



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BÓTICAS Y FARMACIAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA
INDEPENDIENTE EN EL SECTOR LA LOMA DE PUENGASÍ D.M.Q PERIODO 2015-
2016

Proyecto de inversión previo a la Obtención del Título de Tecnóloga en Administración de
Boticas y Farmacias.

Autora: Cecilia Irene Zambrano Puente

Tutor: Economista Lenin Paredes

Quito, Mayo del 2016

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA INDEPENDIENTE
EN EL SECTOR LA LOMA DE PUENGASÍ D.M.Q PERIODO 2015-2016

DECLARATORIA

Declaro que el proyecto de inversión es absolutamente original, autentica, personal que se ha citado las fuentes corresponde y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigente. Las ideas doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Cecilia Irene Zambrano Puente

CC.1724529563

CESIÓN DE DERECHO

Yo Cecilia Irene Zambrano Puente de Escuela de Administración de Boticas y Farmacia libre y voluntariamente cedo el derecho de autor de mi proyecto de inversión en favor del Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

Cecilia Irene Zambrano Puente

CC.1724529563

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA INDEPENDIENTE
EN EL SECTOR LA LOMA DE PUENGASÍ D.M.Q PERIODO 2015-2016

AGRADECIMIENTO

Este proyecto es el resultado de mi esfuerzo, por esta razón mi agradecimiento es al Economista Lenin Paredes que han sabido dirigirme, guiarme, corregirme, pero sobre todo dedicar su tiempo para que realice un trabajo excelente, que han sido un aporte muy grande para mi formación profesional, a mis padres que ha estado en todo mi camino y me han enseñado que nunca tengo que darme por vencida y a mis compañeros que a pesar de las diferencias que hemos tenido, nos apoyamos mutuamente para lograr este objetivo deseado que es graduarnos. Y mucho más a mis padres que ha estado en todo mi camino

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA INDEPENDIENTE
EN EL SECTOR LA LOMA DE PUENGASÍ D.M.Q PERIODO 2015-2016

DEDICATORIA

A Dios. Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor. Por ser quien guía mi camino y quien ilumina mis pensamientos.

A mis padres Sr. Johnny Zambrano y Sra. Esperanza Puente por sus consejos, valores, motivación y educación brindándome siempre el apoyo, para cumplir las metas que me he trazado siguiendo su ejemplo.

A mis hermano Alex Zambrano que han sido más que hermanos, a mi fiel amiga Karina Vásquez que siempre han querido mi bienestar y satisfacción.

A mi novio Sr. Jonathan López por haberme apoyado, gracias por tu comprensión en todo momento estando conmigo en las buenas y en las malas.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA INDEPENDIENTE
EN EL SECTOR LA LOMA DE PUENGASÍ D.M.Q PERIODO 2015-2016

ÍNDICE GENERAL

ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO	¡Error! Marcador no definido.
DECLARATORIA	ii
CESIÓN DE DERECHO	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN EJECUTIVO	xv
ABSTRACT.....	xvi
CAPÍTULO I	1
1.01 Justificación	1
1.02 Antecedente	3
CAPITULO II.....	7
2.01 Ambiente Externo	7
2.01.01 Factor Económico	7
2.01.01.01 Inflación.....	7
2.01.01.02 Producto Interno Bruto	9
2.01.01.04 Tasa de Interés	11
2.01.01.06 Tasa de Interés Pasivo	13
2.01.2 Factor social.....	14
2.01.02.01 Desempleo	14
2.01.02.02 Delincuencia.....	15
2.01.03 Factor legal	16
2.01.04 Factor tecnológico.....	19
2.02 Entorno local	20
2.02.01 Análisis de las Fuerzas de Porter	20
2.02.01.02 Poder de negociación de los proveedores	22
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA INDEPENDIENTE	
EN EL SECTOR LA LOMA DE PUENGASÍ D.M.Q PERIODO 2015-2016	

2.02.01.03 Rivalidad entre competidores.....	25
2.02.01.04 Amenaza de la entrada de nuevos competidores	26
2.02.01.05 Amenaza de posibles productos sustitutos	27
2.03 Análisis interno.....	28
2.03.01 Propuesta estratégica.....	28
2.03.01.02. Visión	29
2.03.01.03 Valores.....	29
2.03.02 Objetivos.....	30
2.03.02.01 Objetivo General	30
2.03.02.02 Objetivos Específicos	30
2.03.03 Gestión Administrativa	30
2.03.04 Gestión Comercial	31
Estrategia comercial	32
2.04 FODA.....	34
2.04.01 Matriz MEFI.....	35
2.04.02 Matriz MEFE.....	36
3.01.03 Muestra	37
Tabulación de la Encuesta.....	39
1. ¿A qué farmacia acude usted normalmente?	39
2. ¿Cuáles son los productos que adquiere con frecuencia en una farmacia?	40
3. ¿Cada qué tiempo acude usted a la farmacia?	41
4. ¿Usted que medicamento adquiere mayor mente?	42
5. ¿Qué horario de atención le gustaría a usted?	43
6. ¿Qué es lo que más valora en una farmacia?.....	44
7. ¿Cuánto invierte usted en medicamentos farmacéutico?	45
8. ¿Usted se auto médica?.....	46
9. Usted recibe información sobre el medicamento que está adquiriendo.....	47

10. Está de acuerdo con la creación de una farmacia popular en el Sector loma de Puengasi.....	48
3.02 Oferta	49
3.02.01 Oferta Histórica	49
3.02.02 Oferta Actual	50
3.02.03 Oferta Proyectada.....	51
3.03 Productos Sustitutos	52
3.04 Demanda	52
3.04.03 Demanda Proyectada	53
CAPÍTULO IV	57
4.01 Tamaño del proyecto.....	57
4.01.01 Capacidad Instalada	58
Área administrativa	59
Área de dispensación.....	59
Área de almacenamiento	59
4.01.02 Capacidad / Demanda	60
4.02 Localización.....	61
4.02.01 Macro localización.....	61
4.02.02 Micro localización	62
4.02.03 Localización óptima.....	63
4.03.01 Definición del ByS.....	64
4.03.02 Distribución de planta.....	65
CAPITULO V	70
5.01 Ingresos	70
5.01.01 Ingresos Operacionales	70
5.01.02 Ingresos no operacionales.....	70
5.02 Costos.....	71
5.02.01 Costos operacionales.....	71

5.02.01.01 Medicina	71
5.02.02 Costos administrativos	72
5.02.02 Calculo de la Depreciación.....	73
5.02.03 Amortización.....	73
5.02.04 Costos financieros	75
5.02.05 Costos de venta	76
5.02.05.01 Rol de Pago del Bioquímico Farmacéutico.....	76
5.02.05.02 Rol de Pago del Administrador.....	77
5.02.4.3 Publicidad de inauguración	77
5.03 Inversiones del proyecto	78
5.03.01 Activos fijos	78
5.03.02 Nominales.....	80
5.03.03 Capital de trabajo	80
CAPÍTULO VI	83
6.01 Pronóstico financiero	83
6.01.01 Estado Proforma.....	83
6.01.03 Punto de Equilibrio	87
6.01.04 Tmarc	89
6.02 Evaluación financiera.....	90
6.02.01 PRC.....	90
6.02.02 VAN.....	90
6.02.03 TIR	91
6.02.04 RBC	92
6.3.03 Análisis de Impactos.....	93
6.03.01 Ambiental	93
6.03.03 Productivo	94
6.03.04 Empresarial.....	94

CAPÍTULO VII.....	95
7.01 Conclusiones.....	95
7.02 Recomendaciones.....	96
REFERENCIA.....	97

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Porcentajes de inflación	7
Tabla 2 Porcentaje del Producto Interno Bruto	9
Tabla 3 Porcentaje P.I.B Farmaceutico	10
Tabla 4 Porcentaje de la Tasa de Interes Activa	11
Tabla 5 Porcentaje de la Tasa de Interes Pasiva	13
Tabla 6 Porcentaje del Desempleo	14
Tabla 7 Propuesta estratégica	28
Tabla 8 FODA	34
Tabla 9 Matriz de Evaluación de Factores Interno	35
Tabla 10 Matriz de evaluación de factores externo	36
Tabla 11 Encuestas pregunta 1	39
Tabla 12 Encuestas pregunta 2	40
Tabla 13 Encuestas pregunta 3	41
Tabla 14 Encuestas pregunta 4	42
Tabla 15 Encuestas pregunta 5	43
Tabla 16 Encuestas pregunta 6	44
Tabla 17 Encuestas pregunta 7	45
Tabla 18 Encuestas pregunta 8	46
Tabla 19 Encuestas pregunta 9	47
Tabla 20 Encuestas pregunta 10	48
Tabla 21 Oferta Histórica	49
Tabla 22 Oferta Actual	50
Tabla 23 Oferta Proyectada	51
Tabla 24 Demanda Histórica	52
Tabla 25 Demanda Actual	53
Tabla 26 Demanda Proyectada	54
Tabla 27 Balance Oferta-Demanda	56
Tabla 28 Capacidad / Demanda	60
Tabla 29 Localización óptima	63
Tabla 30 Equipos de computación	66
Tabla 31 Muebles y enseres	67
Tabla 32 Equipos de seguridad	67

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA INDEPENDIENTE

Tabla 33 Ingresos Operacionales	70
Tabla 34 laboratorios	71
Tabla 35 Costos administrativos	72
Tabla 36 Depreciación	73
Tabla 37 Amortización	73
Tabla 38 Amortización	74
Tabla 39 Costos financieros	75
Tabla 40 Costos de venta.....	76
Tabla 41 Rol de Pago del Bioquímico Farmacéutico	76
Tabla 42 Rol de Pago del Administrador	77
Tabla 43 Publicidad de inauguración.....	77
Tabla 44 Activos fijos.....	79
Tabla 45 Nominales	80
Tabla 46 Capital de trabajo.....	81
Tabla 47 Fuentes de financiamiento	81
Tabla 48 Uso de fondos	82
Tabla 49 Estado Proforma	84
Tabla 50 Estado de Pérdidas y Ganancias	85
Tabla 51 Flujo de Caja.....	86
Tabla 52 Punto de Equilibrio.....	87
Tabla 53 Punto de Equilibrio.....	88
Tabla 54 Tmarc	89
Tabla 55 PRC	90
Tabla 56 VAN	90
Tabla 57 TIR	91
Tabla 58 RBC.....	92

ÍNDICE DE FIGURA

<i>Figura 1 Porcentajes de infacion.....</i>	<i>8</i>
<i>Figura 2 Porcentaje del Producto Interno Bruto</i>	<i>9</i>
<i>Figura 3 Porcentaje P.I.B Farmaceutico</i>	<i>10</i>
<i>Figura 4: Porcentaje de la Tasa de Interes Actica.....</i>	<i>12</i>
<i>Figura 5 Porcentaje de la Tasa de Interes Pasiva.....</i>	<i>13</i>
<i>Figura 6 Porcentaje del Desempleo</i>	<i>14</i>
<i>Figura 7: Delincuencia.....</i>	<i>15</i>
<i>Figura 20 Porcentaje de la pregunta 1</i>	<i>39</i>
<i>Figura 21 Porcentaje de la pregunta 2</i>	<i>40</i>
<i>Figura 22 Porcentaje de la pregunta 3</i>	<i>41</i>
<i>Figura 23: Porcentaje de la pregunta 4.....</i>	<i>42</i>
<i>Figura 24 Porcentaje de la pregunta 5</i>	<i>43</i>
<i>Figura 25: Porcentaje de la pregunta 6</i>	<i>44</i>
<i>Figura 26: Porcentaje de la pregunta 7</i>	<i>45</i>
<i>Figura 27: Porcentaje de la pregunta 8</i>	<i>46</i>
<i>Figura 28: Porcentaje de la pregunta 9</i>	<i>47</i>
<i>Figura 29: Porcentaje de la pregunta 10.....</i>	<i>48</i>

ÍNDICE DE ILUTACIONES

Ilustración 1 Porter.....	20
Ilustración 2 Laboratorios Rocnart	23
Ilustración 3 Laboratorios H.G.....	23
Ilustración 4 Laboratorios Leterago	24
Ilustración 5 Novartis.....	24
Ilustración 6 Gestión administrativa	30
<i>Ilustración 7 Logo Farmastar</i>	<i>31</i>
<i>Ilustración 8 Propaganda.....</i>	<i>32</i>
<i>Ilustración 9 Propaganda con el 20%.....</i>	<i>32</i>
<i>Ilustración 10 Vasos accesorios.....</i>	<i>33</i>
<i>Ilustración 11 Esferos accesorios</i>	<i>33</i>
<i>Ilustración 12 Toalla de mano accesorios</i>	<i>33</i>
<i>Ilustración 13 página web</i>	<i>33</i>
<i>Ilustración 14 Macro localización</i>	<i>61</i>
<i>Ilustración 15 Micro localización de la loma de Puengasi.....</i>	<i>62</i>
<i>Ilustración 16 Localización óptima lomade puengasi</i>	<i>63</i>
<i>Ilustración 17 Farmacia</i>	<i>65</i>
<i>Ilustración 18 Farmacia 3D.....</i>	<i>66</i>

RESUMEN EJECUTIVO

TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA EN EL SECTOR LOMA DE PUENGASI.

