial año 3	10,931.08
Parcial año 3	2.18

Fuente: Elaboración propia

El periodo de recuperación de la inversión es de 2 años, 2 meses y 5 días.

### 3.18.1.4 Costo-beneficio

Tabla 63: Costo-beneficio de la evaluación económica con financiamiento

AÑO	FLUJO NETO	FACTOR DE DESCUENTO ACTUALIZADO	FLUJOS ACTUALIZADOS
0	-	-	-
1	\$ 60.270,42	0,90	\$ 54,358.40
2	\$ 59.312,64	0,81	\$ 48,247.21
3	\$ 60.715,42	0,73	\$ 44,543.70
4	\$ 94.757,46	0,66	\$ 62,699.37
5	\$ 97.887,76	0,60	\$ 58,417.19
<b>TOTAL</b>		<b>VALOR PRESENTE</b>	<b>\$ 268,265.87</b>
		<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>\$ 130,514.14</b>
<b>COSTO BENEFICIO =</b>	<b>VALOR PRESENTE</b>	<b>\$ 268,265.87</b>	<b>2.06</b>
	<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>\$ 130,514.14</b>	

Fuente: Elaboración propia

El costo beneficio del proyecto con financiamiento a una tasa de descuento de 10.88% da como resultado 2.06 valor superior a 1, por lo tanto, el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente.

### 3.18.2 Evaluación económica ajustada al riesgo con financiamiento

#### 3.18.2.1 Valor actual neto y tasa interna de retorno

Tabla 64: Costo de oportunidad

CALCULO DE COSTO DE OPORTUNIDAD				
DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Inversión Propia	\$ 52.205,66	40%	5,44%	2,18%
Inversión financiada	\$78,308.49	60%	14.50%	8.70%
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 130,514.14</b>	100,00%		<b>10,88%</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 65: Tasa Ajustada al riesgo

CALCULO DE LA TASA AJUSTADA AL RIESGO	
TASA DE REDESCUENTO	21%

Tabla 66: Flujo efectivo anual

Período	Flujo de Efectivo anual
0	\$ -130.514,14
1	\$ 60.270,42
2	\$ 59.312,64
3	\$ 60.715,42
4	\$ 94.757,46
5	\$ 97.887,76

Fuente: Elaboración propia

### 3.19.2 Con tasa ajustada al riesgo

Tabla 67: Tasa ajustada al riesgo

<b>TIR</b>	<b>43.18%</b>
<b>VAN</b>	<b>\$ 76,029.81</b>

La tasa interna de retorno del proyecto con financiamiento es 43,18%, valor superior al costo de capital del proyecto que es de 21%, por lo tanto, el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente.

El valor actual neto del proyecto con financiamiento a una tasa ajustada al riesgo de 21% es de \$ 76.029,81 valor superior a cero, por lo tanto, el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente.

### 3.19.3 Tiempo de recuperación de la inversión

Tabla 68: Tiempo de recuperación de la inversión

<b>Inversión del Proyecto</b>	<b>\$ 130.514,14</b>
Flujo de Efectivo año 1	\$ 60.270,42
Flujo de Efectivo año 2	\$ 59.312,64
Flujo de Efectivo año 3	\$ 60.715,42
Flujo de Efectivo año 4	\$ 94.757,46
Flujo de Efectivo año 5	\$ 97.887,76
<b>Flujo neto</b>	<b>\$ 372.943,70</b>

Fuente: Elaboración propia

año 1	\$ 60.270,42
año 2	\$ 59.312,64
parcial año 3	\$ 10.931,08
parcial año 3	\$ 2,18

Fuente: Elaboración propia

El periodo de recuperación de la inversión es de 2 años, 2 meses y 5 días.

### 3.19.4 Costo-beneficio

Tabla 69: Costo-Beneficio

AÑO	FLUJO NETO	FACTOR DE DESCUENTO ACTUALIZADO	FLUJOS ACTUALIZADOS
0	-	-	-
1	\$ 60.270,42	0,83	\$ 49.810,69
2	\$ 59.312,64	0,68	\$ 40.512,02
3	\$ 60.715,42	0,56	\$ 34.273,14
4	\$ 94.757,46	0,47	\$ 44.206,55
5	\$ 97.887,76	0,39	\$ 37.741,56
<b>TOTAL</b>		<b>VALOR PRESENTE</b>	<b>\$ 206.543,95</b>
		<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>\$ 130.514,14</b>

Tabla 70: Valor Presente neto

<b>COSTO BENEFICIO =</b>	VALOR PRESENTE	\$ 206.543,95	<b>1,58</b>
	INVERSIÓN INICIAL	\$ 130.514,14	

Fuente: Elaboración propia

El costo beneficio del proyecto con financiamiento a una tasa ajustada al riesgo de 21% da como resultado 1,58 valor superior a 1, por lo tanto, el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente.

