TECNOLOGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA INDEPENDIENTE EN EL SECTOR SESQUI CENTENARIO DEL SUR, BARRIO LOS CONDORES, D.M.Q, 2015.

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

Autora: Jessica Fernanda Chimbo Jacho

Tutor: Eco. Lenin Paredes

Quito, Junio 2016

DECLARATORIA

Declaro que la investigación del proyecto es original, auténtico, ha seguido las normas correspondientes, respetando las disposiciones legales y establezco que los resultados y conclusiones son de mi propia responsabilidad.

Jessica Fernanda Chimbo Jacho

C.I: 1722221346

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Jessica Fernanda Chimbo Jacho, alumna de la Carrera de Administración de Boticas y Farmacias, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi proyecto en favor del Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

Jessica Fernanda Chimbo Jacho

C.I: 172222134-6

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mis padres Maruja y José por haber sido ejemplo más grande de mi vida, porque siempre me ha enseñado a luchar y a seguir ante cualquier adversidad, brindándome su apoyo incondicional y siempre dándome las bases y valores para ser una persona cauta, honesta, responsable y luchadora en mi vida personal y profesional

Así mismo doy gracias a Dios por tener a mi lado a mi hermana Lorena y a mi novio Erick que me han brindado su ayuda y apoyo para seguir con mis sueños y metas propuestas.

De la misma forma quiero dar gratos agradecimientos al Economista Lenin Paredes y a mis profesores por su ayuda incondicional, por transmitirnos su conocimiento, por su paciencia día a día y en especial por sus palabras de apoyo que permitían seguir confiando en nosotros.

DEDICATORIA

A mis padres que a pesar de la distancia siempre están conmigo apoyándome

A mi hermana por estar en las buenas y malas

A mi novio que me brinda su apoyo y me alienta en todas mis metas.