Este proyecto fue realizado con mucho responsabilidad y con atención en cada uno de los pasos que se deben realizar, es por ello que he encontrado muchas ventajas y desventajas al realizar este tema de tesis relacionado con la creación de una Farmacia sin fines de lucro a beneficio de toda la población, a través de la obtención y comercialización de medicinas a bajos precios con una gran variedad de productos de calidad, excelentes instalaciones y servicio de atención al cliente de primera. El proyecto me brindó al mismo tiempo muchas enseñanzas ya que el investigar y analizar la información consultada no fue nada fácil. Además me dio la oportunidad de conocer instituciones necesarias para la creación e implementación de una farmacia sin fines de lucro y los pasos correspondientes, que no conocíamos, en este proyecto

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA INDEPENDIENTE
EN EL SECTOR LA LOMA DE PUENGASÍ D.M.Q PERIODO 2015-2016

ABSTRACT

FEASIBILITY STUDY FOR THE ESTABLISHMENT OF A PHARMACY IN THE SECTOR LOMA DE PUENGASI

This project was carried out with great responsibility and we took attention in the process that we have to do, that's the reason why have found many advantages and disadvantages when we carry out it because it has relation with the establishment of a nonprofit pharmacy to benefit all of the people, through obtaining and marketing medicines with low prices besides with a lot of variety of quality products, excellent facilities and a better customer service. It gave me many knowledge at the same time, because when I was investigating and analyzing the finded information, it was difficult. Besides It gave me the opportunity to know institutions that were necessary to create and develop a non profit pharmacy, and it were necessary to do the process, that was unknow for the project

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA INDEPENDIENTE
EN EL SECTOR LA LOMA DE PUENGASÍ D.M.Q PERIODO 2015-2016

CAPÍTULO I

1.01 Justificación

El presente proyecto se justifica por las siguientes razones:

Está orientado en satisfacer las necesidades en el barrio la San Isidro de Puengasí, ya que no cuenta con el número suficiente de farmacias por esta razón, la salud es un aspecto de la vida que no puede esperar, por lo que es necesario contar con un lugar que facilite artículos farmacéuticos, artículos de higiene entre otros, de esta manera sería una ayuda de gran alcance para las personas que sufran enfermedades crónicas y necesitan tener una buena calidad de vida.

El proyecto es de interés ya que beneficiara directamente a la población del sector también se beneficiarán sectores aledaños, con este proyecto facilitaremos el acceso a la salud, enfocándonos en los medicamentos genéricos, naturales y comerciales, pero

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA INDEPENDIENTE
EN EL SECTOR LA LOMA DE PUENGASÍ D.M.Q PERIODO 2015-2016

surtiremos mayormente la farmacia de medicamentos genéricos que son los sustitutos de los comerciales y mucho más económicos para ayudar al bolsillo de la población.

Para poder posibilitar el buen desempeño en la creación de la farmacia se utilizará herramientas investigativas de interés como: libros, referencias , y encuestas las que nos van a ayudar a que nuestro proyecto sea viable, sustentable e innovador el cual será dirigido a la población del sector de San Isidro de Puengasí, con el propósito de obtener información relevante que ayude a esclarecer las necesidades, exigencias y expectativas, además poseerá personal altamente capacitado y con excelentes conocimientos en cuanto al tema de lo que son los fármacos que es un respaldo para las personas que necesiten hacer uso de este establecimiento, de esta manera nos enfocamos el tema planteado.

1.02 Antecedente

“Las farmacias son establecimientos farmacéuticos autorizados para la dispensación y expendio de medicamentos de uso y consumo humano, especialidades farmacéuticas, productos naturales de uso medicinal, productos biológicos, insumos y dispositivos médicos, cosméticos, productos dentales, así como para la preparación y venta de fórmulas oficinales y magistrales.” Lexis, (2009)

“La manufactura farmacéutica se ha convertido en un sector empresarial dedicado a la fabricación, preparación y comercialización de productos químicos medicinales para el tratamiento y también la prevención de las enfermedades, lo cual reporta niveles de lucro económico altos. Muchas entidades del sector fabrican productos químicos farmacéuticos a granel (producción primaria), y todas ellas los preparan para su uso médico mediante métodos conocidos colectivamente como producción secundaria. Entre los procesos de producción secundaria, altamente automatizados, se encuentran la fabricación de fármacos dosificados, como pastillas, cápsulas o sobres para administración oral, soluciones para inyección, óvulos y supositorios.

Tales empresas tienen que cumplir con una variedad de leyes y reglamentos con respecto a permisos, patentes, pruebas y la comercialización de los fármacos. La industria farmacéutica se muestra muy rentable e influyente del mundo, lo cual produce al mismo tiempo elogios por sus contribuciones a la salud, y controversias por sus políticas de marketing y campañas para influir en los gobiernos, con el fin de aumentar los precios, extender sus patentes y con ello sus beneficios empresariales. Siendo acusadas por sus críticos de promoción de enfermedades, en algunos casos, al contribuir supuestamente a medicalizar las afecciones sobre condiciones o enfermedades frecuentemente inofensivas con objeto de incrementar la venta de los fármacos.

Algunas empresas farmacéuticas realizan tareas de investigación y desarrollo (I+D+I) con el fin de introducir nuevos tratamientos mejorados. En algunos países, cada etapa de pruebas de nuevos fármacos con animales domésticos o con seres humanos, tiene que recibir la permisión de los organismos reguladores nacionales. Si se produce la aprobación final se concede la autorización para utilizarlos en condiciones determinadas. En otros países se puede obtener el permiso de distribuir un fármaco presentando la autorización del país de origen.

Las vacunas se han vuelto una gran parte de la industria farmacéutica. La mayoría de las vacunas son inyectables, aunque algunas se administran por vía oral, en particular la vacuna de Sabin contra la poliomielitis, desarrollada a mediados de la década de 1950. Las vacunas protegen en el organismo sometiénolo a un agente patógeno debilitado, lo cual le

ayuda a crear nuevos anticuerpos (inmunización a largo plazo) o proporcionándole anticuerpos activos (una solución más temporal).” NUEVA, (2009)

Historia de la industria farmacéutica

“La industria farmacéutica surgió a partir de una serie de actividades diversas relacionadas con la obtención de sustancias utilizadas en medicina. A principios del siglo XIX, los boticarios, químicos o los propietarios de herbolarios obtenían partes secas de diversas plantas, recogidas localmente o en otros continentes. Éstas últimas se compraban a los especieros, que fundamentalmente importaban especias, pero como negocio secundario también comerciaban con productos utilizados con fines medicinales, entre ellos el opio de Persia o la ipecacuana de Suramérica. Los productos químicos sencillos y los minerales se adquirirían a comerciantes de aceites y gomas.

Los boticarios y químicos fabricaban diversos preparados con estas sustancias, como extractos, tinturas, mezclas, lociones, pomadas o píldoras. Algunos profesionales elaboraban mayor cantidad de preparados de los que necesitaban para su propio uso y los vendían a granel a sus compañeros.

Algunas medicinas, como las preparadas a partir de la quina, de la belladona, de la digitalina, del centeno cornudo (*Claviceps purpurea*) o del opio (látex seco de la adormidera

Papaversomniferum), eran realmente útiles, pero su actividad presentaba variaciones considerables. En 1820, el químico francés Joseph Pelleterier preparó el alcaloide activo de la corteza de la quina y lo llamó quinina. Después de este éxito aisló diversos alcaloides más, entre ellos la atropina (obtenida de la belladona) o la estricnina (obtenida de la nuez vómica).

Su trabajo y el de otros investigadores hizo posible normalizar diversas medicinas y extrajo de forma comercial sus principios activos. Una de las primeras empresas que extrajo alcaloides puros en cantidades comerciales fue la farmacia de T.H. Smith 11 Ltd. en Edimburgo, Escocia. Pronto los detalles de las pruebas químicas fueron difundidos en las farmacopeas, lo cual obligó a los fabricantes a establecer sus propios laboratorios.”
Andalucía, (2007)

“La mayoría de los países conceden patentes para los medicamentos o fármacos recientemente desarrollados o modificados, por periodos de unos 15 años a partir de la fecha de autorización. Las compañías asignan una marca registrada a sus innovaciones, que pasan a ser de su propiedad exclusiva. Además, los nuevos medicamentos reciben un nombre genérico oficial de propiedad pública. Una vez que expira la patente, cualquier empresa que cumpla las normas del organismo regulador puede fabricar y vender productos con el nombre genérico. En realidad la industria farmacéutica es la principal impulsora de la extensión del sistema de patentes, y ha presionado a los países en desarrollo para hacerles seguir este sistema.”
Talent, (2009)

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA INDEPENDIENTE
EN EL SECTOR LA LOMA DE PUENGASÍ D.M.Q PERIODO 2015-2016

CAPITULO II

2.01 Ambiente Externo

2.01.01 Factor Económico

2.01.01.01 Inflación

La Inflación es el incremento de los precios (bienes y servicios) de una economía, por lo general se aplican algunas metodologías para su cálculo pero nos conformaremos en saber que se refleja y se utiliza el índice de precios del consumidor de la canasta básica de los productos a consumir para su cálculo estadístico. Ruiz, (2012)

Tabla 1 Porcentajes de inflación

Año	Porcentaje
2012	4,31%
2013	3,33%
2014	3,67%
2015	3,38%

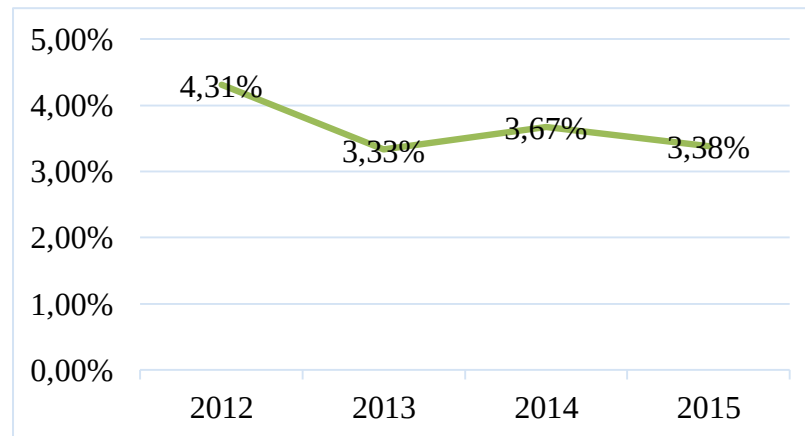


Figura 1 Porcentajes de inflación
Fuente: Banco Central de Ecuador

Analisis

En la grafica se puede apreciar el comportamiento de la inflación en el año 2015 se proyecta con un porcentaje de 3.38% por lo tanto no a bajado mucho a comparado con otros años, lo que indica que se mantendra la estabilidad de los precios, ya que consideremos como una oportunidad para la creacion de una farmacia.

2.01.01.02 Producto Interno Bruto

El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. EL PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas. Clubplaneta, (2007)

Tabla 2 Porcentaje del Producto Interno Bruto

Año	Porcentaje
2012	4,80%
2013	3,50%
2014	3,80%
2015	3,00%

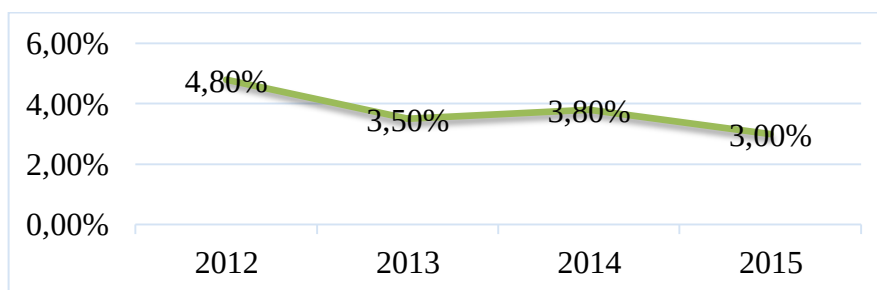


Figura 2 Porcentaje del Producto Interno Bruto
Fuente: Banco Central de Ecuador

Análisis

El PBI en el año 2015 ha descendido lo cual es una amenaza para la creación de la farmacia, esto significa que la economía en el país ha descendido en gran cantidad por ese motivo es que no está produciendo bienes y servicios motivo por el cual no tendremos una estabilidad económica ni un crecimiento del PIB.

2.01.01.03 Producto Interno Bruto farmacéutico

El sector farmacéutico ha tenido un desarrollo amplio ya que tiene un elevado incremento en la demanda de los servicios y productos farmacéuticos. Pro Ecuador, (2013)

Tabla 3 Porcentaje P.I.B Farmaceutico

Año	Porcentaje
2012	1,90%
2013	1,70%
2014	4,75%
2015	4,78%

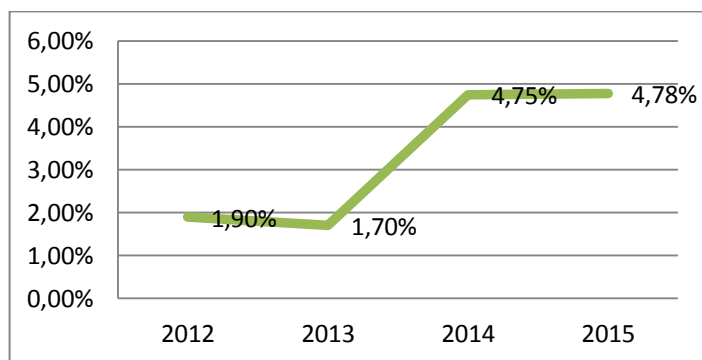


Figura 3 Porcentaje P.I.B Farmaceutico
Fuente: Banco Central de Ecuador

Análisis

El PIB farmacéutico en el 2015 ha incrementado un 3% lo cual es una oportunidad para la creación de la farmacia “Farmastar” porque gracias a esto podemos subir la facturación de ventas en la farmacia lo que nos indica que el consumo de fármacos ha incrementado y gracias a esto es más factible este proyecto.

2.01.01.04 Tasa de Interés

Las tasas de interés son el precio del dinero. Si una persona, empresa o gobierno requiere de dinero para adquirir bienes o financiar sus operaciones, y solicita un préstamo, el interés que se pague sobre el dinero solicitado será el costo que tendrá que pagar por ese servicio. Como en cualquier producto, se cumple la ley de la oferta y la demanda: mientras sea más fácil conseguir dinero (mayor oferta, mayor liquidez), la tasa de interés será más baja. Por el contrario, si no hay suficiente dinero para prestar, la tasa será más alta. Club (Planeta)

2.01.01.05 Tasa de Interés Activa

Es la tasa de interés que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados. Es decir, la que te cobra el banco por el dinero que te presta Experto. (2000)

Tabla 4 Porcentaje de la Tasa de Interes Actica

Año	Porcentaje
2012	8,17%
2013	8,17%
2014	8,19%
2015	9,15%

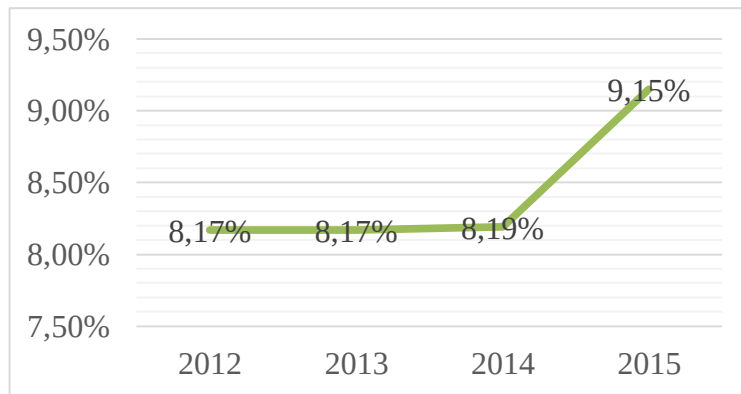


Figura 4: Porcentaje de la Tasa de Interés Activa
Fuente: Banco Central de Ecuador

Análisis

Recompilando todos los datos se ve la necesidad anual de la población que se va incrementando tal como la figura geométrica lo indica, se observa que a mayor porcentaje más amenaza para la creación de la farmacia

2.01.01.06 Tasa de Interés Pasivo

Es la tasa de interés que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado. Es decir, la que te paga el banco por tus depósitos.