### 3.18.3 Evaluación económica sin financiamiento

#### 3.18.3.1 Valor actual neto y tasa interna de retorno

Tabla 71: Costo de Oportunidad de la evaluación económica con financiamiento

CALCULO DE COSTO DE OPORTUNIDAD				
DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Inversión Propia	\$ 130.514,14	100,00%	5,44%	5,44%
	<b>\$ 130.514,14</b>	100,00%		<b>5,44%</b>

<b>Período</b>	<b>Flujo de Efectivo anual</b>
0	\$ -130.514,14
1	\$ 92.928,39
2	\$ 91.970,61
3	\$ 93.373,38
4	\$ 94.757,46
5	\$ 97.887,76

Fuente: Elaboración propia

### 3.18.3.2 Con tasa de descuento

Tabla 72: Tasa de descuento de la evaluación económica sin financiamiento

<b>TIR</b>	<b>65,70%</b>
<b>VAN</b>	<b>\$ 271.773,61</b>

La tasa interna de retorno del proyecto sin financiamiento es 65,70%, valor superior al costo de capital del proyecto que es de 5,44%, por lo tanto, el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente.

El valor actual neto del proyecto sin financiamiento a una tasa de descuento de 5,44% es de \$ 271.773,61 valor superior a cero, por lo tanto, el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente.

### 3.18.3.3 Tiempo de recuperación de la inversión

Tabla 73: Tiempo de recuperación de la inversión de la evaluación económica sin financiamiento

<b>Inversión del Proyecto</b>	<b>130.514,14</b>
Flujo de Efectivo año 1	\$ 92.928,39
Flujo de Efectivo año 2	\$ 91.970,61
Flujo de Efectivo año 3	\$ 93.373,38
Flujo de Efectivo año 4	\$ 94.757,46
Flujo de Efectivo año 5	\$ 97.887,76
<b>Flujo neto</b>	<b>\$ 470.917,59</b>

año 1	92.928,39
parcial año 2	37.585,76
parcial año 2	1,41

Fuente: Elaboración propia

El periodo de recuperación de la inversión es de 1 año, 4 meses y 27 días.

### 3.18.3.4 Costo-beneficio

Tabla 74: Costo-beneficio de la evaluación económica sin financiamiento

AÑO	FLUJO NETO	FACTOR DE DESCUENTO ACTUALIZAD	FLUJOS ACTUALIZADO
0	-	-	-
1	\$ 92.928,39	0,95	\$ 88.133,90
2	\$ 91.970,61	0,90	\$ 82.725,28
3	\$ 93.373,38	0,85	\$ 79.653,87
4	\$ 94.757,46	0,81	\$ 76.664,06
5	\$ 97.887,76	0,77	\$ 75.110,63
<b>TOTAL</b>		<b>VALOR PRESENTE</b>	<b>\$ 402.287,75</b>
		<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>\$ 130.514,14</b>

<b>COSTO BENEFICIO =</b>	<b>VALOR PRESENTE</b>	<b>\$ 402.287,75</b>	<b>3,08</b>
	<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>\$ 130.514,14</b>	

Fuente: Elaboración propia

El costo beneficio del proyecto sin financiamiento a una tasa de descuento de 5,44% da como resultado 3,08 valor superior a 1, por lo tanto, el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente.

### 3.18.4 Evaluación económica ajustada al riesgo sin financiamiento

#### 3.18.4.1 Valor actual neto y tasa interna de retorno

Tabla 75: Valor actual neto y tasa interna de retorno

CALCULO DE COSTO DE OPORTUNIDAD				
DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Inversión Propia	\$ 130.514,14	100,00%	5,44%	5,44%
	<b>\$ 130.514,14</b>	100,00%		<b>5,44%</b>

Tabla 76: Tasa Ajustada al riesgo

CALCULO DE LA TASA AJUSTADA AL RIESGO	
TASA DE REDESCUENTO	15,07%

Tabla 77: Flujo efectivo anual

Período	Flujo de Efectivo anual
0	\$ -130.514,14
1	\$ 92.928,39
2	\$ 91.970,61
3	\$ 93.373,38
4	\$ 94.757,46
5	\$ 97.887,76

Fuente: Elaboración propia

#### 3.18.4.2 Con tasa ajustada al riesgo

Tabla 78: Con tasa ajustada al riesgo

TIR	65,70%
VAN	\$183.575,72

La tasa interna de retorno del proyecto sin financiamiento es 65,70%, valor superior al costo de capital del proyecto que es de 15,07%, por lo tanto, el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente.

El valor actual neto del proyecto sin financiamiento a una tasa ajustada al riesgo de 15,07% es de \$ 183.575,72 valor superior a cero, por lo tanto, el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente.