A mi tutor por su tiempo y su ayuda

A mis maestro por su enseñanza

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA I

CESIÓN DE DERECHOS II

AGRADECIMIENTOS III

DEDICATORIA IV

ÍNDICE GENERAL V

INDICE DE FIGURAS XI

INDICE DE TABLAS XII

TABLA DE ILLUSTRACIONES XV

RESUMEN EJECUTIVO XVI

ANTECEDENTES XVIII

ABSTRACT XIX

CAPITULO I 1

1.1 JUSTIFICACIÓN 1

1.2. ANTECEDENTE 3

CAPITULO II 5

2.1. ANÁLISIS EXTERNO 5

2.1.1. FACTOR ECONÓMICO 6

2.1.1.1. Producto interno Bruto 6

2.1.1.2. Tasa de interés activa 8

2.1.1.3. Inflación 9

2.2.1. Población Económicamente activa 10

2.2.2. Desempleo 12

2.3. FACTOR TECNOLÓGICO 13

2.4. FACTOR AMBIENTAL 14

2.5. FACTOR POLÍTICO 15

2.5.1. Riesgo País: 15

2.6. FACTOR LEGAL 17

2.7. ENTORNO LOCAL 19

2.7.1. Microentorno 19

2.7.1.1. Amenaza de nuevos competidores 21

2.7.1.2. Rivalidad entre competidores 22

2.7.1.3. Amenaza de ingreso de productos sustitutos 24

2.7.1.4. Poder de negociación con los proveedores 26

2.7.1.5. Poder de negociación con los consumidores 28

2.8. ANÁLISIS INTERNO 29

2.8.1. Propuesta estratégica 29

2.8.2. Producto 29

2.8.3. Precio 29

2.8.4. Plaza *29*

2.8.5. Promoción *30*

2.8.5.1. Nombre de la empresa *33*

2.8.5.2. Eslogan y logotipo *33*

2.8.5.3. MISIÓN 33

2.8.5.4. Visión *33*

2.8.5.5. Valores *34*

2.8.5.6. Políticas *35*

2.8.5.7. Objetivos empresariales *36*

2.8.6.1. Tecnólogo en Administración Farmacéutica *37*

2.9. ANÁLISIS FODA 39

2.9.1. Análisis interno *39*

2.9.2. Análisis externo *39*

2.9.3. Matriz Foda *40*

2.9.4. Matriz MEFE *41*

3. CAPITULO III 43

3.1. ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR 43

3.1.1. Determinación de la población y Muestra *44*

3.1.2. Muestra *44*

3.1.3. Obtención de la información *45*

3.2. OFERTA 56

3.2.1. Oferta Histórica *56*

3.2.2. Oferta actual *56*

3.2.3. Oferta proyectada *57*

3.3. DEMANDA 57

3.3.1. Demanda histórica *57*

3.3.2. Demanda actual *58*

3.4. Demanda Proyectada *59*

3.5. BALANCE OFERTA DEMANDA 59

3.5.1. BALANCE ACTUAL 59

3.6. DEMANDA DEL PROYECTO 60

CAPITULO IV 61

4. TAMAÑO DEL PROYECTO 61

4.1. Capacidad instalada *61*

4.2. CAPACIDAD OPTIMA 61

4.3. NÚMERO DE TRABAJADORES 63

4.4. PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA 63

4.5. LOCALIZACIÓN 65

4.5.1. Macro localización *65*

4.5.2. Micro localización *66*

4.6. MESO LOCALIZACIÓN 67

4.7. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA 68

4.8. INGENIERÍA DEL PRODUCTO 69

4.8.1. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA 69

4.8.1.1. Área de almacenamiento: *69*

4.8.2. Área de Administración *70*

4.8.3. Área de dispensación 70

4.9. PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN 72

4.10. MAQUINARIA Y EQUIPOS 73

5. CAPITULO V 75

5.1. INGRESOS 75

5.1.2. Ingresos no operacionales 75

5.2. COSTOS 76

5.2.1. Costos directos 76

5.2.2. Costos indirectos 76

5.3. GASTOS ADMINISTRATIVOS 76

5.4. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS 78

5.5. GASTOS 80

5.5.1. Gastos financieros 80

5.6. GASTOS DE VENTAS 81

5.7. INVERSIÓN DEL PROYECTO 82

5.7.1. Activos Corrientes 82

5.7.2. Activos Fijos 82

5.7.3. Activos Diferidos 83

5.8. FUENTES DE FINANCIAMIENTO 84

5.9. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS 85

5.10. FLUJO DE CAJA 86

5.11. PUNTO DE EQUILIBRIO 86

5.12. PUNTO DE EQUILIBRIO 87

5.13. EVALUACIÓN FINANCIERA 88

5.13.1. T (MAR)..... 88

5.14. VALOR ACTUAL NETO 88

5.15. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) 89

5.16. RAZÓN BENEFICIO/COSTO..... 90

6. CAPITULO VI..... 91

6.1. IMPACTO AMBIENTAL 91

6.2. IMPACTO SOCIAL..... 92

6.3. IMPACTO ECONÓMICO 92

CAPITULO VII 93

6.4. CONCLUSIONES 93

6.5. RECOMENDACIONES 95

6.6. REFERENCIAS 96

INDICE DE FIGURAS

FIGURA Nº 1: PIB. 7

FIGURA Nº 2. TASA DE INTERÉS ACTIVA 8

FIGURA Nº 3. INFLACIÓN. 9

FIGURA Nº 4. POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA. 11

FIGURA Nº 5. DESEMPLEO 12

FIGURA Nº 6. RIESGO PAÍS. 16

FIGURA Nº 7. RESULTADO DE LA ENCUESTA. 46

FIGURA Nº 8. RESULTADO DE LA ENCUESTA 47

FIGURA Nº 9. RESULTADO DE LA ENCUESTA 48

FIGURA Nº 10. PREGUNTA 4 49

FIGURA Nº 11. RESULTADO DE LA ENCUESTA 49

FIGURA Nº 12. PREGUNTA 5 50

FIGURA Nº 13. RESULTADO DE LA ENCUESTA 50

FIGURA Nº 14. RESULTADO DE LA ENCUESTA 51

FIGURA Nº 15. RESULTADO DE LA ENCUESTA. 52

FIGURA Nº 16. RESULTADO DE LA ENCUESTA 53

FIGURA Nº 17. RESULTADO DE LA ENCUESTA. 54

FIGURA Nº 18. RESULTADO DE LA ENCUESTA. 55

FIGURA Nº 19. FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN 84

INDICE DE TABLAS

TABLA Nº 1 PRODUCTO INTERNO BRUTO 6

TABLA Nº 2. TASA DE INTERÉS ACTIVA 8

TABLA Nº 3. INFLACIÓN 9

TABLA Nº 4. POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA 10

TABLA Nº 5. DESEMPLEO 12

TABLA Nº 6. RIESGO PAÍS 15

TABLA Nº 7. PROVEEDORES. 26

TABLA Nº 8. MATRIZ MEFE. 41

TABLA Nº 9. MATRIZ MEFI 42

TABLA Nº 10. MUESTRA 44

TABLA Nº 11. PREGUNTA 1 46

TABLA Nº 12. PREGUNTA 2 47

TABLA Nº 13. PREGUNTA 3 48

TABLA Nº 14. PREGUNTA 6 51

TABLA Nº 15. PREGUNTA 7 52

TABLA Nº 16. PREGUNTA 8 53