Experto. (2000)

Tabla 5 Porcentaje de la Tasa de Interes Pasiva

Año	Porcentaje
2012	4,53%
2013	4,53%
2014	5,62%
2015	5,22%



Figura 5 Porcentaje de la Tasa de Interes Pasiva
Fuente: Banco Central de Ecuador

Análisis

Podemos observar en el grafico que la tasa de interés pasiva es de 5.22% lo cual viene siendo una amenaza a razón que la utilidad generada por la farmacia, su inversión en el banco será baja.

2.01.2 Factor social

2.01.02.01 Desempleo

El desempleo, también conocido como paro, es la situación en la que se encuentran las personas que teniendo edad, capacidad y deseo de trabajar no ocupan ni pueden conseguir un puesto de trabajo. Experto. (2002)

Tabla 6 Porcentaje del Desempleo

Año	Porcentaje
2012	5%
2013	4,55%
2014	4,47%
2015	5,21%

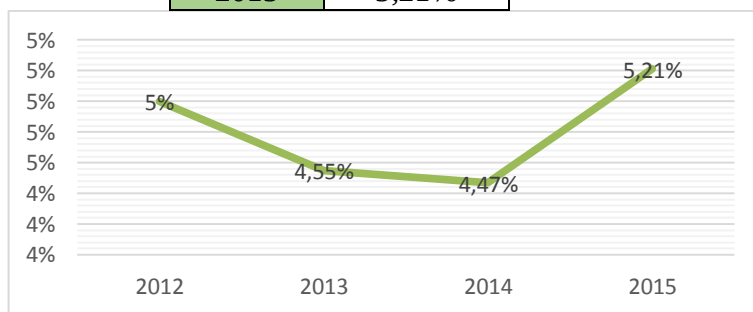


Figura 6 Porcentaje del Desempleo
Fuente: Banco Central de Ecuador

Análisis

Según los datos estadísticos el desempleo ha crecido 5.21% por los siguientes motivos: migración, falta de profesionales, empresas en quiebra, obreros mal remunerados. Esto traería amenazas para la empresa debido a que se incrementaría el número de personas con enfermedad debido a la falta de recursos económicos o por la crisis que el país está pasando en la actualidad debido a la caída de precios en productos de alto consumo.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA INDEPENDIENTE
EN EL SECTOR LA LOMA DE PUENGASÍ D.M.Q PERIODO 2015-2016

2.01.02.02 Delincuencia

El fenómeno social constituido por el conjunto de las infracciones, contra las normas fundamentales de convivencia, producidas en un tiempo y lugar determinados
Gordillo Rebeca (2014)



Figura 7: Delincuencia
Fuente: Subsecretaria de prevencion de delitos

Análisis

Debido a la tasa de crecimiento delictivo en todos sus ámbitos sería una excelente alternativa implementar una forma de precautelar todos los bienes e instalaciones de la farmacia como sería la contratación de una compañía de seguridad externa que trabaje por horas lo que no generaría gasto excesivo, por tal razón sería una amenaza para la farmacia.

2.01.03 Factor legal

Consideramos de la ley orgánica de salud del art 165 a 176:

De los establecimientos farmacéuticos

Art. 165.- Para fines legales y reglamentarios, son establecimientos farmacéuticos los laboratorios farmacéuticos, casas de representación de medicamentos, distribuidoras farmacéuticas, farmacias y botiquines, que se encuentran en todo el territorio nacional.

Art. 166.- Las farmacias deben atender al público mínimo doce horas diarias, ininterrumpidas y cumplir obligatoriamente los turnos establecidos por la autoridad sanitaria nacional. Requieren obligatoriamente para su funcionamiento la dirección técnica y responsabilidad de un profesional químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico, quien brindará atención farmacéutica especializada.

Los botiquines estarán a cargo de personas calificadas y certificadas para el manejo de medicamentos. La autorización para su funcionamiento es transitoria y revocable. La autoridad sanitaria nacional implementará farmacias y botiquines institucionales, debidamente equipados, en todas sus unidades operativas de acuerdo al nivel de complejidad.

Art. 167.- La receta emitida por los profesionales de la salud facultados por ley para hacerlo, debe contener obligatoriamente y en primer lugar el nombre genérico del medicamento prescrito.

Quien venda informará obligatoriamente al comprador sobre la existencia del medicamento genérico y su precio.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA INDEPENDIENTE
EN EL SECTOR LA LOMA DE PUENGASÍ D.M.Q PERIODO 2015-2016

No se aceptarán recetas ilegibles, alteradas o en clave.

Art. 168.- Son profesionales de la salud humana facultados para prescribir medicamentos, los médicos, odontólogos y obstetrias.

Art. 169.- La venta de medicamentos al público al por menor sólo puede realizarse en establecimientos autorizados para el efecto.

Art. 170.- Los medicamentos, para su venta deben cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Estar debidamente identificados y etiquetados, sin alteraciones ni enmiendas
- b) Contener en sus etiquetas el número de registro sanitario nacional, el precio de venta al público y la fecha de expiración;
- c) No estar caducados;
- d) No provenir de instituciones de servicio social, de programas sociales estatales, de donaciones o ser muestras médicas;
- e) No haber sido introducidos clandestinamente al país;
- f) No ser falsificados o adulterados
- g) No tener colocados elementos sobre las etiquetas que impidan la visibilidad de la información del producto, incluidas las que contienen los precios.

Art. 171.- Es prohibida la venta de medicamentos que contengan sustancias psicotrópicas y estupefacientes que no cuenten con receta emitida por profesionales autorizados para prescribirlas. Cuando se requiera la prescripción y venta de medicamentos

que contengan estas sustancias, se realizará conforme a las normas emitidas por la autoridad sanitaria nacional y la Ley de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas.

Art. 172.- En las farmacias y botiquines no se podrá ofrecer o dar consulta médica, obstétrica, odontológica, aplicar tratamientos, realizar toma de muestras ni tener laboratorios clínicos.

Art. 173.- Todo establecimiento farmacéutico debe contar con la responsabilidad técnica de un profesional químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico, quien puede tener bajo su responsabilidad técnica uno o más establecimientos farmacéuticos, de conformidad con lo que establezca el reglamento.

El reglamento de aplicación de esta Ley normará lo relacionado a este servicio, en los lugares en donde no existan suficientes profesionales ni establecimientos farmacéuticos.

Art. 174.- Se prohíbe a los expendedores de farmacias recomendar la utilización de medicamentos que requieran receta médica o cambiar la sustancia activa prescrita, sin la autorización escrita del prescriptor.

Art. 175.- Sesenta días antes de la fecha de caducidad de los medicamentos, las farmacias y botiquines notificarán a sus proveedores, quienes tienen la obligación de retirar dichos productos y canjearlos de acuerdo con lo que establezca la reglamentación correspondiente.

Art. 176.- Los medicamentos caducados referidos en el artículo anterior deben ser destruidos y eliminados por los fabricantes o importadores, conforme a los procedimientos establecidos por la autoridad sanitaria nacional y bajo su supervisión Salud, (2006)

Análisis

Van hacer las obligaciones y normas a seguir implementadas por el ministerio de salud pública que es el único en emitir el permiso de funcionamiento para que la farmacia pueda operar con toda normalidad dentro del distrito metropolitano N° 9, este establecimiento se dedicara a la venta y distribución de fármacos lo cual sera una oportunidad para este futuro de la farmacia "Farmastar".

2.01.04 Factor tecnológico

"Comprende el nivel de los avances científicos y tecnológicos en la sociedad, incluyendo la base física (plantas, equipo, servicios) y la base tecnológica de conocimientos" Rodríguez,(2002)

Análisis

El factor tecnológico para la farmacia dependerá en gran cantidad por la facilidad de comunicación con proveedores ya que mediante el uso del correo electrónico y las llamadas de larga distancia podríamos realizar pedidos y así facilitar las necesidades requeridas, por lo tanto es favorable y sería una oportunidad para la farmacia.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA INDEPENDIENTE
EN EL SECTOR LA LOMA DE PUENGASÍ D.M.Q PERIODO 2015-2016

2.02 Entorno local

Son aquellos elementos que afectan de forma directa al proyecto, en este marco se destacan importantes fuerzas competitivas como son cliente, proveedores, competidores.

2.02.01 Análisis de las Fuerzas de Porter



Ilustración 1 Porter

Fuente: Modelo de las 5 Fuerzas de Porter

2.02.01.01 Poder de negociación de los clientes

La competencia en un sector industrial está determinada en parte por el poder de negociación que tienen los clientes con las empresas que producen el bien o servicio. En los mercados de productos son dos los factores que influyen en la determinación de la fortaleza del poder de negociación de una empresa frente a sus clientes: sensibilidad al precio y poder de negociación. Hernández Ángel. (2011)

Análisis

Para todos los clientes la creación de un nuevo negocio es atractivo e innovador y mucho mejor si es económico para la salud, lo cual sería una oportunidad para la farmacia "Farmastar" siempre y cuando cumpliremos el reglamento de fijación de precios.

2.02.01.02 Poder de negociación de los proveedores

Esta fuerza hace referencia a la capacidad de negociación con que cuentan los proveedores, quienes definen en parte el posicionamiento de una empresa en el mercado, de acuerdo a su poder de negociación con quienes les suministran los insumos para la producción de sus bienes. Por ejemplo, mientras menor cantidad de proveedores existan, mayor será su capacidad de negociación, ya que al no haber tanta oferta de insumos, éstos pueden fácilmente aumentar sus precios. Hernández Ángel. (2011)

Análisis

Cabe recalcar que los proveedores imponen sus precios y la cantidad de productos que deseamos solicitar, ya que todo lo que ofertan son de vital importancia para la farmacia "Farmastar".

Analizando a cada una de las casas de distribución farmacéuticas determinamos que hay precios más accesibles y económicos para la adquisición de medicamentos y una gran cantidad de proveedores por lo cual podemos optar y decidir la cantidad, variedad y costo de la adquisición del producto. De tal manera que se convierte en una oportunidad para la farmacia.

Tomando en cuenta a la Asociación de Laboratorios Farmacéuticos Ecuatorianos ALFE y los proveedores que abastece de medicamento a la farmacias tanto de cadena como populares entre otros .



Ilustración 2 Laboratorios Rocnarf

Laboratorios Rocnarf está comprometido con el cuidado de la salud y el bienestar de los ecuatorianos desde 1976, a través de la elaboración de medicamentos de reconocida calidad y eficacia.



Ilustración 3 Laboratorios H.G.

Quienes hacemos LABORATORIOS H.G., C.A. nos sentimos complacidos de poner a la disposición de ustedes este sitio para decirles y contarles algo de nuestra historia, de nuestra gente, informarles sobre nuestros productos y servicios.



Ilustración 4 Laboratorios Leterago

Leterago inició sus actividades como Importadora y Distribuidora de Productos Farmacéuticos en República Dominicana en el año 1961, llega a Ecuador en el año 2003 siendo en la actualidad una gran potencia dentro del sector Farmacéutico



Ilustración 5 Novartis

Novartis es una empresa multinacional que se dedica a la industria farmacéutica y a la biotecnología

2.02.01.03 Rivalidad entre competidores

La rivalidad entre competidores está en el centro de las fuerzas y es el elemento más determinante del modelo de Porter. Es la fuerza con que las empresas emprenden acciones, de ordinario, para fortalecer su posicionamiento en el mercado y proteger así su posición competitiva a costa de sus rivales en el sector. Hernández Ángel. (2011)

Análisis

Existen muchas empresas en el mercado como las grandes cadenas comerciales; Cruz Azul, Fybeca, Económicas entre otras las cuales están posicionadas en el mercado sin embargo el Sector de San Isidro de Puengasí no existe farmacia alguna lo cual es una oportunidad para penetrar en el mercado como farmacia popular.

2.02.01.04 Amenaza de la entrada de nuevos competidores

Se considera que en un sector en el que se conoce que el rendimiento del capital invertido es superior a su costo, la llegada de empresas interesadas en participar del mismo será muy grande y rápida, hasta aprovechar las oportunidades que ofrece ese mercado. Como es obvio, las compañías que entran en el mercado incrementan la capacidad productiva en el sector. En el caso de que haya beneficios superiores a la media en el sector, atraerá mayor número de inversionistas, aumentando la competencia y, en consecuencia, bajando la rentabilidad del sector. Hernández Ángel. (2011)

Análisis

La entrada en el mercado el Sector de San Isidro de Puengasí va hacer desfavorable ya que si empresas más grandes y con sucursales ven que el sector tiene mucha acogida podrían montar o implementar otra farmacia que sería mayor competencia con "Farmastar", pero a medida que los pobladores del barrio observen esta situación optarían por la compra de los fármacos en los establecimientos de renombre lo cual sería una amenaza para la concretación de este proyecto.

2.02.01.05 Amenaza de posibles productos sustitutos

Los productos sustitutos son aquellos que realizan las mismas funciones del producto en estudio. Constituyen también una fuerza que determina el atractivo de la industria, ya que pueden reemplazar los productos y servicios que se ofrecen o bien representar una alternativa para satisfacer la demanda. Representan una seria amenaza para el sector si cubren las mismas necesidades a un precio menor, con rendimiento y calidad superior. Hernández Ángel. (2011)

Análisis

En el mercado los productos sustitutos están creciendo ya que sus precios son más económicos, teniendo siempre en cuenta que la medicina natural a transcurrido durante muchos años su adquisición también es económica y accesible.