### 3.18.4.3 Tiempo de recuperación de la inversión

Tabla 79: Tiempo de recuperación de la inversión

<b>Inversión del Proyecto</b>	<b>\$ 130.514,14</b>
Flujo de Efectivo año 1	\$ 92.928,39
Flujo de Efectivo año 2	\$ 91.970,61
Flujo de Efectivo año 3	\$ 93.373,38
Flujo de Efectivo año 4	\$ 94.757,46
Flujo de Efectivo año 5	\$ 97.887,76
<b>Flujo neto</b>	<b>\$ 470.917,59</b>

año 1	\$ 92.928,39
parcial año 2	\$ 37.585,76
parcial año 2	1,41

Fuente: Elaboración propia

El periodo de recuperación de la inversión es de 1 año, 4 meses y 27 días.

### 3.18.4.4 Costo-beneficio

Tabla 80: Costo - Beneficio

AÑO	FLUJO NETO	FACTOR DE DESCUENTO ACTUALIZAD	FLUJOS ACTUALIZADO
0	-	-	-
1	\$ 92.928,39	0,87	\$ 80.760,47
2	\$ 91.970,61	0,76	\$ 69.462,43
3	\$ 93.373,38	0,66	\$ 61.287,86
4	\$ 94.757,46	0,57	\$ 54.052,43
5	\$ 97.887,76	0,50	\$ 48.526,69
<b>TOTAL</b>		<b>VALOR PRESENTE</b>	<b>\$ 314.089,87</b>
		<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>\$ 130.514,14</b>

<b>COSTO BENEFICIO =</b>	VALOR PRESENTE	314.089,87	2,41
	INVERSIÓN INICIAL	130.514,14	

Fuente: Elaboración propia

El costo beneficio del proyecto sin financiamiento a una tasa ajustada al riesgo de 15,07% da como resultado 2,41 valor superior a 1, por lo tanto, el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente.

## IV. CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos, se llega a las siguientes conclusiones:

Este proyecto, se caracteriza como comercial y de servicios, ya que implica proceso de compra y venta complementados con servicios medicinales.

La clasificación de este proyecto dentro de la economía, se ubica en el sector terciario, porque conlleva procesos de intercambio acompañados de servicios.

El producto principal del proyecto, es el servicio puro, el cual es garantizado a través de personas con conocimientos especializados sobre la materia, los cuales iniciaran operaciones a partir del horario que se tenga estipulado para hacerlo.

Para llevar a cabo la realización del presente proyecto, se requiere de una inversión total de USD \$130,514.14 (Ciento treinta quinientos catorce dólares con 14/100). Donde el 40% será asumido por fondos propios y 60% provenientes de financiamiento. El financiamiento será desembolsado con una tasa de 15.18%, a un plazo no mayor a 36 meses (3 años), a través del banco LAFISE (BANCENTRO).

La garantía del préstamo es prendaria, la cual será cubierta por una propiedad (finca) de uno de los socios de la microempresa farmacéutica, valorada en US\$ \$235,000.00 dólares americanos.

Los beneficiarios directos del proyecto, son los socios inversionistas, y los beneficiarios indirectos, son los trabajadores del proyecto y consumidores directos.

El periodo de operación del proyecto esta formulado para cinco años. Tomando en consideración la norma administrativa, que plantea que para que una empresa comercial genere ganancias, debe operar como mínimo tres años en el mercado con el mismo producto en un punto de equilibrio. El proyecto iniciara el 01de enero del 2021 y finalizara 31 de diciembre del 2025.

Los precios de venta proyectados están promediados de acuerdo al porcentaje de ganancias sugerido por los laboratorios.

La proyección de **utilidad neta** proyectada para los cinco años es de US\$434,833.23, presentando esta para el primer año de operación un 5.93% de utilidades.

**El VAN**, se proyecta positivamente en un \$137,751.73. La tasa interna de retorno (**TIR**), se proyecta en 43.18% y una RC/B que da como resultado 2.06% valor superior a 1, por lo tanto, el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente.

**Con la tasa ajustada al riesgo**. Entonces la tasa interna de retorno del proyecto con financiamiento es 43.18%, valor superior al costo de capital del proyecto que es de 21%, por lo tanto, el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente.

El valor actual neto del proyecto con financiamiento a una tasa ajustada al riesgo de 21% es de USD \$76,029.81 valor superior a cero, por lo tanto, el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente.

El costo beneficio del proyecto con financiamiento a una tasa ajustada al riesgo de 21% da como resultado 1.58 valor superior a 1, por lo tanto, el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente.

**Con tasa de descuento**, la tasa interna de retorno del proyecto sin financiamiento es 65.70%, valor superior al costo de capital del proyecto que es de 5.44%, por lo tanto, el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente.

El valor actual neto del proyecto sin financiamiento a una tasa de descuento de 5.44% es de \$ 271,773.61 valor superior a cero, por lo tanto, el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente.