TABLA Nº 17. PREGUNTA 9 54

TABLA Nº 18. PREGUNTA 10 55

TABLA Nº 19. OFERTA HISTÓRICA 56

TABLA Nº 20. OFERTA ACTUAL 56

TABLA Nº 21. OFERTA PROYECTADA 57

TABLA Nº 22. DEMANDA HISTÓRICA 57

TABLA Nº 23. DEMANDA ACTUAL 58

TABLA Nº 24. DEMANDA PROYECTADA 59

TABLA Nº 25. BALANCE ACTUAL 59

TABLA Nº 26. DEMANDA DEL PROYECTO 60

TABLA Nº 27. BALANCE DEL PROYECTO 60

TABLA Nº 28. CAPACIDAD ÓPTIMA 62

TABLA Nº 29. NÚMERO DE TRABAJADORES 63

TABLA Nº 30. PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA 63

TABLA Nº 31. SUELDOS HISTÓRICOS 64

TABLA Nº 32. PROYECCIÓN SUELDO 64

TABLA Nº 33. TABLA DE PONDERACIÓN 67

TABLA Nº 34. ANÁLISIS DE SECTORES 67

TABLA Nº 35. EQUIPOS DE COMPUTACIÓN 73

TABLA Nº 36. EQUIPOS DE OFICINA 73

TABLA Nº 37. EQUIPOS DE COMPUTACIÓN 74

TABLA Nº 38. COSTOS INDIRECTOS 76

TABLA Nº 39. GASTOS ADMINISTRATIVOS 77

TABLA Nº 40. DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE OFICINA 78

TABLA Nº 41. DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN 78

TABLA Nº 42. DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES 79

TABLA Nº 43. GASTOS FINANCIEROS 80

TABLA Nº 44. GASTOS VENTAS 81

TABLA Nº 45: PUBLICIDAD 81

TABLA Nº 46. ACTIVOS CORRIENTES 82

TABLA Nº 47. ACTIVOS FIJOS 82

TABLA Nº 48. ACTIVOS DIFERIDOS 83

TABLA Nº 49. BALANCE GENERAL 83

TABLA Nº 50. FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN 84

TABLA Nº 51. PORCENTAJES PARA PROYECTAR 84

TABLA Nº 52. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS 85

TABLA Nº 53. FLUJO DE CAJA 86

TABLA Nº 54. PUNTO DE EQUILIBRIO 86

TABLA Nº 55. T (MAR) 88

TABLA Nº 56. VAN 88

TABLA Nº 57. TIR 89

TABLA Nº 58. T(MAR) –VAN –TIR 89

TABLA Nº 59. RAZÓN COSTO BENEFICIO 90

TABLA Nº 60. PRI 90

TABLA DE ILLUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN Nº 1. ENTORNO DE LA EMPRESA. 19

ILUSTRACIÓN Nº 2. LAS CINCO FUERZAS DE PORTER. 20

ILUSTRACIÓN Nº 3. FARMACIA FARMABARRIO. 22

ILUSTRACIÓN Nº 4. FARMACIA SU SALUD. 23

ILUSTRACIÓN Nº 5. CENTRO DE CURACIONES JAMBI HUASI. 25

ILUSTRACIÓN Nº 6. HOJA VOLANTE. 30

ILUSTRACIÓN Nº 7. PROMOCIÓN POR EL DÍA DE LA MADRE. 31

ILUSTRACIÓN Nº 8. PROMOCIÓN POR DÍA DEL NIÑO 32

ILUSTRACIÓN Nº 9. LOGOTIPO Y ESLOGAN 33

ILUSTRACIÓN Nº 10. GESTIÓN ADMINISTRATIVA. 37

ILUSTRACIÓN Nº 11. ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO 40

ILUSTRACIÓN Nº 12. MACRO LOCALIZACIÓN 65

ILUSTRACIÓN Nº 13. MICRO LOCALIZACIÓN. FUENTE: GOOGLE MAPS 66

ILUSTRACIÓN Nº 14. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA 68

ILUSTRACIÓN Nº 15. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA 71

ILUSTRACIÓN Nº 16. PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN 72

ILUSTRACIÓN Nº 17. FÓRMULAS 87

ILUSTRACIÓN Nº 18. PUNTO DE EQUILIBRIO 87

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto está orientado para realizar un estudio de factibilidad con el fin de establecer una farmacia independiente en el Barrio Sesqui Centenario.

Para el estudio de factibilidad se estableció utilizar herramientas de investigación como encuestas y observación directa, para verificar el grado de necesidad de un establecimiento farmacéutico en el sector y ubicar en el lugar más idóneo para su posicionamiento y reconocimiento de los pobladores del barrio.

Así mismo el proyecto va determinado en un análisis de factores económicos, sociales, políticos, legales y tecnológicos. Lo que conlleva a realizar un estudio de mercado teniendo en cuenta el análisis FODA para verificar las amenazas, fortalezas, oportunidades y debilidades, permitiendo constatar la inversión necesaria, evitando gastos innecesarios. Del mismo modo se tuvo que determinar la oferta y demanda que existirá con el fin comprobar la factibilidad del proyecto.

De lo cual se pudo determinar que el sector tiene un alto nivel de acogida de la farmacia, porque todos los habitantes se dirigen a sectores cercanos como lo es la Martha Bucaram y La Ecuatoriana para poder adquirir medicinas básicas y las que han sido recetadas con especialistas con el fin de mejorar y preservar la salud de cada persona y la de su familia.

La solución a esta necesidad es ubicar y emprender una farmacia independiente para satisfacer las necesidades de los pobladores, por mayor facilidad de compra, accesibilidad y cercanía, dando oportunidades al nuevo establecimiento, como es el posicionamiento y fidelización de los habitantes, al ser única en el sector.

En conclusión se especificó que la apertura de la farmacia independiente es rentable y factible, posibilitando a una fuente de trabajo y brindando un servicio de calidad para la dispensación de fármacos

ANTECEDENTES

Los inicios de la medicina estuvo caracterizada por el uso alternativo de plantas y rituales tradicionales para el tratamiento de enfermedades, lo que continuaba con el pasar de los años, posibilitando al desarrollo de la medicina natural

Así se trasmitió de generación en generación, ya que se transmitía información en base a hechos pasados, permitiendo conocer posibles tratamientos para la mejorar la salud y el bienestar del ser humano.