Por lo tanto aunque la adquisición de medicamento sea alta, tendrán buena calidad y efectividad, así que los productos sustitutos no serán una amenaza para la farmacia “farmastar”

2.03 Análisis interno

2.03.01 Propuesta estratégica

Tabla 7 Propuesta estratégica

PROPUESTA	ESTRATEGIA
Servicio al cliente	Amabilidad y respeto a nuestro cliente, dando su debida información acerca del medicamento
Publicidad	Con la publicidad llamaremos la atención a nuestros futuros clientes
Promociones	Realizaremos las promociones de acuerdo a la casa comercial

Elaborado por: Cecilia Zambrano

2.03.01.01 Misión

Somos una empresa dedicada a la dispensación y expendio de productos farmacéuticos, brindando un servicio personalizado de calidad total y oportuna con un detalle de distribución rápida y segura para nuestro clientes.



2.03.01.02. Visión

La empresa "Farmastar" estima que para el 2023 va a ser un establecimiento reconocido por su calidad total y capacitaciones permanentes a todos y cada uno de los colaboradores para generar la satisfacción de los clientes al observar el crecimiento diario y permanente en la farmacia.



2.03.01.03 Valores

- Respeto: Tratar de igual manera a todos nuestro clientes siempre y cuando teniendo en cuenta la atención y consideración a cada uno de nuestros clientes
- Honestidad: Será una herramienta elemental para generar confianza a la empresa.
- Calidad: Se intenta que los productos y servicios ofrecidos sean de alta calidad

2.03.01.04 Políticas

- Prestar una buena atención a nuestros clientes
- Mejorar continuamente los procesos
- La calidad del producto será el principal atributo que ofrecemos a nuestros clientes
- Relevar a cada uno de los puestos de trabajo.

2.03.02 Objetivos

2.03.02.01 Objetivo General

Verificar la viabilidad técnica, económica, y financiera de la Creación de una Farmacia Dependiente en el Sector Loma de Puengasi Distrito Metropolitano de Quito

2.03.02.02 Objetivos Específicos

- Determinar oferta y demanda
- Analizar la información del estudio de mercado, y mediante el Estudio Financiera evaluar la viabilidad del proyecto
- Demostrar los costos y beneficios del proyecto

2.03.03 Gestión Administrativa

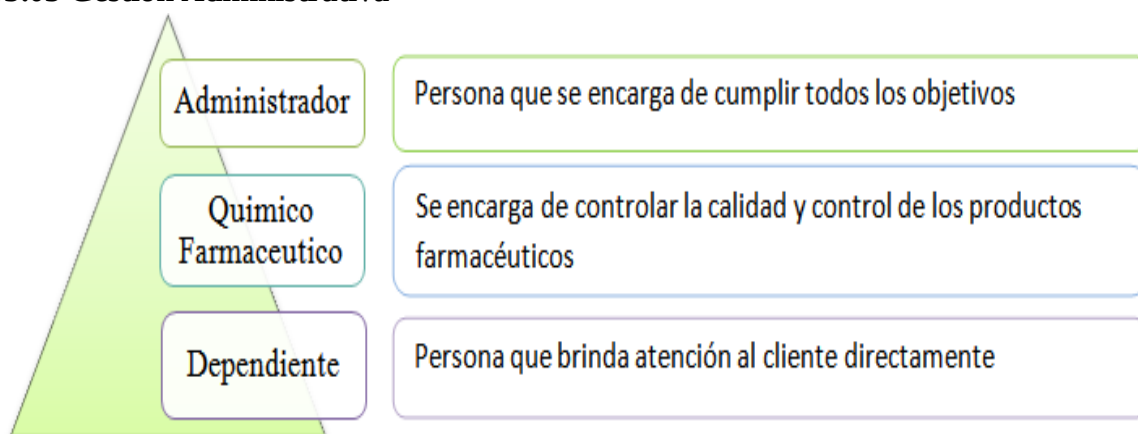


Ilustración 6 Gestión administrativa
Elaborado por: Cecilia Zambrano

2.03.04 Gestión Comercial

Nombre de la farmacia

“FARMASTAR”

Logo



Ilustración 7 Logo Farmastar

En la farmacia “Farmastar” existirá una persona la cual se encargue de:

- Dispensación de medicamentos, artículos e insumos
- Digitación de ingresos y egresos de medicamentos
- Percharje de medicamentos por composición y actividad farmacológica
- Inventario diario de los medicamentos y artículos
- Limpieza de perchas

Estrategia comercial

- Propaganda



Ilustración 8 Propaganda



Ilustración 9 Propaganda con el 20%

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA INDEPENDIENTE
EN EL SECTOR LA LOMA DE PUENGASÍ D.M.Q PERIODO 2015-2016

- Accesorios para activaciones en la farmacia



Ilustración 10 Vasos accesorios



Ilustración 11 Esferos accesorios



Ilustración 12 Toalla de mano accesorios

- Páginas web



Ilustración 13 página web

2.04 FODA

Tabla 8 FODA

FODA	
Fortaleza	Oportunidades
- Tener el respaldo de que está a cargo una persona capacitada y con un título especializado en la administración de farmacias - Implementación con equipos y tecnología de punta - Calidad del producto - Precios accesibles	- Inflación - Los precios se mantienen estables - Posibilidad de obtener gran rentabilidad - Envejecimiento de la población
• Debilidad	• Amenazas
- Inexperiencia en el mercado - Falta de conocimiento en productos - Falta de empresas nuevas en el mercado	- Incremento del costo de los créditos - Aumento del factor delincuencia - Aumento del desempleo - La alta competencia en distribución de fármacos

Elaborado por: Cecilia Zambrano

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA INDEPENDIENTE
EN EL SECTOR LA LOMA DE PUENGASÍ D.M.Q PERIODO 2015-2016

2.04.01 Matriz MEFI

Matriz de Evaluación de Factores Interno

Tabla 9 Matriz de Evaluación de Factores Interno

Factores Críticos	Peso	Calificación	Peso Ponderado
Fortaleza			
Tener el respaldo de que está a cargo una persona capacitada y con un título especializado en la administración de farmacias	0,15	4	0,6
Implementación con equipos y tecnología de punta	0,13	3	0,39
Calidad del producto	0,13	3	0,39
Precios accesibles	0,12	3	0,36
Total Fortaleza	0,53		1,74
Debilidades			
Empresas nuevas en el mercado	0,15	3	0,45
Inexperiencia en el mercado	0,18	4	0,72
Falta de conocimiento en productos	0,14	2	0,28
Total Debilidades	0,47		1,45
Total	1		

Elaborado por: Cecilia Zambrano

Análisis

Según la tabla los resultados de la fortaleza es de 1,74 quiere decir que cubre con las necesidades de la organización, pero sobre todo tenemos que reducir la debilidades ya que es de 1,15 para poder tener un buen desempeño de las fortaleza por lo tanto tendremos mejores resultados.

2.04.02 Matriz MEFE

Matriz de evaluación de factores externo

Tabla 10 Matriz de evaluación de factores externo

Factores Críticos	Peso	Calificación	Peso Ponderado
Oportunidades			
Inflación	0,15	4	0,6
Los precios se mantienen estables	0,1	3	0,3
Posibilidad de obtener gran rentabilidad	0,12	2	0,24
Envejecimiento de la población	0,13	3	0,39
Total Oportunidades	0,5		1,53
Amenaza			
Incremento del costo de los créditos	0,15	4	0,6
Aumento del factor delincriminal	0,11	3	0,33
Aumento del desempleo	0,12	3	0,36
La alta competencia en distribución de fármacos	0,12	2	0,24
Total Debilidades	0,5		1,29
Total	1		

Elaborado por: Cecilia Zambrano

Análisis

Podemos observar que los resultado de las oportunidades es de 1,53 y la amenaza de 1,29, tenemos la gran impresión que el factor externo va hacer muy favorable para la creación de la farmacia ya que al ser mayor las oportunidades tendremos que explotarla cada una de ellas para reducir poco a poco las amenazas.

CAPÍTULO III

3.01 Análisis del consumidor

3.01.01 Determinación de la población y muestra

3.01.02 Población

Es un conjunto de seres vivos de una especie que habita en un determinado lugar. Se utiliza también para referirse al conjunto de viviendas, de forma similar al término 'localidad'. Procede del latín *populatio*, *-ōnis*. Significados, (2013)

3.01.03 Muestra

Según el INEC, el tamaño de la muestra corresponde a la población del Sector Loma de Puengasi la cual es 62935 personas aplicaremos el instrumento investigativo a los habitantes entre 18 y 50 años de edad

$$n = \frac{k^2 N pq}{e^2 (N - 1) + K^2 pq}$$

DONDE

Z= Es el nivel de confianza

N=Tamaño de la población

P=Probabilidad de éxito

Q=Probabilidad de fracaso

E=Margen de error

$$n = \frac{(2.33)^2 * (0,5) * (0,5) * (15.733)}{(0,5)^2 * (15.733 - 1) + (2.33)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{(5,4289) * (0,25) * (15.733)}{(0,0025) * (15.732) + (5,4289) * (0,25)}$$

$$n = \frac{(1,357225) * (15.733)}{56,63 + 1,357225}$$

$$n = \frac{21353,22093}{57,987225}$$

$$n = 368$$

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA INDEPENDIENTE
EN EL SECTOR LA LOMA DE PUENGASÍ D.M.Q PERIODO 2015-2016

Tabulación de la Encuesta

1. ¿A qué farmacia acude usted normalmente?

Tabla 11 Encuestas pregunta 1

Farmacia	Personas	Porcentaje
Sana Sana	101	27%
Económicas	87	24%
Cruz Azul	180	49%

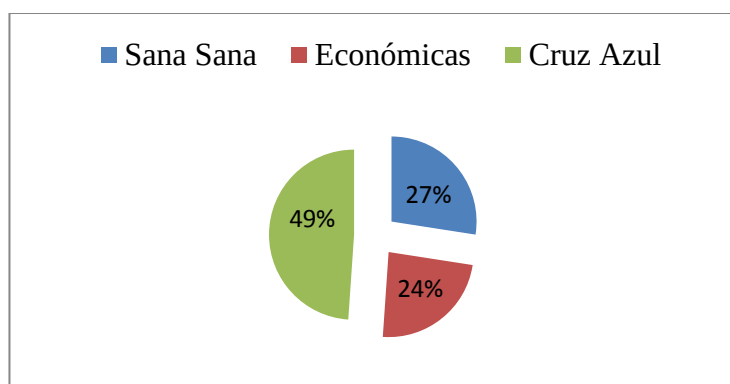


Figura 8 Porcentaje de la pregunta 1
Elaborado por: Cecilia Zambrano

Análisis

De acuerdo a la figura 11 se ha determinado que las personas de este sector acude directo a la farmacia cruz azul ocupando un índice del 60%.

2. ¿Cuáles son los productos que adquiere con frecuencia en una farmacia?

Tabla 12 Encuestas pregunta 2

Farmacia	Personas	Porcentaje
Medicamento	179	49%
Higiene personal	79	21%
Producto de bebe	110	30%

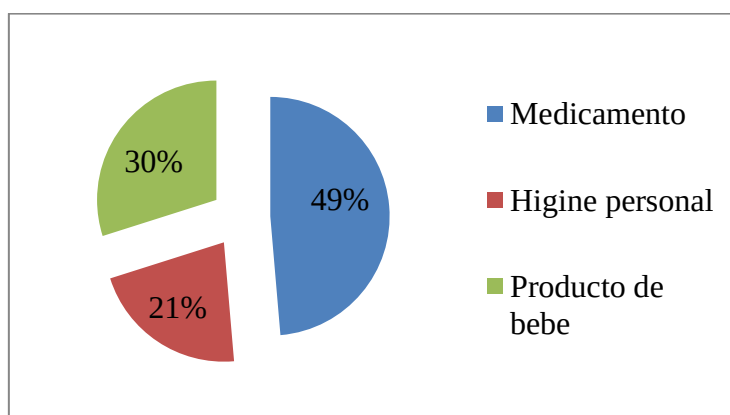


Figura 9 Porcentaje de la pregunta 2
Elaborado por: Cecilia Zambrano

Análisis

En la gráfica nos demuestra que el 49% de los pobladores adquieren en su mayoría medicamentos con relación a otro producto que se encuentran a la venta en una farmacia.

3. ¿Cada qué tiempo acude usted a la farmacia?

Tabla 13 Encuestas pregunta 3

Farmacia	Personas	Porcentaje
Diariamente	105	28%
Semanalmente	83	23%
Mensualmente	180	49%

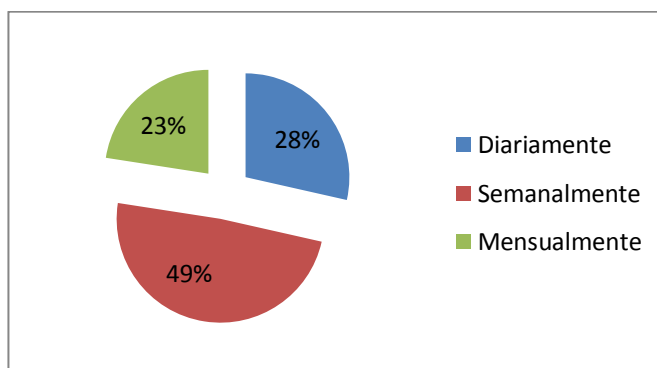


Figura 10 Porcentaje de la pregunta 3
Elaborado por: Cecilia Zambrano

Análisis

De acuerdo a la información de la encuesta se determina que la población acude con una frecuencia del 49% semanal por la adquisición de medicamentos y otros insumos.

4. ¿Usted que medicamento adquiere mayor mente?