El costo beneficio del proyecto sin financiamiento a una tasa de descuento de 5.44% da como resultado 3.08 valor superior a 1, por lo tanto, el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente.

La tasa interna de retorno del proyecto sin financiamiento es 65.70%, valor superior al costo de capital del proyecto que es de 15.07%, por lo tanto, el proyecto es rentable de realizarlo económica y financieramente.

El valor actual neto del proyecto sin financiamiento a una tasa ajustada al riesgo de 15.07% es de \$ 183,575.72 valor superior a cero, por lo tanto, el proyecto es rentable de realizarlo económica y financieramente.

El costo beneficio del proyecto sin financiamiento a una tasa ajustada al riesgo de 15.07% da como resultado 2.41 valor superior a 1, por lo tanto, el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente.

## V. RECOMENDACIONES

Para el desarrollo e implementación de este proyecto se recomienda:

- ❖ Poner en marcha el proyecto con el propósito de que los ciudadanos de Nueva Guinea, cuenten con una farmacia con amplio stop de medicamentos, parafarmacia y bienes de uso común con atención al cliente personalizado.
- ❖ Mantener un stop diversificado de medicamentos de diferentes laboratorios y marcas, además de bienes parafarmacia y otros de uso común, a fin de evitar que los clientes recurran a otras ciudades o farmacias para adquirir sus productos, pudiendo acceder a estos en diversas presentaciones, tamaño y posología en un solo lugar.
- ❖ Elaborar estrategias de publicidad y aplicar en los diferentes medios de comunicación, para dar a conocer y promocionar los servicios farmacéuticos al mercado e incrementar la demanda.
- ❖ Mantener un programa de capacitación constante, tanto para el personal administrativo como para el de ventas.
- ❖ Promover constantemente “ferias” que incluyan exámenes de laboratorios de diferentes tipos, gratis y a bajos precios. Además, de servicios adicionales como toma de presión arterial, prueba de glucosa, entre otros. Como una estrategia promocional que mantenga activados a los clientes para estar pendiente de lo que se ofrece. Esto se debe desarrollar en conjunto con los laboratorios y casas comerciales proveedoras.

## VI. BIBLIOGRAFÍA

- ❖ Aaron. (16 de Mayo de 2017). Obtenido de Mr Jeff: <https://mrjeffapp.com/lavanderia-vs-tintoreria/>
- ❖ Benavidez Mendoza, M. (2016). *Estrategias competitivas por el sector farmacia*. Esteli: Universidad Nacional Autonoma de Nicaragua.
- ❖ Carlos Garcia, Alexander Vera, Andres Ramos. (9 de Febrero de 2012). Obtenido de Lavanderia Todo Limpio
- ❖ <http://lavanderiatodolimpioltda.blogspot.com/2012/02/1-analisis-de-la-cadena-productiva.html>
- ❖ Dujisin, J. T. (2015). *PROYECTOS DE NEGOCIOS Método práctico para Emprendedores*. Santiago de Chile: Editorial Universidad de Santiago de Chile.
- ❖ González, A. C. (2016). *Plan estratégico de negocios*. Mexico: Grupo Editorial Patria S.A.
- ❖ Gutierrez Ramos, K. S., & Lara Mendieta, A. A. (2016). *Propuesta del diseño de un manual de control interno contable para el inventario del area de farmacia enn el Hospital San Jose, en el municipio de Diriamba, Carazo*. Diriamba: Universidad Nacional Autonoma de Nicaragua.
- ❖ Instituto Nacional de Informacion de Desarrollo (INIDE). (2005). *ECURED*. Obtenido de [ecured.cu/Nueva\\_Guinea.org](http://www.ecured.cu/Nueva_Guinea.org): [http://www.ecured.cu/Nueva\\_Guinea.org](http://www.ecured.cu/Nueva_Guinea.org)
- ❖ Julián Pérez Porto, Ana Gardey. (2015). Obtenido de Definicion: <https://definicion.de/rentabilidad>
- ❖ Julián Pérez Porto, María Merino. (2013). Obtenido de Definicion: <https://definicion.de/viabilidad>