A lo largo de los años se realizaron investigaciones de los recursos que se tenía, permitiendo identificar la acción y sustancias derivadas de cada planta, lo que conllevo a extraer sustancias para tratar enfermedades y agracias a los avances tecnológicos se pudo llegar a fabricar medicamentos que contengan productos naturales y otros que contengan productos químicos.

Esto dio una oportunidad en el mercado, ya que los fármacos eran de uso necesario para preservar la salud y el bienestar de cada individuo.

ABSTRACT

The project aims to conduct a feasibility study in order to establish an independent pharmacy in the neighborhood of the Condors.

For the feasibility study was established using research tools such as surveys and direct observation to verify the degree of need for a pharmaceutical establishment in the sector and in the most appropriate place for positioning and recognition of the residents of the neighborhood place.

Likewise, the project is determined on an analysis of economic, social, political, legal and technological factors. Which leads to conduct a market study taking into account the FODA analysis to verify threats, strengths, opportunities and weaknesses, allowing finding the investment needed, avoiding unnecessary expenses. Similarly it had to determine the supply and demand will exist in order to check the feasibility of the project.

Of which it was determined that the sector has a high level of acceptance of the pharmacy, because all the people to nearby areas such as the Martha Bucaram and Ecuadorian to acquire basic medicines and those who have been prescribed with

specialists target in order to improve and preserve the health of each person and his family.

The solution to this need is to locate and undertake an independent pharmacy to meet the needs of the people, for ease of purchase, accessibility and proximity, giving opportunities to new establishment, such as positioning and loyalty of the people, being unique in the sector.

In conclusion it was specified that the opening of the independent pharmacy is cost effective and feasible, enabling a source of work and providing quality service for dispensing drugs.

CAPITULO I

1.1 Justificación

Los establecimientos farmacéuticos hoy en día son un elemento primordial y esencial para el ser humano, ya que tras años de pruebas y experimentos sobre los principios activos existentes, se ha podido establecer los efectos farmacológicos, la eficacia, efectos adversos y otros aspectos. Por todo el esfuerzo contribuido, se ha permitido determinar los beneficios que brinda, en especial la mejora de todas aquellas personas que poseen algún tipo de padecimiento por un momento determinado o por todo su vida, ayudando a mejorar su calidad de vida.

El Barrio Los Cóndores se encuentra ubicado en el Sur de Quito, explícitamente en el Sector Sesqui Centenario del Sur, esta zona se encuentra alejada del punto comercial más cercano, por lo cual personas emprendedoras han instalado negocios propios para proporcionar un servicio a los vecinos y así obtener utilidades, no obstante los locales aun no satisfacen ciertas necesidad, porque carecen de ciertos establecimientos que estén lo más accesibles para los pobladores. Por ello un establecimiento farmacéutico en este barrio es idóneo para mejorar la calidad de vida de cada una de las personas.

La actividad de una farmacia permite el expendio y dispensación de medicamentos de consumo y uso humano, es por ello la gran relevancia que tiene este proyecto en el Barrio Los Cóndores, porque este establecimiento farmacéutico permitirá satisfacer las necesidades de los pobladores.

El proyecto no sólo está direccionado a satisfacer las necesidades de los clientes, sino que también tiene una visión para el desarrollo económico del país, así Ecuador continua con su desarrollo y para ello es importante contribuir en la Matriz Productiva, permitiendo ubicar al país en una mejor posición de economía y de la misma forma crear puestos de trabajado y así reducir la Tasa de desempleo. Por ello la mejor idea es contribuir con nuevos empresas.

1.2. Antecedentes

En la tesis elaborada por (Vásquez Borja Marjorie Elizabeth, 2015) con el tema: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE LA PRIMERA SUCURSAL DE “FARMACIA INGLESA” EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO. Trabajo de titulación previa la obtención del título de ingeniería. Pontificia universidad católica del ecuador facultad de ciencias administrativas y contables.

La finalidad del análisis situacional es entender el entorno externo e interno del proyecto; dentro del entorno externo es importante conocer el ambiente ecuatoriano y de la industria farmacéutica, que nos permite identificar los antecedentes históricos de la situación política, social, económica y legal el país y de qué manera influye en la apertura de una nueva farmacia, además se debe conocer como se ha desarrollado la industria a lo largo del tiempo y cuáles son las tendencias que nos ayudarán a tomar decisiones; dentro del entorno interno se desarrolló un modelo de plan estratégico, el cual permite tener lineamientos que se deben seguir para cumplir objetivos al corto, mediano y largo plazo.

En la tesis realizada por (Álvarez. H Escobar.D 2014) con el tema: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LACREACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACION DE MEDICAMENTOS ENFOCADAS EN LA FARMACIAS EN LA CIUDAD DE QUITO. Proyecto de inversión previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial en la Univercidad Politecnica Saleciana Sede Quito.

Dijo que en la actualidad la industria farmacéutica ha incrementado su existencia considerablemente pues las personas son más propensas a muchas enfermedades a consecuencia de variedad de factores como el cambio climático, la contaminación, mala alimentación y entre otros.