Tabla 14 Encuestas pregunta 4

Medicamento	Personas	Porcentaje
Genéricos	212	58%
Comerciales	156	42%

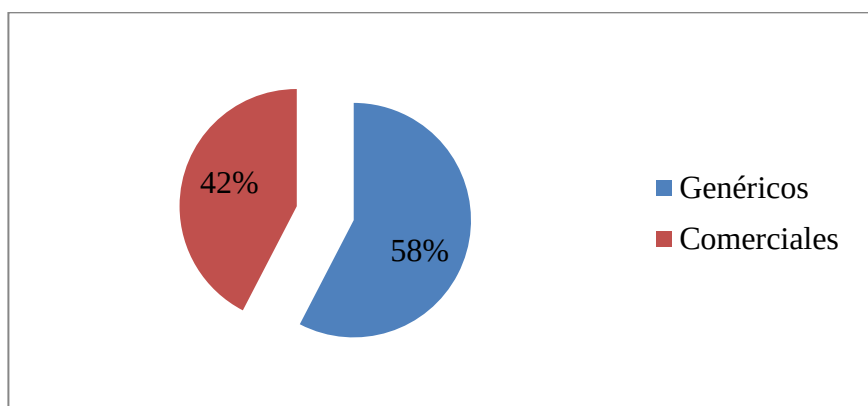


Figura 11: Porcentaje de la pregunta 4
Elaborado por: Cecilia Zambrano

Análisis

Mediante el análisis se determina que las personas tienden a consumir en su mayoría medicamentos genéricos con un 58% ya que son muy cómodos sus precios.

5. ¿Qué horario de atención le gustaría a usted?

Tabla 15 Encuestas pregunta 5

Horario	Personas	Porcentaje
12 horas	268	73%
24 horas	100	27%

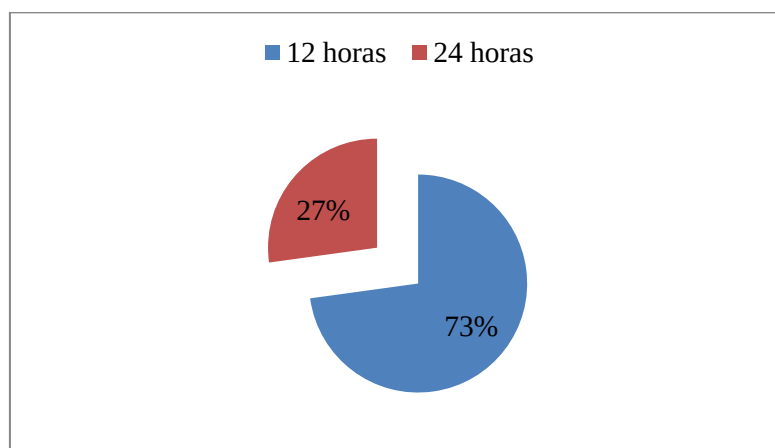


Figura 12 Porcentaje de la pregunta 5
Elaborado por: Cecilia Zambrano

Análisis

Mediante el grafico se establece que el 73% de los habitantes prefieren que haya un horario de atención de 12 horas para su beneficio.

6. ¿Qué es lo que más valora en una farmacia?

Tabla 16 Encuestas pregunta 6

Farmacia	Personas	Porcentaje
Atención al cliente	198	54%
Tiempo de espera	77	21%
Producto	93	25%

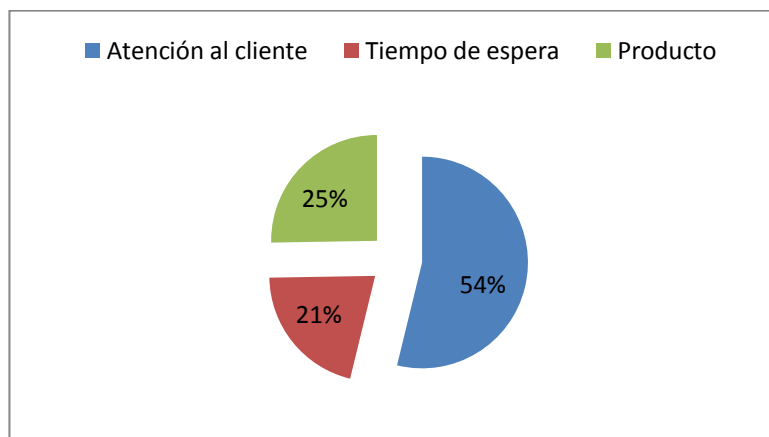


Figura 13: Porcentaje de la pregunta 6
Elaborado por: Cecilia Zambrano

Análisis

Se ha determinado que el 54% de las personas prefieren una buena atención al cliente, antes que reducir el tiempo de espera.

7. ¿Cuánto invierte usted en medicamentos farmacéutico?

Tabla 17 Encuestas pregunta 7

Medicamento	Personas	Porcentaje
\$1-5	64	18%
\$5-10	152	41%
\$10-20	63	17%
\$25 En adelante	89	24%

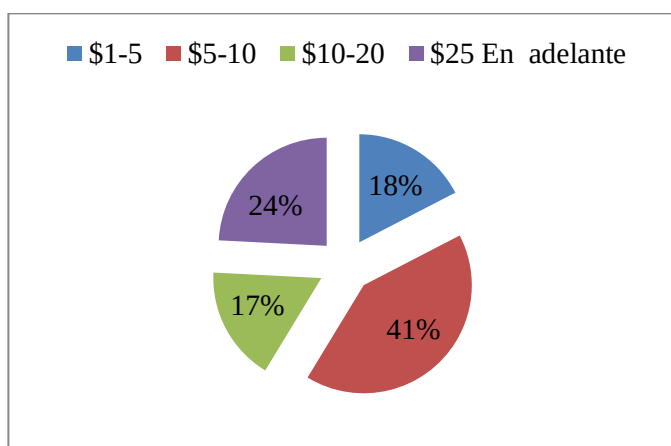


Figura 14: Porcentaje de la pregunta 7
Elaborado por: Cecilia Zambrano

Análisis

Mediante la gráfica las personas consumen medicamento con valores estimados de 5-10 dólares, lo cual es más accesible.

8. ¿Usted se auto médica?

Tabla 18 Encuestas pregunta 8

Medicamento	Personas	Porcentaje
Si	259	70%
No	109	30%

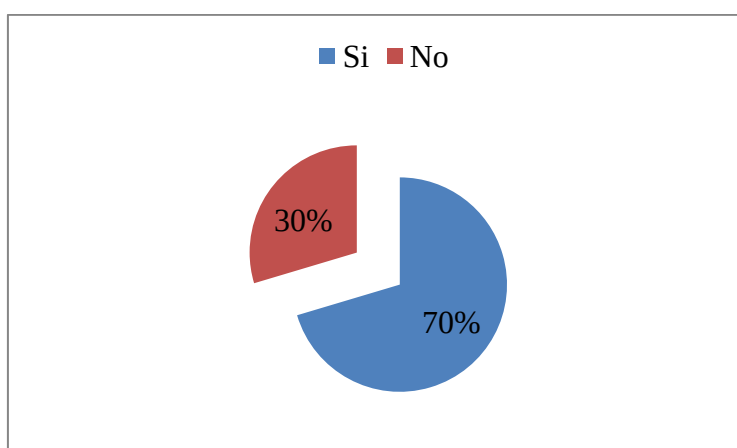


Figura 15: Porcentaje de la pregunta 8
Elaborado por: Cecilia Zambrano

Análisis

La grafica determina que el 70% de los pobladores encuestados se auto medican por la falta de tiempo.

9. Usted recibe información sobre el medicamento que está adquiriendo

Tabla 19 Encuestas pregunta 9

Medicamento	Personas	Porcentaje
Si	158	43%
No	210	57%

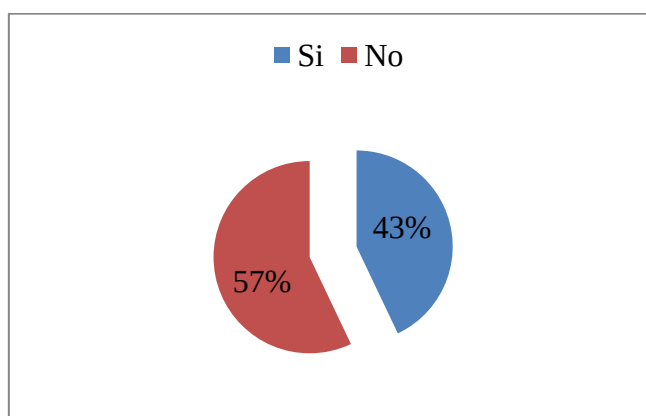


Figura 16: Porcentaje de la pregunta 9
Elaborado por: Cecilia Zambrano

Análisis

Mediante la encuesta se determina que el 57% de las personas que adquiere medicamentos no reciben información del producto adquirido.

10. Está de acuerdo con la creación de una farmacia popular en el Sector loma de Puengasi

Tabla 20 Encuestas pregunta 10

Farmacia	Personas	Porcentaje
Si	342	93%
No	26	7%

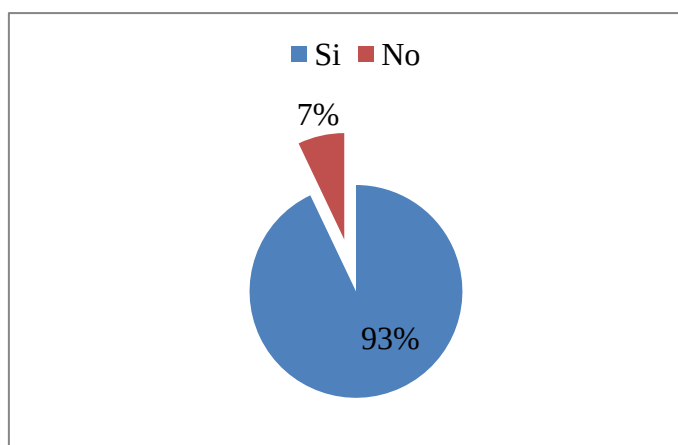


Figura 17: Porcentaje de la pregunta 10
Elaborado por: Cecilia Zambrano

Análisis

La grafica demuestra que el 93% de la personas están de acuerdo con la creación de la farmacia lo que hace que este proyecto sea factible.

3.02 Oferta

Según el Libro Evaluación de Proyectos de Gabriel Baca Urbina en su página n°48 expresa que: “Se entiende por oferta la cantidad de bienes y servicios que en un cierto número de ofertantes (productores) están dispuestos a disposición del mercado a un precio determinado.”

La oferta se refiere al comportamiento de las personas que ofrecen o pueden proporcionar un bienes o servicios esta oferta puede ser analizada del punto de vista histórica, anual o futura

3.02.01 Oferta Histórica

En el análisis del mercado es importante ver el existente de bienes y servicios que está dentro del sector farmacéutico, ya que en los últimos años va evolucionando.

Tabla 21 Oferta Histórica

OFERTA HISTORICA	
AÑOS	OF. HISTORICA
2012	\$ 1.760.362,44
2013	\$ 1.102.714,56
2014	\$ 1.809.597,31
2015	\$ 1.644.962,83

Fuente: Farmacias

3.02.02 Oferta Actual

En la actualidad la oferta de los productos farmacéuticos está dado por la gran cantidad de laboratorios y comercializadoras tanto nacionales como internacionales dedicadas a la venta y producción de medicamentos están se encargan de promover medicamentos a farmacia de cadena, farmacias populares, boticas, hospitales entre otras

Tabla 22 Oferta Actual

Farmacia	Ventas Anuales
Sana Sana	\$ 474.134,40
Económicas	\$ 408.412,80
Cruz Azul	\$ 844.992,00
Total	\$ 1.727.539,20

Fuente: Farmacias

Análisis

Con la gráfica determinamos que cruz azul tiene la oferta más elevada debido al marketing y las normas de calidad, por eso sus productos se vendan por si solos.

3.02.03 Oferta Proyectada

Se estima que la farmacia “Farmastar” para el año 2020 sea una empresa posesionada en el mercado farmacéutico. Debido a la calidad y calidez que se brinda a todos y cada unos de los usuarios que se benefician de la adquisición de los productos farmacéuticos.

Tabla 23 Oferta Proyectada

OFERTA PROYECTADA	
AÑOS	OF.PROYECTADA
2017	\$ 1.766.236,08
2018	\$ 1.805.799,77
2019	\$ 1.846.249,68
2020	\$ 1.887.605,67
2021	\$ 1.929.888,04

Elaborado por: Cecilia Zambrano

Análisis

Enfocándonos en el resultado obtenido de la tabla numero 23 determinamos que la oferta proyectada dentro de nuestra farmacia va en aumento lo cual es beneficioso para la permanencia de la misma en el mercado en el cual esta posesionada, que en este caso es el barrio loma de Puengasi.

3.03 Productos Sustitutos

En el sector loma de Puengasi no existe productos sustitutos en medicamentos naturistas debido a la escases de locales o establecimientos dedicados a la venta exclusiva de este tipo de medicamentos, lo cual es beneficioso para la creación de la farmacia porque de esta manera se incrementaría el volumen de ventas.

3.04 Demanda

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”. (Baca Urbina, 2006, pág. 17).

3.04.01 Demanda Histórica

Según el INEC, En el último censo realizado el 28 de noviembre del 2010 es en sector loma de puengasi contaba con una población 62935habitantes.

Los habitantes en su mayoría acuden con regularidad a farmacias aledañas para la adquisición de productos farmacéuticos.

Tabla 24 Demanda Histórica

DEMANDA HISTORICA	
Años	Demanda. Histórica
2012	\$ 2.407.738,04
2013	\$ 2.407.738,04
2014	\$ 2.410.199,94
2015	\$ 2.412.661,84

Fuente: Farmacias

3.04.02 Demanda Actual

Según el Libro Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión de Hernández Abraham en su página N° 49 expresa que: “Sirve no solo para determinar el volumen que se consume en el presente, sino también para estimar la cantidad que se consumirá en el futuro, sin embargo la proyección se hace tomando como base el comportamiento histórico y el análisis de las situaciones que han influido”.

Tabla 25 Demanda Actual

Población	Ticket Promedio	Anual	Demanda
15.733,00	13,04	12	2.461.899,84

Elaborado por: Cecilia Zambrano

3.04.03 Demanda Proyectada

Según la página web <http://preparacionyevaluacionproyectos.blogspot.com/2011/03/análisis-y-estimacion-de-la-demanda.html> expresa que: “El proceso de determinar la demanda futura es complejo, porque no sólo depende de la demanda actual sino también del impacto del proyecto en su área de influencia.”

Tabla 26 Demanda Proyectada

DEMANDA PROYECTADA	
AÑOS	Demanda PROYECTADA
2017	\$ 2.509.168,32
2018	\$ 2.557.344,35
2019	\$ 2.606.445,36
2020	\$ 2.656.489,11
2021	\$ 2.707.493,70

Elaborado por: Cecilia Zambrano

Análisis

Realizando el análisis de la tabla número 26 nos damos cuenta que la creación de la farmacia ha sido muy beneficioso para los moradores del barrio loma de Puengasi ya que los resultados demuestran que en el año 2020 tendré un alto número de clientes que oscilan alrededor de unos 2.654.779.32.