- ❖ Koontz, H., Wehrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administracion. Una perspectiva Global y Empresarial*. Mexico: McGraw Hill.
- ❖ Kotler, P. (2015). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Prentice Hall.
- ❖ Martinez Agudo, J. (21 de Agosto de 2019). *econosublime.com*. Obtenido de econosublime.com: <http://www.econosublime.com>
- ❖ Mendez Berrios , R., & Sarria Ramos, B. (2010). *Renovacion del registro de Profesionales farmaceuticos de Nicaragua en el periodo 1979-2003*. Leon: Universidad Nacional Autonoma de Nicaragua (UNAN).
- ❖ Montenegro Reyes, A. (2012). Reseña Historia de las Farmacias . *FARA*, 3.
- ❖ Perez Porto, J., & Gardey, A. (2015). Obtenido de Definicion: <https://definicion.de/rentabilidad>
- ❖ Perez Porto, J., & Merino, M. (2013). Obtenido de Definicion: <https://definicion.de/viabilidad>
- ❖ Raicad. (7 de Septiembre de 2013). Obtenido de Proyecto Lavanderia: <https://proyectolavanderia.wordpress.com/2013/07/09/lavanderia>
- ❖ Rendón, O. H. (2014). *Modelo del plan de negocios para la micro y pequeña empresa*. México Distrito Federal: GRUPO EDITORIAL PATRIA.
- ❖ Sapag Chain, N. (2012). *Guia del Estudio de Mercado para la Evaluacion de Proyectos*. Santiago: Chile.
- ❖ Valenzuela Morales, E. K. (2014). *Propuesta de plan Estrategico para la cadena de farmacias FARMACLINIX* . Managua: Universidad Centroamericana (UCA).
- ❖ Vivanco, M. (2005). *Muestreo Estadístico, Diseño y Aplicaciones*. Santiago de Chile: Imprenta Salesianos S.A.

## VII. ANEXOS

### 7.1 ANEXO N°1: Encuesta



## UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERIA UNI-RURC

### ENCUESTA

Los estudiantes de quinto año de la carrera Ingeniería de Sistemas de la UNI - RURC, actualmente recopilamos información en la población de Nueva Guinea, con el fin de conocer la demanda, precio y así como la estrategia de comercialización para la apertura de una farmacia de medicina humana en esta ciudad.

Agradecemos el apoyo que nos brinden al momento de llenar la encuesta.

#### I. DATOS GENERALES

1.1. **EDAD:** a) 18 a 30 años\_\_\_\_ b) 31 a 40 años\_\_\_\_ c) 41 a 50 años \_\_\_\_ d) 51 a 60 años\_\_\_\_ e) 61 a mas años\_\_\_\_

1.2. **SEXO:** a) Femenino\_\_\_\_ b) Masculino \_\_\_\_

#### II. DESARROLLO

1. ¿Al momento de adquirir productos farmacéuticos, ¿en qué lugar prefiere comprarlos?

- a) Farmacia \_\_\_\_\_
- b) Centro naturista \_\_\_\_\_
- d) Mercado \_\_\_\_\_
- e) Pulperías \_\_\_\_\_

2. ¿Con que frecuencia realiza sus compras de medicinas?
- a) A diario \_\_\_\_\_
  - b) Semanal \_\_\_\_\_
  - c) Quincenal \_\_\_\_\_
  - d) Mensual \_\_\_\_\_
3. Las compras que usted realiza las efectúa en:
- a) En Nueva Guinea \_\_\_\_\_
  - b) Fuera de Nueva Guinea \_\_\_\_\_
4. Al momento de adquirir sus productos lo que más le atrae es:
- a) Calidad \_\_\_\_\_
  - b) Precio \_\_\_\_\_
  - c) Características \_\_\_\_\_
  - d) Otros \_\_\_\_\_
5. Las compras que usted realiza la paga en:
- a) Efectivo \_\_\_\_\_
  - b) Tarjeta de crédito \_\_\_\_\_
  - c) Crédito personal \_\_\_\_\_
6. Los precios de venta de los productos que adquiere en las farmacias de Nueva Guinea son:
- a) Altos\_\_\_\_\_
  - b) Bajos\_\_\_\_\_
  - c) Moderados\_\_\_\_\_

7. ¿Le gustaría que en Nueva Guinea existiera una farmacia que brinde los beneficios que usted necesita con productos de buena calidad y con precios accesible?
- a) Si \_\_\_\_\_
  - b) No \_\_\_\_\_
8. ¿Usted cree que, en esta ciudad, se necesita más farmacias?
- a) Si \_\_\_\_\_
  - b) No \_\_\_\_\_
9. Si su respuesta anterior es positiva, ¿qué características prefiere en una farmacia? (*Elija una opción*)
- a) Surtido \_\_\_\_\_
  - b) Variedad \_\_\_\_\_
  - c) Precio \_\_\_\_\_
  - d) Horario \_\_\_\_\_
  - e) Atención personalizada \_\_\_\_\_
10. ¿Para Usted cual sería el punto geográfico dentro del casco urbano de la ciudad, el más apropiado para ubicar una nueva farmacia?
- a) A la entrada de la ciudad zona #1 \_\_\_\_\_
  - b) En el centro de ciudad zona #4 \_\_\_\_\_
  - c) La salida de la lechera zona #8 \_\_\_\_\_
  - d) Cerca del mercado central zona #6 \_\_\_\_\_

**“Muchas gracias”**

## Anexo No. 2: Procesamiento de las encuestas

### RESULTADOS DE ENCUESTAS – PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION

#### 1. Edad del encuestado

Tabla 81. Analisis de la edad del encuestado

Descripción	Cantidad	Porcentaje %
18 a 30 años	32	8%
31 a 40 años	40	10%
41 a 50 años	77	20%
51 a 60 años	101	26%
61 a mas años	133	35%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

De los encuestados la edad que predomina es entre 61 a más y 51 a 60, representando un porcentaje del 61%, la diferencia la representa el resto de las edades, donde todos son mayores.