Con los pequeños emprendimientos de familias Ecuatorianas en la preparar fórmulas magistrales dio apertura a la industria farmacéutica y el primer laboratorio que surgió fue H.G. (Ayala, M, 2014)

CAPITULO II

2.1. Análisis Externo

Barrios (2011), manifestó que el ambiente externo está condicionado por factores, los cuales intervienen en una organización, de tal manera se puede identificar el macroentorno y el microentorno.

Según Barrios, V. (2011) define que el "macroentorno estudia elementos que son difíciles o imposibles de controlar, por lo que la organización debe tener conocimiento de ellos para aprovecharlos o en su defecto reducir su impacto" (párr.15)

Los factores que se toma en cuenta en el macroentorno son:

- Factor Económico

- Factor Social
- Factor Tecnológico
- Factor ambiental
- Factor Legal

2.1.1. Factor Económico

Pérez (2004) expuso que "el factor económico tiene un impacto directo en el nivel adquisitivo del consumidor final o de la población objetivo, ya que se refiere al nivel de ingreso salarial. (p.161)

2.1.1.1. Producto interno Bruto

EL PIB indica el aumento o reducción de la producción de bienes y servicios de entidades de un país. (López, J. & Licona, A. 2014)

Tabla Nº 1 Producto Interno Bruto

PIB	
AÑO	PORCENTAJE
2011	7.9
2012	5.6
2013	4.6
2014	3.7
2015	3.5

Nota: PIB. Fuente: BCE, 2016

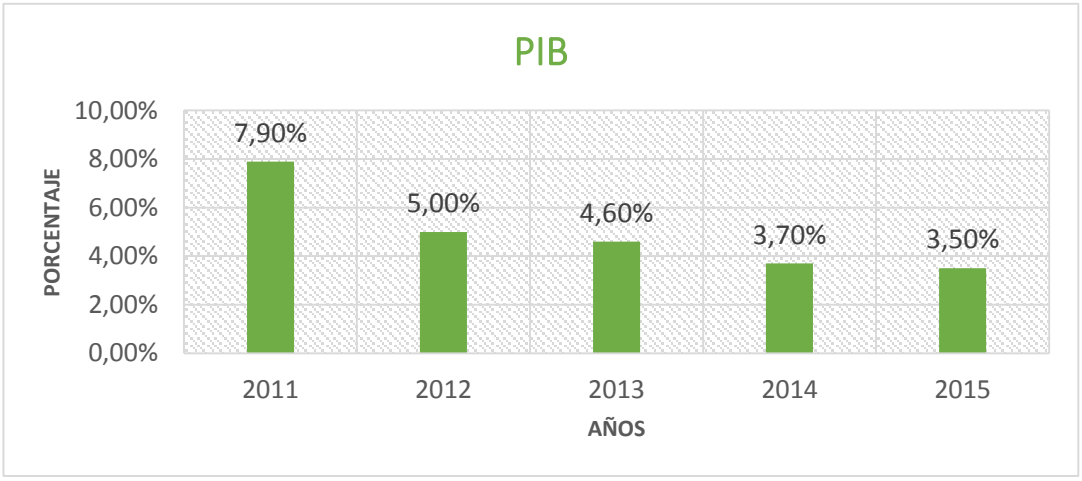

Figura Nº 1: **PIB. Elaborado por: Jessica Chimbo**

Análisis:

Observando el gráfico se determina las fluctuaciones que ha existido en los 5 años anteriores, dejando como resultado en el año 2015 un descenso del PIB con un porcentaje 3.50%, debido a la desvalorización del barril del petróleo, lo que ubica a este indicador como una amenaza, ya que el descenso de esta significa que hogares ecuatorianos disminuyen su consumo, afectando a la adquisición de fármacos.

2.1.1.2. Tasa de interés activa

La tasa de interés activa es el porcentaje que una persona, empresa o institución debe pagar por un monto de dinero que se ha solicitado a una entidad bancaria a un tiempo estipulado para poder adquirir bienes. (Superintendencia de bancos, 2016)

Tabla Nº 2. Tasa de Interés Activa

TASA DE INTERES ACTIVA	
AÑO	PORCENTAJE
2011	8.37
2012	8.17
2013	8.17
2014	8.19
2015	9.17

Nota: *PIB.* Fuente: BCE, 2016

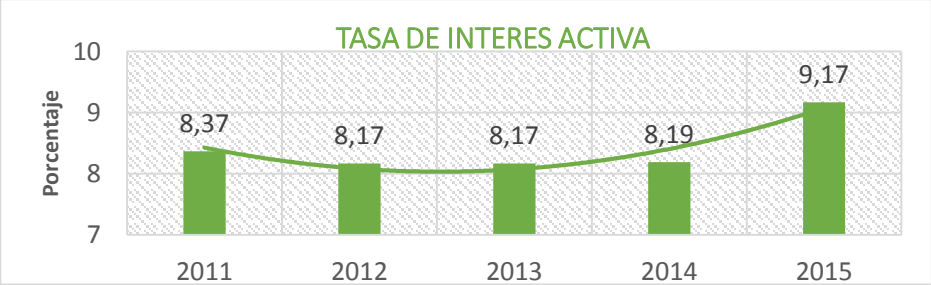

Figura Nº 2. Tasa de Interés Activa

Análisis:

Se ha determinado que entre el año 2012-2014 el porcentaje se ha mantenido constante, a pesar del incremento del 2015 en un 9,17%, resultando el indicador como una amenaza, porque el incremento de este, genera un aumento en el costo de créditos, dificultando a realizar préstamos para la apertura del establecimiento farmacéutico.