3.05 Balance Oferta-Demanda

La demanda insatisfecha es aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta. UMSS.(2012)

Este análisis de oferta-demanda permite establecer la demanda insatisfecha. La venta corresponde a las ventas anuales de la competencia que sería 298.020\$ menos la demanda lo cual obtendremos la demanda insatisfecha.

FORMULA

$$DI = \text{Oferta} - \text{Demanda}$$

$$DI = \$1.727.539,20 - \$2.461.899,84$$

$$DI = \$-734.360,64$$

$$DI = \$-734.360,64 * 31\%$$

$$DI = \$227.651,80$$

Tabla 27 Balance Oferta-Demanda

AÑOS	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2016	\$1.727.539,20	\$2.461.899,84	-\$734.360,64
2017	\$1.766.236,08	\$2.509.168,32	-\$742.932,24
2018	\$1.805.799,77	\$2.557.344,35	-\$751.544,58
2019	\$1.846.249,68	\$2.606.445,36	-\$760.195,68
2020	\$1.887.605,67	\$2.656.489,11	-\$768.883,44

Elaborado por: Cecilia Zambrano

Análisis

Con la formula determinamos que la demanda insatisfecha de un año a otro va creciendo proporcionalmente de acuerdo a la población. Con la creación e implementación de mi proyecto se busca cubrir la demanda insatisfecha en el Sector Loma de Puengasi y más enfocado en la población de clase media baja.

Enfocándonos en los resultados de la pregunta número 10 se estima q el proyecto de la creación de la farmacia es factible, ya que el 93% de las personas encuestadas respondieron que "SI" es necesario tener una farmacia en el sector loma de Puengasi debido al alto número de demanda insatisfecha.

CAPÍTULO IV

4.01 Tamaño del proyecto

Según el Libro Formulación y Evaluación de un Plan de Negocios de Economista Ramiro Canelos S, en su página N° 91 expresa que: “El tamaño del proyecto es la capacidad de producción en un periodo de referencia. Tiene por objeto dimensionar conjuntamente la capacidad efectiva de producción y su nivel de utilización, tanto para la puesta en marcha como en su evolución para la vida útil del proyecto”.

4.01.01 Capacidad Instalada

Córdoba, (2006) se refieren en su libro en los siguientes términos:

Capacidad.- después de definida la unidad de medida del tamaño del proyecto, se establece la capacidad de producción o de presentación de servicio por unidad de tiempo. El tamaño del proyecto también se puede medir por el monto de la inversión aplicada, el área física ocupada participación en el mercado, niveles de ventas alcanzados o generación de valor agregado para la región.

Se presentan tres tipos de capacidad

Capacidad Diseñada, que corresponde al nivel máximo posible de producción o de presentación de servicios.

Capacidad Instalada, que corresponde al nivel máximo de producción o presentación de servicios que los trabajadores con la maquinaria, equipos e infraestructura disponible pueden generar permitentemente.

Capacidad Real que es el porcentaje de la capacidad instalada que en promedio se esta utilizando, teniendo en cuenta las contingencias de producción y ventas, durante un tiempo determinado. Pág. (212)

Nuestras áreas serán:

Área administrativa

Consta de todos los equipamiento de oficina del administrador

Área de dispensación

Consta de las perchas donde va a estar ubicados los medicamentos, insumos entre otros.

Área de almacenamiento

En esta área se encontraran los medicamentos, insumos médicos, entre otros

Análisis

Observando la capacidad instalada este proyecto se va a medir mediante los niveles de venta que se encuentran alrededor de \$632.36 (Dólares Americanos) diarios, lo cual es válido mediante lo que dispone la ley en un establecimiento de 40 metros cuadrados.

4.01.02 Capacidad / Demanda

Tabla 28 Capacidad / Demanda

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Mesa en L	\$ 1,00	\$ 452,00	\$ 452,00
Perchas	\$ 4,00	\$ 56,00	\$ 224,00
Vitrina	\$ 3,00	\$ 224,00	\$ 672,00
Silla modelo	\$ 1,00	\$ 34,00	\$ 34,00
Archivadores	\$ 1,00	\$ 60,00	\$ 60,00
Basurero	\$ 3,00	\$ 28,00	\$ 84,00
Candados	\$ 6,00	\$ 2,50	\$ 15,00
Botellón de agua	\$ 26,00	\$ 2,50	\$ 65,00
Circuito cerrado de seguridad	\$ 1,00	\$ 360,00	\$ 360,00
Teléfono	\$ 1,00	\$ 46,00	\$ 46,00
Nevera	\$ 1,00	\$ 580,00	\$ 580,00
Computador	\$ 1,00	\$ 700,00	\$ 700,00
Impresora	\$ 1,00	\$ 360,00	\$ 360,00
Caja registradora	\$ 1,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Detector de humo	\$ 3,00	\$ 160,00	\$ 480,00
Extintor	\$ 1,00	\$ 70,00	\$ 70,00
Suministro de oficina	\$ 1,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Ventilador	\$ 2,00	\$ 140,00	\$ 280,00
Total			\$ 5.382,00

Fuente: OLX

Análisis

Con el análisis de la tabla determinamos que FARMASTAR va a ser un establecimiento competitivo y de alta gama gracias a la infraestructura que genera confianza a los usuarios.

4.02 Localización

“Es el análisis de las variables (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo” Córdoba, (2006) pag.222

4.02.01 Macro localización

La farmacia “Farmastar” va a estar ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito, provincia Pichicha.



Ilustración 14 Macro localización

Fuente: Maps

4.02.02 Micro localización

La farmacia “Farmastar” va a ubicarse en el Sector Loma de Puengasi



Ilustración 15 Micro localización de la loma de Puengasi
Fuente: Maps

Tabla 29 Localización óptima

	A	B	C
Ubicación	8	5	3
Cliente	8	6	4
Centro Medico	8	7	5
Total	24	18	12

Fuente: Maps

La farmacia “farmastar” funcionara en las calle “a” caminos e los incas, será de mucha concurrencia debido a que se será la única farmacia y a su alrededor se encuentra un centro de salud

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA INDEPENDIENTE
EN EL SECTOR LA LOMA DE PUENGASÍ D.M.Q PERIODO 2015-2016

4.03 Ingeniería del Proyecto

Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permita el proceso de fabricación de producto o la prestación de un servicio, así tenemos.

4.03.01 Definición del ByS.

El acceso a la vivienda, junto con otros servicios básicos como la educación o la sanidad, son pilares de una sociedad sostenible y justa. Siendo un derecho básico del ser humano, la vivienda, o mejor la dificultad de acceso a ella, está en la base de no pocos conflictos sociales, económicos e incluso políticos actuales. Al igual que otros muchos de los vectores sociales y económicos de la sostenibilidad, una población no es viable ni sostenible a largo plazo si los ciudadanos no pueden acceder y disponer de un espacio habitable íntimo y propio en el que desarrollar los elementos más privados de su existencia. Sin viviendas dignas disponibles para todos, con sus servicios básicos asociados, difícilmente podrán conseguirse parámetros de sostenibilidad en los demás aspectos, ni económicos ni sociales, así como se compromete la integridad del medio natural si esos servicios básicos como saneamiento y gestión de residuos no están garantizados. Por último, las viviendas contribuyen a la sostenibilidad cuando son capaces de acoger a la población con la máxima eficiencia energética, aprovechando al máximo las fuentes energéticas y evitando su despilfarro. Desarrollo Sostenible de la Provincia de Albaca, (2012)

4.03.02 Distribución de planta

Toda la distribución de la farmacia se realizara en un lugar físico y adecuado, dicho lugar debe responder a la necesidad de los procesos de prestación de servicio para lo cual siempre se debe considerar

- Área local
- Techo, pared y pisos blancos en buen estado
- Seguridad de los trabajadores

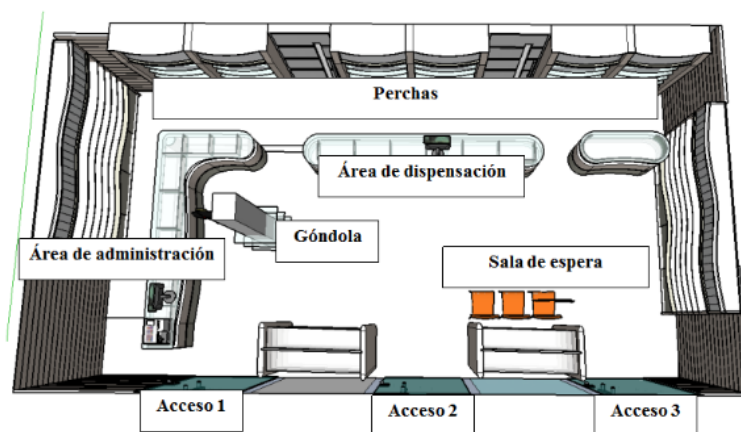


Ilustración 17 Farmacia

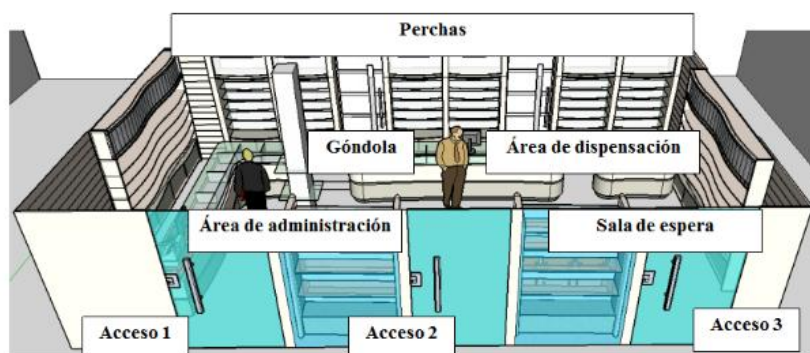


Ilustración 18 Farmacia 3D

4.03.03 Proceso de equipos

Consiste en definir el tipo de muebles y equipo que será necesario para poder prestar el servicio en la farmacia “Farmastar”.

Tabla 30 Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	CANT.	V. UNIT	V. TOTAL
Computadora	\$ 1,00	\$ 700,00	\$ 700,00
Impresora	\$ 1,00	\$ 360,00	\$ 360,00
Total Mensual			\$ 1.060,00

Fuente: OLX

Tabla 31 Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES	CANT.	V. UNIT	V. TOTAL
Mesa en L	\$ 1,00	\$ 452,00	\$ 452,00
Perchas	\$ 4,00	\$ 56,00	\$ 224,00
Vitrina	\$ 3,00	\$ 224,00	\$ 672,00
Silla modelo	\$ 1,00	\$ 34,00	\$ 34,00
Archivadores	\$ 1,00	\$ 60,00	\$ 60,00
Basurero	\$ 3,00	\$ 28,00	\$ 84,00
Botellón de agua	\$ 26,00	\$ 2,50	\$ 65,00
Total mensual			\$ 1.591,00
Total Anual			\$ 19.092,00

Fuente: OLX

Tabla 32 Equipos de seguridad

EQUIPOS DE SEGURIDAD	CANT.	V. UNIT	V. TOTAL
Circuito cerrado de seguridad	\$ 1,00	\$ 360,00	\$ 360,00
Teléfono	\$ 1,00	\$ 46,00	\$ 46,00
Nevera	\$ 1,00	\$ 580,00	\$ 580,00
Caja registradora	\$ 1,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Extintor	\$ 1,00	\$ 70,00	\$ 70,00
detector de humo	\$ 3,00	\$ 160,00	\$ 480,00
Candado	\$ 6,00	\$ 2,50	\$ 15,00
Ventilador	\$ 2,00	\$ 140,00	\$ 280,00
Total mensual			\$ 2.431,00
Total Anual			\$ 29.172,00

Fuente: OLX

4.03.04 Aspectos legales

Ministerio de Salud Pública expone que:

Los requisitos para obtener los permisos de apertura de un distribuidor de productos

Farmacéuticos son:

1. Planilla de inspección
2. Derecho por servicios de inspección
3. Título de profesional responsable (Registrado en el Ministerio de Educación Pública)
4. Certificado CONESUP del profesional responsable
5. Listado de productos
6. Certificados del CONSEP
7. Carné de salud Ocupacional
8. Copia de la Cedula del propietario
9. Copia del RUC del establecimiento
10. Copia del certificado Cuerpo de bomberos

Por tanto la Distribuidora deberá regirse a la Normatividad de:

- SRI (Servicio de Rentas Internas)
- RUC
- Cuerpo de Bomberos de Quito
- Ministerio de Salud Pública del Ecuador

- Ministerio de Educación Pública del Ecuador
- Título del Profesional responsable (Químico Farmacéutico)
- CONESUP (Consejo Nacional de Educación Superior)
- Registro del título del profesional responsable
- CONSEP (Consejo Nacional de Control de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas)

CAPITULO V

5.01 Ingresos

5.01.01 Ingresos Operacionales

Los ingresos operacionales son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa. Gerencia.com, (2010)

Tabla 33 Ingresos Operacionales

Ventas	\$ 227.651,80
Mensuales	\$ 569.129,50

5.01.02 Ingresos no operacionales

Son aquellos ingresos diferentes a los obtenidos por el desarrollo de la actividad principal de la empresa, ingresos que por lo general son ocasionales o que son accesorios a la actividad principal. Gerencia.com, (2010)

La farmacia FARMASTAR no contara con ingresos no operacionales

5.02 Costos

5.02.01 Costos operacionales

Son gastos que surgen de las actividades actuales de la empresa.

5.02.01.01 Medicina

Para la inversión de medicina se toma a consideración el cuadro nacional de medicamentos básicos IX revisión.

Los laboratorios que abastecerán a la farmacia FARMASTAR serán:

Tabla 34 laboratorios

LABORATORIOS	TOTAL
ACROMAX	4.716,00
BAYER S.A	4.900,00
DIFARE S,A	3.100,00
ECUAQUIMICA	3.834,00
GENFAR S.A	2.127,00
LA SANTE	8.700,00
MERCK	2000
NIFA	11.800,00
NOVARTIS ECUADOR	3.700,59
TOTAL	44.877,59

Fuente: Laboratorios del E

5.02.02 Costos administrativos

Son como su nombre lo indica, los costos que provienen de realizar la función de administración en la empresa. Sin embargo, tomados en un sentido amplio, no solo significa los sueldos del gerente o director general y de los contadores, auxiliares, secretarias, así como los gastos generales de oficina. (Baca Urbina, 2010).