#### 2. Sexo del encuestado

Tabla 82: Analisis del sexo del encuestado

Descripción	Cantidad	Porcentaje %
Femenino	145	38%
Masculino	238	62%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

El 62% de los encuestados son del sexo masculino y un 38% femenino.

### 3. Al momento de adquirir productos farmacéuticos, ¿en que lugar prefiere comprarlos?

Tabla 83: Lugar de preferencia en comprar productos farmacéuticos

Descripción	Cantidad	Porcentaje %
Farmacia	218	57%
Centro Naturista	84	22%
Mercado	38	10%
Pulpería	43	11%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Un 57% prefiere hacer sus compras de medicamentos en las farmacias, ya que buscan seguridad y responsabilidad en el suministro y condiciones de la medicina, además, de asesoría y/o orientación para su consumo, entre otras recomendaciones que el farmacéutico le pueda dar. Los centros naturistas también son visitados con regularidad, ya que en esta zona existe cultura de consumo de medicina natural, esto está representado por un 22%; el resto 21% hacen sus compras en los mercado y pulperías, pues es común en estos locales que se vendan medicamentos no solo de venta libre, sino que también medicamento controlado que adquieren por comercio ilegal.

### 4. ¿Ud. compra medicamentos frecuentemente?

Tabla 84: Compra de medicamentos

Descripción	Cantidad	Porcentaje %
Si	379	93%
No	4	1%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Es evidente (70%), que los habitantes de Nueva Guinea, compra con frecuencia medicamentos. En la actualidad se debe a multiplicidad de virus que han causado muchas enfermedades y otras las han agravado. Se muestra una gran necesidad de suplementos medicinales.

## 5. ¿Con que frecuencia compra medicamentos?

Tabla 85: Frecuencia de compras de medicamentos

Descripción	Cantidad	Porcentaje %
Diario	77	20%
Semanal	152	40%
Quincenal	77	20%
Mensual	77	20%
Total	383	100%

La frecuencia con que realizan compras también se considero, demostrando esta un comportamiento predominante del 40% para compras semanales, lo que justifica el hecho que la gran mayoría de los habitantes de Nueva Guinea, son personas que cuidan de sus saludes. Asimismo, un 60% lo representan las compras diarias, quincenales y mensuales, evidencia personas con padecimiento crónicos que requieren continuamente de medicamentos.

## 6. Las compras que Ud. realiza las hacen en:

Tabla 86: Lugar de compra

Descripción	Cantidad	Porcentaje %
En Nueva Guinea	153	40%
Fuera de Nueva Guinea	230	60%
Total	383	100%

Uno de los principales problemas que se observan en esta ciudad, es el hecho que no todo medicamento se encuentra en las farmacias existentes de Nueva Guinea, sobretodo medicina especializada, por ello, muchos viajan a otras ciudades como El Rama, Bluefields, Juigalpa o Managua incluso, para asegurarse de adquirir todo el medicamento, de ahí que un 60% prefiere hacer sus compras fuera. Lo que representa un potencial de mercado no abastecido que puede ser aprovechado.

## 7. ¿Al momento de adquirir sus productos lo que más le interesa es:

Tabla 87: Interés en adquirir los productos

Descripción	Cantidad	Porcentaje %
Calidad	268	70%
Precio	115	30%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

En relación a la interrogante sobre lo que más le atrae al momento de adquirir las medicina, un 70% expresa que la calidad de los productos y un 30% los precios. Por ello, se debe enfocar la estrategia en los precios y los laboratorios de mayor prestigio serán los seleccionados.

## 8. ¿Las compras que Ud. realiza las paga en:

Tabla 88: Modo de pago de las compas

Descripción	Cantidad	Porcentaje %
Efectivo	345	90%
Tarjeta de crédito	38	10%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Una de las ventajas principales en un negocio, es la venta de sus bienes y servicios de forma efectiva. Esto permite el movimiento inmediato de los inventarios y por ende, la adquisición de mercancías de acuerdo a las necesidades identificadas en los consumidores. Tal es así, que los encuestados en relación a la farmacia “Gutiérrez”, expresan que hacen sus compras en efectivo 90% y solo un 10%, lo hacen a través de tarjeta crédito, que son buenas alternativas las cuales también serán servidas en la farmacia.