2.1.1.3. Inflación

La inflación es un indicador que muestra el incremento en precios de bienes y servicios de un país. (BCE, 2016)

Tabla Nº 3. Inflación

INFLACCIÓN	
AÑO	PORCENTAJE
2011	5.41
2012	4.16
2013	2.70
2014	3.67
2015	3.50

Nota: *PIB.* Fuente: INEC, 2016

Figura Nº 3. Inflación. Elaborado por Jessica Chimbo

Análisis:

La figura da conocer que en el año 2015 la inflación ha descendido en 0.17 puntos, dejando el porcentaje en un 3.50%, lo que resulta una oportunidad por la estabilidad económica que representa, permitiendo invertir con confianza y que los consumidores adquieran los productos a un precio considerable.

2.2. Factor Social

Se entiende como factor social, identificar la situación socioeconómica de la población mediante indicadores que proporcione información acerca de la situación del país, permitiéndonos realizar análisis y tomar decisiones.

2.2.1. Población Económicamente activa

INEC (2016) establece que el PEA "está conformada por las personas de 10 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia, o que no laboraron, pero tuvieron empleo (ocupados), o bien, aquellas personas que no tenían empleo, pero estaban disponibles para trabajar y buscar empleo (desocupados) (párr.2)

Tabla Nº 4. Población Económicamente Activa

PEA	
AÑO	PORCENTAJE
2011	62.5
2012	61.7
2013	62.1
2014	64.5
2015	65.9

Nota: *PEA.* Fuente: BCE, 2016

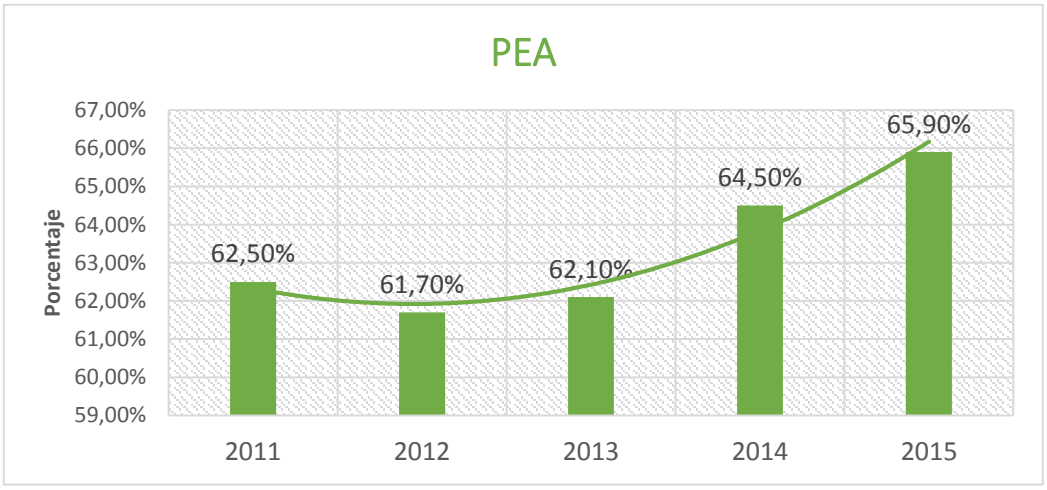

Figura Nº 4. Población Económicamente Activa. Elaborado por Jessica Chimbo

Análisis:

En los últimos 5 años se puede observar como el porcentaje del PEA ha incrementado considerablemente, incluso en el último año se ha llegado a una cifra del 65.90%, posicionando al indicador como una oportunidad para la empresa, porque el incremento de esta, conlleva que aumente los ingresos de las familias ecuatorianas, encaminando a un aumento en la demanda y beneficios para la empresa.

2.2.2. Desempleo

El desempleo expresa el porcentaje de la población que se encuentra en edad, condición y disposición de laborar, pero carece de un lugar de trabajo. (BCE, 2016)

Tabla Nº 5. Desempleo

DESEMPLEO	
AÑO	PORCENTAJE
2011	6
2012	4.90
2013	4.7
2014	4.30
2015	4.77

Nota: *Desempleo.* Fuente: BCE, 2016

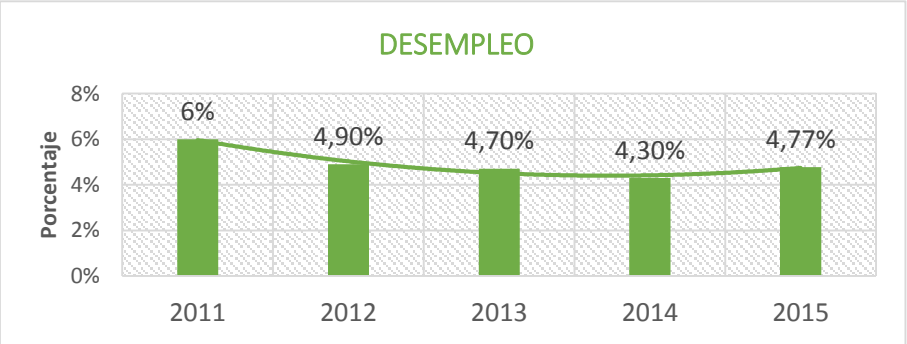

Figura Nº 5. Desempleo. Elaborado por Jessica Chimbo

Análisis:

Claramente en el gráfico se observa como la tasa de desempleo ha descendido constantemente con el paso de los años, a pesar de esto, en el último año el porcentaje ha incrementado en un 4.77% lo que significa una amenaza, porque la población no cuenta con un salario y lo que dificulta la adquisición de bienes y servicios e influyendo negativamente a la farmacia.