Tabla 35 Costos administrativos

Gastos Administrativos	Valor total
Sueldo Químico Farmacéutico	\$ 6.349,20
Sueldo Administrador y Dependiente	\$ 7.097,10
Dep. Eq. Computación	\$ 353,33
Dep. Eq. Oficina	\$ 243,10
Dep.M y E	\$ 159,10
Arriendo	\$ 2.160,00
Servicios básicos	\$ 780,00
Amor. Patente	\$ 160,00
Amor. Permisos Fun.	\$ 1.200,00
Gastos Administración	\$ 11.404,73

Elaborado por: Cecilia Zambrano

5.02.02 Calculo de la Depreciación

Tabla 36 Depreciación

Descripción	Vida útil	Costo total	Valor Anual
Depreciación de muebles y enseres	10	\$ 1.591,00	\$ 159,10
Depreciación de equipo de computación	3	\$ 3.476,00	\$ 353,33

Elaborado por: Cecilia Zambrano

5.02.03 Amortización

$$A = C \frac{(1 + i)^n * i}{(1 + i)^n - 1}$$

Tabla 37 Amortización

CAPITAL	26.000,00	26.000,00
INTERES	4,50	0,450
TIEMPO	2	24

$$A = 26.000,00 \frac{0,004102463}{0,093990118}$$

$$A = \$ 1.134,84$$

Tabla 38 Amortización

AÑOS	CAPITAL	INTERES	PAGOS	CAP PAGO	
0	\$ 26.000,00	\$ 97,50	\$ 1.134,84	\$ 1.037,34	\$ 910,02
1	\$ 24.962,66	\$ 93,61	\$ 1.134,84	\$ 1.041,23	
2	\$ 23.921,42	\$ 89,71	\$ 1.134,84	\$ 1.045,14	
3	\$ 22.876,29	\$ 85,79	\$ 1.134,84	\$ 1.049,06	
4	\$ 21.827,23	\$ 81,85	\$ 1.134,84	\$ 1.052,99	
5	\$ 20.774,24	\$ 77,90	\$ 1.134,84	\$ 1.056,94	
6	\$ 19.717,30	\$ 73,94	\$ 1.134,84	\$ 1.060,90	
7	\$ 18.656,40	\$ 69,96	\$ 1.134,84	\$ 1.064,88	
8	\$ 17.591,51	\$ 65,97	\$ 1.134,84	\$ 1.068,87	
9	\$ 16.522,64	\$ 61,96	\$ 1.134,84	\$ 1.072,88	
10	\$ 15.449,76	\$ 57,94	\$ 1.134,84	\$ 1.076,91	
11	\$ 14.372,85	\$ 53,90	\$ 1.134,84	\$ 1.080,94	\$ 326,21
12	\$ 13.291,90	\$ 49,84	\$ 1.134,84	\$ 1.085,00	
13	\$ 12.206,91	\$ 45,78	\$ 1.134,84	\$ 1.089,07	
14	\$ 11.117,84	\$ 41,69	\$ 1.134,84	\$ 1.093,15	
15	\$ 10.024,69	\$ 37,59	\$ 1.134,84	\$ 1.097,25	
16	\$ 8.927,44	\$ 33,48	\$ 1.134,84	\$ 1.101,37	
17	\$ 7.826,07	\$ 29,35	\$ 1.134,84	\$ 1.105,50	
18	\$ 6.720,58	\$ 25,20	\$ 1.134,84	\$ 1.109,64	
19	\$ 5.610,93	\$ 21,04	\$ 1.134,84	\$ 1.113,80	
20	\$ 4.497,13	\$ 16,86	\$ 1.134,84	\$ 1.117,98	
21	\$ 3.379,15	\$ 12,67	\$ 1.134,84	\$ 1.122,17	
22	\$ 2.256,98	\$ 8,46	\$ 1.134,84	\$ 1.126,38	
23	\$ 1.130,60	\$ 4,24	\$ 1.134,84	\$ 1.130,60	
24	\$ (0,00)	\$ (0,00)	\$ 1.134,84	\$ 1.134,84	
		\$ 1.236,23	\$ 27.236,23	\$ 27.134,84	\$ 1.236,23

Elaborado por: Cecilia Zambrano

5.02.04 Costos financieros

Son los intereses que deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo. Algunas veces estos costos se incluyen en los generales y administración, pero lo correcto es registrarlos por separado, ya que un capital prestado puede tener usos muy diversos y no hay porque cargarlo a un área específica. (Baca Urbina, 2010).

Tabla 39 Costos financieros

COSTOS FINANCIEROS	
Monto del préstamo	\$ 26.000,00
Tasa de interés	4,50%
Tiempo de financiamiento	2 AÑOS

Fuente: Banco del Pichincha

Elaborado por: Cecilia Zambrano

5.02.05 Costos de venta

En ocasiones el departamento o gerencia de ventas también es llamado mercadotecnia. En este sentido vender no significa solo hacer llegar el producto al intermediario o consumidor, sino que implica actividad mucho más amplia. (Baca Urbina, 2010).

Tabla 40 Costos de venta

GASTOS DE VENTAS	
Descripción	Valor anual
Sueldo del administrador	\$ 7.097,10
Publicidad de inauguración	\$ 2.130,00
Publicidad anual	\$ 2.100,00
Total	\$ 11.327,10

Elaborado por: Cecilia Zambrano

5.02.05.01 Rol de Pago del Bioquímico Farmacéutico

Tabla 41 Rol de Pago del Bioquímico Farmacéutico

CARGO	SUELDO DEL bioquímico
Sueldo	\$ 400,00
Decimo 3ero.	\$ 33,33
Decimo4to.	\$ 30,50
Aporte patronal 12.15 %	\$ 48,60
Vacaciones	\$ 16,67
Total mensual	\$ 529,10
Total anual	\$ 6.349,20

Elaborado por: Cecilia Zambrano

5.02.05.02 Rol de Pago del Administrador

Tabla 42 Rol de Pago del Administrador

CARGO	SUELDO DEL ADMINISTRADOR
Sueldo	\$ 450,00
Decimo 3ero.	\$ 37,50
Decimo4to.	\$ 30,50
Aporte patronal 12.15 %	\$ 54,68
Vacaciones	\$ 18,75
Total mensual	\$ 591,43
Total anual	\$ 7.097,10

Elaborado por: Cecilia Zambrano

5.02.4.3 Publicidad de inauguración

Tabla 43 Publicidad de inauguración

Inauguración	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Flicher	\$ 100,00	\$ 0,25	\$ 25,00
Globos	\$ 50,00	\$ 0,05	\$ 2,50
Equipo de Música	\$ 1,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Total mensual			\$ 177,50
Total anual			\$ 2.130,00

Elaborado por: Cecilia Zambrano

5.03 Inversiones del proyecto

La inversión inicial comprende de la adquisición de los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa excepción del capital de trabajo. Baca Urbina, (2010)

5.03.01 Activos fijos

· Los activos fijos, son aquellos bienes tangibles que está constituida por todos los activos físicos (bienes de capital) que son necesarios para el inicio de operaciones del **proyecto” rodríguez, (2010) pág.247**

Tabla 44 Activos fijos

ACTIVOS FIJOS			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Muebles y enseres			
Mesa en L	1	\$ 452,00	\$ 452,00
Perchas	4	\$ 56,00	\$ 224,00
Vitrina	3	\$ 224,00	\$ 672,00
Silla modelo	1	\$ 34,00	\$ 34,00
Archivadores	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Basurero	3	\$ 28,00	\$ 84,00
Botellón de agua	26	\$ 2,50	\$ 65,00
Total			\$ 1.591,00
Equipos de computación			
Computador	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Impresora	1	\$ 360,00	\$ 360,00
Equipos de seguridad			\$ 1.060,00
Circuito cerrado de seguridad	1	\$ 360,00	\$ 360,00
Teléfono	1	\$ 46,00	\$ 46,00
Nevera	1	\$ 580,00	\$ 580,00
Caja registradora	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Extintor	1	\$ 70,00	\$ 70,00
detector de humo	3	\$ 160,00	\$ 480,00
Candado	6	\$ 2,50	\$ 15,00
Ventilador	2	\$ 140,00	\$ 280,00
Total			\$ 2.431,00
Suministro de oficina	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Total			\$ 600,00
Total			\$ 5.682,00

Fuente: OLX

5.03.02 Nominales

Son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles de ser recuperados.

Tabla 45 Nominales

ACTIVOS NOMINALES	
Patente municipal	\$ 160,00
Permisos de funcionamiento	\$ 1.200,00
Sub. Activos Diferidos	\$ 1.360,00

Elaborado por: Cecilia Zambrano

5.03.03 Capital de trabajo

El capital de trabajo, contablemente se define como la diferencia entre el activo circulante y pasivo circulante, está representado por el capital adicional para que funcione una empresa, es decir, los medios financieros necesarios para la primera producción mientras se perciben ingresos: materias primas, sueldos y salarios, cuentas por cobrar, almacén de productos determinados y un efectivo mínimo necesario para sufragar los gastos diarios de la empresa. Su estimación se realiza basándose en la política de ventas de la empresa, condiciones de pago a proveedores, nivel de inventario de materias primas, etc. (Cordoba Padilla, 2011).

Tabla 46 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Caja	\$1.348,86
Bancos	\$ 2.600,00
Mercadería	\$ 41.736,16
TOTAL	\$ 45.684,86

Elaborado por: Cecilia Zambrano

5.03.04 Fuentes de financiamiento

Tabla 47 Fuentes de financiamiento

TOTAL ACTIVOS	
Préstamo	\$ 26.000,00
Patrimonio	\$ 26.767,02
	\$ 52.767,02

Elaborado por: Cecilia Zambrano

Análisis

El total de la inversión es de \$30.000,00, y se cuenta con un capital propio de \$30.000,00, ya que nuestro préstamo será a largo plazo.

5.03.04 Uso de fondos

Tabla 48 Uso de fondos

CONCEPTO	VALOR ANUAL
RECURSOS ECONOMICOS	\$ 52.767,02
MERCADERIA	\$ 41.736,16
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 11.404,73
GASTOS DE MARKETING	\$ 4.230,00
ACTIVOS FIJOS	\$ 5.082,00
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 13.446,30

Elaborado por: Cecilia Zambrano

CAPÍTULO VI

6.01 Pronóstico financiero

El pronóstico financiero es el estudio del Estado de Situación Inicial, Estado de pérdidas y ganancias, flujo de caja entre otros son muy importantes ya que podremos ver si nuestro proyecto es factible.

6.01.01 Estado Proforma

El valor del estado de situación inicial se elabora a través de las operaciones de la farmacia.

Tabla 49 Estado Proforma

FARMASTAR			
Balance General			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activos corrientes		Pas.corrientes	
Caja	\$ 1.348,86		
Bancos	\$ 2.600,00		
Mercadería	\$ 41.736,16		
Subtotal act. Corr.	\$ 45.685,02		
Activos fijos		Pas. largo plazo	\$ 26.000,00
Muebles y enseres	\$ 1.591,00		
Equipos de seguridad	\$ 2.431,00	Ob. Bancaria	\$ 26.000,00
Eq. Computacion	\$ 1.060,00		
Subtotal Act. Fijos	\$ 5.082,00		
Activos diferidos		Patrimonio	\$ 26.767,02
Patente municipal	\$ 800,00		
Ministerio de Salud	\$ 50,00		
Bomberos	\$ 76,32		
Permisos de funcionamiento	\$ 1.200,00		
Sub. Act.Diferidos	\$ 2.000,00	Total Patrimonio	\$ 26.767,02
T. ACTIVOS	\$ 52.767,02	T. PAS+PAT	\$ 52.767,02

Fuente: Banco del Pichincha

Tabla 50 Estado de Pérdidas y Ganancias

Estado de Pérdidas y Ganancias					
FARMASTAR					
Años	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 227.651,80	\$ 230.308,99	\$ 232.978,82	\$ 235.660,66	\$ 238.353,87
costo de ventas	\$ 159.356,26	\$ 161.216,30	\$ 163.085,17	\$ 164.962,46	\$ 166.847,71
UT. Bruta en Ventas	\$ 68.295,54	\$ 69.092,70	\$ 69.893,65	\$ 70.698,20	\$ 71.506,16
Gastos ventas	\$ 11.327,10	\$ 10.372,09	\$ 10.448,16	\$ 10.526,90	\$ 10.608,39
Sueldo y Salario adm. Y dep.	\$ 7.097,10	\$ 8.198,59	\$ 8.198,59	\$ 8.198,59	\$ 8.198,59
Inauguración	\$ 2.130,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Publicidad	\$ 2.100,00	\$ 2.173,50	\$ 2.249,57	\$ 2.328,31	\$ 2.409,80
UT. Net. Ventas	\$ 56.968,44	\$ 58.720,61	\$ 59.445,48	\$ 60.171,30	\$ 60.897,77
Gastos Administración	\$ 11.404,73	\$ 12.527,90	\$ 12.634,40	\$ 12.391,30	\$ 12.505,39
Sueldo Químico Farmacéutico	\$ 6.349,20	\$ 7.369,47	\$ 7.369,47	\$ 7.369,47	\$ 7.369,47
Dep. Eq. computación	\$ 353,33	\$ 353,33	\$ 353,33	\$ 0,00	\$ 0,00
Dep. Muebles y Enseres	\$ 159,10	\$ 159,10	\$ 159,10	\$ 159,10	\$ 159,10
Dep. Eq. Oficina	\$ 243,10	\$ 243,10	\$ 243,10	\$ 243,10	\$ 243,10
Arriendo	\$ 2.160,00	\$ 2.235,60	\$ 2.313,85	\$ 2.394,83	\$ 2.478,65
Servicios básico	\$ 780,00	\$ 807,30	\$ 835,56	\$ 864,80	\$ 895,07
Amor. Patente	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00
Amor. Permisos Fun.	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
UT. Operacional	\$ 45.563,71	\$ 46.192,70	\$ 46.811,08	\$ 47.780,00	\$ 48.392,38
Gtos. Financieros	\$ 910,02	\$ 326,21	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
UT. Antes imp.	\$ 44.653,69	\$ 45.866,49	\$ 46.811,08	\$ 47.780,00	\$ 48.392,38
15% trab	\$ 6.698,05	\$ 6.879,97	\$ 7.021,66	\$ 7.167,00	\$ 7.258,86
UT. Impuestos	\$ 37.955,63	\$ 38.986,52	\$ 39.789,42	\$ 40.613,00	\$ 41.133,53
10% imp renta	\$ 5.693,34	\$ 5.847,98	\$ 5.968,41	\$ 6.091,95	\$ 6.170,03
UT. Final	\$ 32.262,29	\$ 33.138,54	\$ 33.821,00	\$ 34.521,05	\$ 34.963,50
10% res legal	\$ 3.226,23	\$ 3.313,85	\$ 3.382,10	\$ 3.452,11	\$ 3.496,35
UT. Dividendo	\$ 29.036,06	\$ 29.824,69	\$ 30.438,90	\$ 31.068,95	\$ 31.467,15

6.01.02 Flujo de Caja

El flujo de efectivo nos va a mostrar las causas o razones por el cual disminuirá o aumentará nuestro dinero.