## 9. Los precios de venta de los productos que adquiere en las farmacias de Nueva Guinea son:

Tabla 89: Persepción de los precios de los productos

Descripción	Cantidad	Porcentaje %
Altos	115	30%
Bajos	115	30%
Moderados	153	40%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Al preguntar de qué manera prefiere hacer sus pagos cuando hacen sus compras, un 93% lo hace en efectivo, es una forma más rápida para recopilar la inversión, pero se mantendrán otras alternativas de pagos como a través de tarjetas de crédito y débito, para facilitar a los clientes sus compras.

## 10. En caso de aperturar una farmacia, ¿cuál sería el horario de su preferencia?

Tabla 90: Horario de Preferencia

Descripción	Cantidad	Porcentaje %
Lunes a viernes 8:00-5:00 pm	8	2%
Lunes a Domingo 8:00-5:00 pm	19	5%
Las 24 horas (Lunes a Domingo)	356	93%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Un 93% expresa que el horario que desean tenga la farmacia, es el de 24/7, pues buscan tener disponibilidad del medicamento en el momento requerido, sin tener que incurrir en mayores costos viajando hasta otra ciudad o que su enfermo empeore o fallezca por falta de medicina en el instante que lo necesita. Solo un 7%, dice que le atrae los horarios de lunes a viernes y domingo.

**11. En caso que se apertura la Farmacia antes mencionada ¿qué probabilidad hay de que Usted adquiere los servicios farmacéuticos ofrecidos por farmacia “Gutiérrez”?**

**Tabla 91: Probabilidad de adquirir servicios en la Farmacia “Gutierrez”**

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	257	67%
No	126	33%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Para calcular cuantas personas de estas 100,897 adquirirán los servicios de la farmacia, se le aplica a dicha cantidad, tomando en cuenta este porcentaje (67%) corresponde a la cantidad de personas que dijeron en la encuesta que adquirirán dichos servicios. Esta operación nos arroja la cantidad de 67,601 personas, que es la demanda total identificada para la farmacia.

**12. ¿Le gustaría que en Nueva Guinea existiera una farmacia que brinde los beneficios que Ud. necesita con medicinas y productos de uso común de buena calidad y con precios accesibles?**

**Tabla 92: Analisis de beneficios**

Descripción	Cantidad	Porcentaje %
Si	284	74%
No	99	26%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

Asimismo, se abordaron otras variables que son importantes tomar en cuenta en el desarrollo del proyecto de la farmacia, como el hecho de comercializar productos de uso común, además de las medicinas que es el giro principal de la farmacia, ya que, en la zona existe la cultura de compra en un solo lugar, o sea, que las personas buscan ser suplidos de todos los bienes y servicios en un solo establecimiento, ya que el clima no permite mucha movilidad por las constantes lluvias y las calles fangosas, a la vez,

que se ahorran tiempo y dinero. Las personas aprovechan a suplir sus necesidades medicinales, como las de bienes de uso común, sobre todo las que tienen familiares hospitalizados que no son oriundos de la zona.

### 13. Ud. cree que en esta ciudad se necesitan más farmacias?

Tabla 93: Necesidad de farmacia en Nueva Guinea

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	268	70%
No	115	30%
Total	383	100%

Una de las variables que sobresale en esta investigación de mercado, es el hecho de que los habitantes de la ciudad de Nueva Guinea, consideran que se necesita aperturar mas farmacias (70%), pues las que actualmente existen no satisfacen las demandas de medicamentos que la población requiere. Solo un 30%, opina que no es necesario, esto puede ser porque ellos están aledaños a las farmacias de la localidad o porque son personas sanas.

### 14. ¿Para Ud. cuál sería el punto geográfico dentro del casco urbano de la ciudad, el más apropiado para ubicar una nueva farmacia?

Tabla 94: Punto Geografico más apropiado

Descripción	Cantidad	Porcentaje
A la entrada de la ciudad Zona #1	77	20%
En el centro de la ciudad zona #4	152	40%
La salida de la lechera zona #8	77	20%
Cerca del mercado central zona #6	77	20%
Total	383	100%

Los ciudadanos de Nueva Guinea, consideran que el punto geográfico más apropiado para ubicar la nueva farmacia, es en el centro de la ciudad, o sea en la zona No. 4, ya que ahí convergen la gran mayoría de los comercios, además de la cotrán de buses y camiones de las colonias y comarcas, afluencia de transporte selectivo (taxis), condiciones de infraestructura más adecuada (calles adoquinadas) y cercanía al Hospital municipal.