2.3. Factor tecnológico

En el 2016, el Instituto PYME comenta que el factor tecnológico es “La aparición constante de nuevos productos, servicios y técnicas. Ya que nuevos materiales están sustituyendo a los tradicionales y de la misma forma hay nuevas formas de comunicación que se utiliza cotidianamente.

Instituto PYME, (2015) La tecnología es a la suma total del conocimiento que se tiene de las formas de hacer más fácil la vida del ser humano. Sin embargo su principal influencia es sobre la forma de hacer las cosas, como se diseñan, producen, distribuyen y venden los bienes y servicios, afectando al sector industrial, comercial y administrativo,

Es por ello que este factor tiene un peso importante en la farmacia, ya que un sistema, facilita la busca del medicamentos, el precio final de compra, el descuento, conocer el stock y otros. Por lo cual este factor se lo cataloga como una oportunidad, permitiendo que la farmacia compita con otras farmacias de cadena e independientes.

2.4. Factor Ambiental

El factor ambiental son aquellos elementos que influyen constantemente sobre los seres vivos. Algunos son de carácter físico-químico, como el agua, la temperatura y la luz, lo que incide en la salud y nuestro entorno.

En la actualidad, la educación también representa una alternativa ante la realidad ambiental, porque se debe educar oportunamente a la población acerca del peligro que representa continuar deteriorando el ambiente, en poco tiempo se deberá enfrentar situaciones más dolorosas que pongan en riesgo la preservación de múltiples formas de vida, entre ellas, la humana. (Ochoa. F, 2009)

Se puede concluir que este factor es una oportunidad, pues gran cantidad de personas se encuentran expuestos a los diferentes climas de Ecuador, como temporadas de invierno que es más pronunciado, ocasionando casos de enfermedades virales tales como la gripes o resfriados, los cuales provocan que la población acuda a un centro médico y por ende deba adquirir medicamentos.

2.5. Factor Político

Los gobiernos ocupan un lugar preferencial en el análisis del entorno, motivado por varios aspectos, desde su poder de compra, pasando por su poder legislativo y su capacidad de apoyar a nuevos sectores mediante políticas de subvenciones, sin olvidar la incidencia de sus políticas en nuevas inversiones. (Landazuri, 2007)

2.5.1. Riesgo País:

El riesgo país indica el grado de inseguridad de invertir en algunos países, es decir permite calcular si la inversión será positiva o negativa para el inversionista. (Posso, M. 2006)

Tabla Nº 6. Riesgo País

RIESGO PAIS	
AÑO	PUNTOS
2011	846
2012	826
2013	530
2014	592
2015	793

Nota: *Desempleo.* Fuente: BCE, 2016

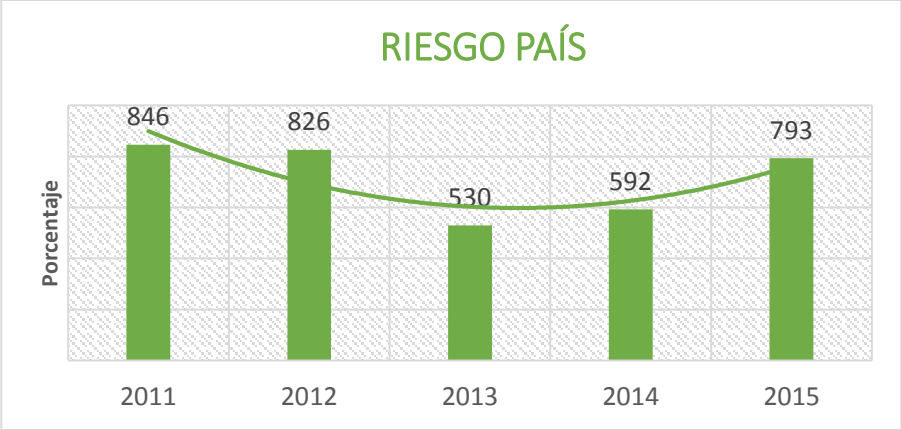

Figura Nº 6. Riesgo país. Elaborado por Jessica Chimbo

Análisis

Se ha determinado que en el año 2015 el riesgo país ha alcanzado una cifra de 793 puntos, superando a los años anteriores, lo que representa una amenaza para el negocio, ya que lo prudente es no invertir y evitar quiebras y deudas.

2.6. Factor Legal

El factor legal se refiere al cumplimiento de normas y leyes que se debe llevar a cabo según los artículos vigentes de cada país.