FLUJO CAJA	0	1	2	3	4	5
Utilidad		\$ 32.262,29	\$ 33.138,54	\$ 33.821,00	\$ 34.521,05	\$ 34.963,50
Depreciación		\$ 755,53	\$ 755,53	\$ 755,53	\$ 402,20	\$ 402,20
Amortización		\$ 1.360,00	\$ 1.360,00	\$ 1.360,00	\$ 1.360,00	\$ 1.360,00
Gts.Finan.		\$ 910,02	\$ 326,21	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo Ope		\$ 35.287,84	\$ 35.580,29	\$ 35.936,54	\$ 36.283,25	\$ 36.725,70
CTN	\$ (47.685,02)					\$ 7.152,75
Act. Fijos	\$ (5.082,00)					\$ 762,30
Flujo Neto	\$ (52.767,02)	\$ 35.287,84	\$ 35.580,29	\$ 35.936,54	\$ 36.283,25	\$ 44.640,75

Tabla 51 Flujo de Caja

Elaborado por: Cecilia Zambrano

6.01.03 Punto de Equilibrio

Es de gran utilidad para poder estudiar la relaciones entre C.F,C.V, Y los beneficios.

Tabla 52 Punto de Equilibrio

COSTOS/GASTOS	FIJOS	VARIABLES	TOTAL
Costos de Ventas		\$ 159.356,26	\$ 159.356,26
Gastos de Ventas	\$ 7.097,10	\$ 4.230,00	\$ 11.327,10
Gastos Adm.	\$ 11.404,73	\$ 0,00	\$ 11.404,73
Gastos Financieros		\$ 910,02	\$ 910,02
SUBTOTAL	\$ 18.501,83	\$ 164.496,28	\$ 182.998,11
		Ventas	227651,7984
			44.653,69

VTAS	\$ 227.651,80
CT	\$ 182.998,11
CF	\$ 18.501,83
CV	\$ 164.496,28
Q	360

Elaborado por: Cecilia Zambrano

$$PVU = \frac{\$ 227.651,80}{360}$$

$$PVU = \$ 632,37$$

$$CVU = \frac{\$ 164.496,28}{360}$$

$$CVU = \$ 456,93$$

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA INDEPENDIENTE
EN EL SECTOR LA LOMA DE PUENGASÍ D.M.Q PERIODO 2015-2016

$$PE (Q) = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

$$PE (Q) = \$ \frac{18.501,83}{632,37 - 456,93}$$

$$PE (Q) = \$ \frac{18.501,83}{\$ 175,43}$$

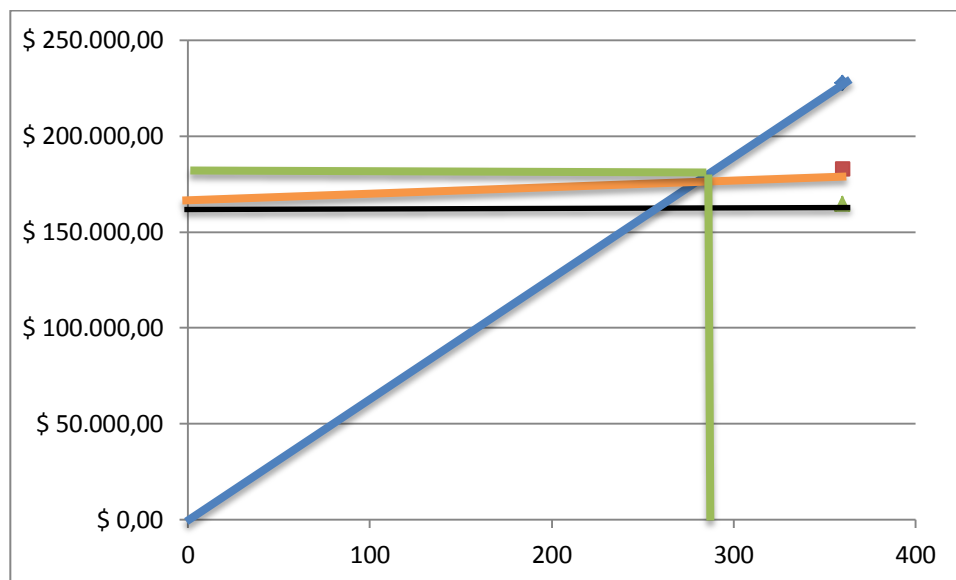
$$PE (Q) = 105,464418$$

$$PE (MON) = \frac{\frac{CF}{1 - CVU/PVU}}{1 - (456,93/632,37)}$$

$$PE (MON) = \frac{\$ 18.501,83}{0,278116895}$$

$$PE (MON) = \$ 66.525,37$$

Tabla 53 Punto de Equilibrio



Elaborado por: Cecilia Zambrano

6.01.04 Tmarc

Tabla 54 Tmarc

T(MAR)	%	*100
Riesgo País	7,93	0,0793
T.Int.Activa	24	0,24
Inflación	3,22	0,0322
Rendimiento inversionista	5	0,05
Total	35,15	0,352

6.02 Evaluación financiera

6.02.01 PRC

Este indicador nos va a demostrar el tiempo de vida de nuestro proyecto desde el momento que empezó a operar la Farmacia Farmastar.

Tabla 55 PRC

Año	Meses	Días
2	0	7

6.02.02 VAN

VAN Valor Actual Neto es una fórmula muy beneficiosa ya que la podemos utilizar para evaluar las propuestas de inversión con la obtención ya dada de los flujos netos.

Tabla 56 VAN

Nº	FLUJOS NETOS	VAN
0	\$ (52.767,02)	\$ (52.767,02)
1	\$ 35.287,84	\$ 28.717,32
2	\$ 35.580,29	\$ 23.563,89
3	\$ 35.936,54	\$ 19.368,35
4	\$ 36.283,25	\$ 15.914,07
5	\$ 44.640,75	\$ 15.934,02
		\$ 50.730,64

VAN	50.730,64
-----	-----------

Análisis

El presente van es mayor a cero lo cual es muy importante ya que podremos amortizar con rapidez la inversión inicial. \$48.680,37 esto nos demuestra que nuestro proyecto es viable.

6.02.03 TIR

Tasa interna de retorno, esta tasa nos ayuda a medir la rentabilidad de nuestra farmacia.

Tabla 57 TIR

TIR	62,42%
-----	--------

Análisis

El proyecto si es aceptable ya que supera al VAN, con esto reduciremos año a año la inversión en un cierto tiempo de terminado

6.02.04 RBC

Ecua financiera (2012) La relación beneficio / costo es “un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una organización”.

Tabla 58 RBC

R.B/COSTO	VALORES	TOTAL
BENEFICIO	103.497,66 €	1,961408047
COSTO	\$ 52.767,02	

Análisis

Razón costo beneficio es mayor a 1, se establece que por cada dólar invertido se recuperara \$ 2,03 esto refleja que el proyecto es rentable.

6.3.03 Análisis de Impactos

6.03.01 Ambiental

El impacto ambiental es la manipulación que tiene el ser humano sobre el medio ambiente, en el proyecto se utilizara volantes (flyer) ya que tendrá mucho impacto, lo cual tendremos que ser cuidadosos y a su vez poder reciclar y no hacer tanto daño al ambiente.

Tenemos que controlar muy bien los manejos de desecho para no ocasionar ningún inconveniente y cumplir con nuestro reglamento y objeciones. Este proyecto genera gran impacto ambiental

6.03.02 Económico

El impacto económico se refiere a la rentabilidad y capacidad de generar beneficios adicional a la inversión, para así poder alcanzar nuestros objetivos y metas que no proponemos con creación de la farmacia "Farmastar", el proyecto se hizo rentable porque genero un incremento en cuanto a las ventas que va a tener la farmacia.

La creación de la farmacia "Farmastar" va a hacer muy factible por los recursos que se va a generar por un buen marketing, lo cual es fácil de obtener, todas nuestras metas ya planeadas y nuevas van a aparecer. La viabilidad del proyecto es totalmente realizable y aplicable.

Con el buen plan de marketing podemos analizar los problemas y oportunidades futuras. Este impacto económico tiene mucho impacto con el proyecto

6.03.03 Productivo

El proyecto será fuente de consulta para otro estudiante con el fin de poner en práctica los conocimientos aprendidos en el aula. Este impacto se considera beneficioso para el proyecto

6.03.04 Empresarial

La creación de la farmacia en el sector loma de Puengasi ayudara al desarrollo social económicos entre otros, por medio de la compra de algún producto farmacéutico y cambiando la cultura de compras de las persona.

El impacto social va a generar un aumento para el bienestar de las familias del sector loma de Puengasi.

El impacto económico proporcionara generación de empleo.

CAPÍTULO VII

7.01 Conclusiones

- a) No existe una farmacia en el sector loma den Puengasi donde los habitantes pueda adquirir medicamentos.
- b) Al momento que se realizó el estudio de mercado se logró visualizar gran demanda insatisfecha
- c) El estudio de localización determino que la ubicación es idónea para las personas del sector loma de Puengasi para poder cubrir sus necesidades.
- d) El estudio económico y financiero demostró la factibilidad y rentabilidad de inversión que tendrá el proyecto, el estado de resultado demuestra la utilidad neta durante la vida útil del proyecto.
- e) La inversión total para el presente proyecto es de \$ 55.802,60
- f) Para el proyecto la farmacia debe de ser de 40 mts 2 la que se distribuirá area de dispensación, área administrativa, área de almacenamiento, perchas, SS.HH
- g) Al realizar el estudio de mercado se determinó que se debe crear la farmacia.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA INDEPENDIENTE
EN EL SECTOR LA LOMA DE PUENGASÍ D.M.Q PERIODO 2015-2016

7.02 Recomendaciones

- a) Una vez ya puesto en marcha el proyecto par se debe estar al día con los permisos con el fin de cumplir los reglamento legales
- b) En el sector loma de Puengasi debe haber una farmacia popular para que responda adecuada mente con la necesidad insatisfecha, ofreciendo a sus clientes calidad, variedad y precios bajos
- c) Realizar un excelente control de medicamentos y a su vez un correcto manejo de inventario.
- d) Cumplir con las normas legales del ministerio de salud para la venta de productos financieros.
- e) Implementar el proyecto considerando el estudio económico y financiero, reflejado en el VAN, TIR,COSTO BENEFICIO, cuyos valores reflejan la rentabilidad dl proyecto.
- f) Mediante el presente estudio se concluyó que el mercado farmacéutico es sumamente amplio, por lo tanto se determinó que 93% del sector loma de Puengasi necesita un servicio de adquisición de productos farmacéuticos.

REFERENCIA

- Club Planeta. (s.f.). *Tasa de Interes*. Obtenido de http://www.economia.com.mx/tasas_de_interes.htm
- Clubplaneta. (21 de julio de 2007). *La Economia*. Obtenido de http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm
- Definición . (2008). *Definición de proveedor*. Recuperado el 05 de Enero de 2016, de <http://definicion.de/proveedor/>
- Desarrollo Sostenible de la Provincia de Albaca. (2012). *Servicios Basicos*. Obtenido de <http://www.absostenible.es/index.php?id=93>
- Gerencia.com. (12 de Junio de 2010). *Ingresos no Operacionales*. Obtenido de <http://www.gerencie.com/ingresos-no-operacionales.html>
- Lexis. (23 de Enero de 2009). *Reglamento Control Y Funcionamiento*. Recuperado el 27 de Noviembre de 2015, de http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/03/acuerdo_ministerial_813.pdf
- Ministerio de Salud Publica. (23 de Enero de 2009). *Reglamento de Control y Funcionamiento de los farmaco*. Recuperado el 27 de 11 de 2015, de <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/09/A-4002-Reglamento-de-control-y-funcionamiento-de-establecimientos-farmac%C3%A9uticos-Reforma.pdf>
- Pro Ecuador. (2013). *Productos Farmacéuticos y Químicos*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/sector8-1/>
- Ruiz, W. B. (10 de julio de 2012). *Educándonos en el Ámbito Económico*. Obtenido de <http://ambitoeconomico.blogspot.com/2012/07/la-inflacion-en-el-ecuador.html>
- Significados. (2013). *Significado de Población*. Obtenido de <http://www.significados.com/poblacion/>

- Soto, B. (22 de Febrero de 2013). *Gestion.Org*. Obtenido de <http://www.gestion.org/estrategia-empresarial/35858/la-competencia-en-la-empresa-directa-e-indirecta-perfecta-e-imperfecta/>
- Hernández Pérez José Ángel. (2011, marzo 1). *Modelo de competitividad de las cinco fuerzas de Porter*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/modelo-competitividad-cinco-fuerzas-porter/>
- Jácome, Walter. (2005): Bases teóricas y Prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión, Edit. Universitaria, Ibarra, Ecuador.
- BACA URBINA Gabriel, Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, Editorial McGrawHill Interamericana.
- Natural Medicine online. Noviembre 2000. En: <http://www.nat-med.com>
- Córdoba, P.M (2006) Formulación y evaluación de proyecto. Bogotá: Ecoe Ediciones
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos* (Sexta ed.). Mexico: McGRAW-HILL.
- Cordoba Padilla, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos* (Segunda ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Rodríguez, V. *Formulario y evaluación de proyectos*. Mexico D.F: Limusa
- <http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>