### Anexo No. 3: Nomina mensual de Farmacia “Gutierrez”

#### Personal Administrativo

Tabla 95: Nomina Mensual del Personal Administrativo

informacion General		Horas Extras			Deducciones				Prestaciones				
No.	Puesto/Cargos	Salario Base	Horas Extras	Tarifa de Hora Extra	Total Horas Extras	Ingresos Totales	INSS	IR	Salario a recibir	Vacaciones	Aguinaldo	Inatec	INSS PATRONAL
1	Gerente	C\$ 23,025.90	0	C\$ 191.88	C\$ 0.00	C\$ 23,025.90	C\$ 1,611.81	C\$ 2,199.48	C\$ 19,214.60	C\$ 1,918.83	C\$ 1,918.83	C\$ 460.52	C\$ 5,295.96
2	Contador	C\$ 17,678.00	0	C\$ 147.32	C\$ 0.00	C\$ 17,678.00	C\$ 1,237.46	C\$ 1,216.08	C\$ 15,224.46	C\$ 1,473.17	C\$ 1,473.17	C\$ 353.56	C\$ 4,065.94
3	Auxiliar contable	C\$ 11,622.00	0	C\$ 96.85	C\$ 0.00	C\$ 11,622.00	C\$ 813.54	C\$ 371.27	C\$ 10,437.19	C\$ 968.50	C\$ 968.50	C\$ 232.44	C\$ 2,673.06
4	Bodeguero	C\$ 13,814.00	0	C\$ 115.12	C\$ 0.00	C\$ 13,814.00	C\$ 966.98	C\$ 677.05	C\$ 12,169.97	C\$ 1,151.17	C\$ 1,151.17	C\$ 276.28	C\$ 3,177.22
5	Regente	C\$ 6,865.10	0	C\$ 57.21	C\$ 0.00	C\$ 6,865.10	C\$ 480.56	C\$ 0.00	C\$ 6,384.54	C\$ 572.09	C\$ 572.09	C\$ 137.30	C\$ 1,578.97
<b>Total</b>	<b>C\$ 73,005.00</b>	<b>73,005.00</b>				<b>C\$ 73,005.00</b>	<b>C\$ 5,110.35</b>	<b>C\$ 4,463.89</b>	<b>C\$ 63,430.76</b>	<b>C\$ 6,083.75</b>	<b>C\$ 6,083.75</b>	<b>C\$ 1,460.10</b>	<b>16,791.15</b>
												<b>C\$</b>	<b>103,423.75</b>
												<b>UD\$ An</b>	<b>35,954.95</b>

## Anexo No. 4: Nomina mensula de Farmacia “Gutierrez”

### Personal de Ventas

Tabla 96: Nomina mensual del Personal de Ventas

informacion General		Horas Extras			Deducciones			Prestaciones						
No.	Puesto/Cargos	Salario Base	Horas Extras	Tarifa de Hora Extra	Total Horas Extras	Ingresos Totales	INSS	IR	Salario a recibir	Vacaciones	Aguinaldo	Inatec	INSS PATRONAL	
1	Vendedor 1	C\$ 12,354.00	0	C\$ 102.95	C\$ 0.00	C\$ 12,354.00	C\$ 864.78	C\$ 473.38	C\$ 11,015.84	C\$ 1,029.50	C\$ 1,029.50	C\$ 247.08	C\$ 2,841.42	
2	Vendedor 2	C\$ 12,354.00	0	C\$ 102.95	C\$ 0.00	C\$ 12,354.00	C\$ 864.78	C\$ 473.38	C\$ 11,015.84	C\$ 1,029.50	C\$ 1,029.50	C\$ 247.08	C\$ 2,841.42	
3	Vendedor 3	C\$ 12,354.00	0	C\$ 102.95	C\$ 0.00	C\$ 12,354.00	C\$ 864.78	C\$ 473.38	C\$ 11,015.84	C\$ 1,029.50	C\$ 1,029.50	C\$ 247.08	C\$ 2,841.42	
4	Cajero 1	C\$ 14,248.00	0	C\$ 118.73	C\$ 0.00	C\$ 14,248.00	C\$ 997.36	C\$ 737.60	C\$ 12,513.04	C\$ 1,187.33	C\$ 1,187.33	C\$ 284.96	C\$ 3,277.04	
5	Cajero 2	C\$ 14,248.00	0	C\$ 118.73	C\$ 0.00	C\$ 14,248.00	C\$ 997.36	C\$ 737.60	C\$ 12,513.04	C\$ 1,187.33	C\$ 1,187.33	C\$ 284.96	C\$ 3,277.04	
<b>Total</b>	<b>C\$ 65,558.00</b>	<b>65,558.00</b>				<b>C\$ 65,558.00</b>	<b>C\$ 4,589.06</b>	<b>C\$ 2,895.34</b>	<b>C\$ 58,073.60</b>	<b>C\$ 5,463.17</b>	<b>C\$ 5,463.17</b>	<b>C\$ 1,311.16</b>	<b>C\$ 15,078.34</b>	
												<b>C\$</b>	<b>92,873.83</b>	
													<b>UD\$ Mens.</b>	<b>2,653.54</b>
													<b>US\$ Anual</b>	<b>27,047.76</b>