Los requisitos indispensables para la apertura de una farmacia son:

- Autorización de la apertura de la farmacia va dirigida al ARCSA (se llena un respectivo formulario, dirigido al Director Técnico de Buenas Practicas y Permisos y por consiguiente se entrega a la secretaria General en cualquier coordinación zonal.

- Registro del responsable técnico de farmacia (El responsable debe acercarse a la coordinación zonal del Arcsa con la Cédula de identidad, allí se verifica el título que este registrado en la Senescyt y se incluirá al representante en la base de datos.

- Permiso de funcionamiento (se debe imprimir el orden de pago del sistema y acercarse al banco a cancelar el pago).
    - Solicitud al Sr. Director Provincial de Salud
    - Verificar la existencia de cupo en el área de salud en la que desea instalar la farmacia en la (Coordinación de Vigilancia sanitaria)
- Autorización para instalación, extendida por el señor Director Provincial de Pichi ncha. - Plano del Local Escala: 1:50. m - Croquis de ubicación del local. -

Solicitud para permiso de funcionamiento - Planilla de inspección - Récord Policial (Propietario).

- Licencias de Estupefacientes y Psicotrópicos emitida por el Instituto Nacional de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez.
- Copia del título del Químico o Bioquímico farmacéutico (opción farmacia y tecnología farmacéutica, registrados en el Ministerio de Salud Pública).
- Copia del Certificado del título emitido por el Conesup.
- Certificado de buenas prácticas de dispensación de medicamentos.
- Contrato de trabajo con el Químico Farmacéutico o Bioquímico Farmacéutico, en el que conste 20 horas mensuales. - Copia RUC del establecimiento.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud.
- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- Copias del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos. (Ministerio de Salud Pública, 2016)

El factor legal resulta una oportunidad, porque cuenta y está respaldada con documentos que legales que permiten la apertura y su mantenimiento en el mercado.

2.7. Entorno Local

2.7.1. Microentorno

En este campo se realiza un análisis de tres factores, que en su mayoría puede ser controlada por la empresa, dando lugar al funcionamiento, mejora y crecimiento del negocio atreves del desarrollo de estrategias.

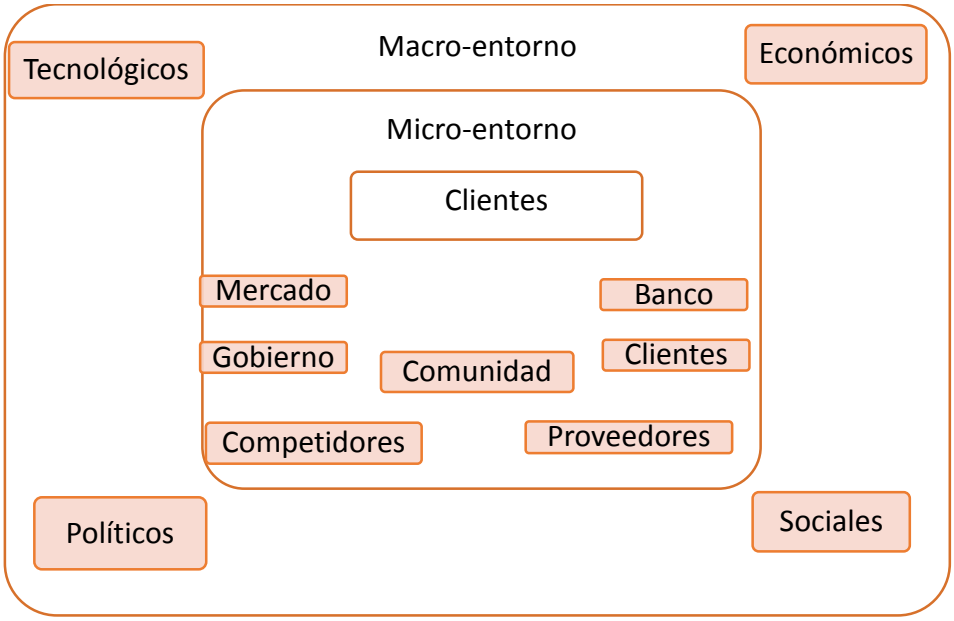

Ilustración Nº 1. Entorno de la Empresa. Elaborado por Jessica Chimbo

El análisis del microentorno está dado por tres factores:

- Clientes
- Proveedores
- Competidores directos

Por consiguiente se puede utilizar la estrategia de las 5 fuerzas de Porter por el economista Michael Porter, las cuales permiten maximizar los recursos y ser mejores que la competencia.

El punto de vista de Porter es que existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste. Se basa en la idea de que la empresa debe evaluar sus objetivos y recursos frente a cinco fuerzas que rigen la competencia industrial (Michael Porter, 1980).

Ilustración Nº 2. Las cinco Fuerzas de Porter. Elaborado por Jessica Chimbo

2.7.1.1. Amenaza de nuevos competidores

Esta alude al desarrollo de microempresas que desean adentrarse en el campo de la industria, estas, pueden tener una buena aceptación en el mercado, pero no obstantes existen barreras que impiden el avance de dichos negocios, los cuales pueden ser por carencia de recursos, tecnología, canales de distribución, materia prima y escasa experiencia. (Porter. M.1980)

Los centros farmacéuticos son uno de los establecimientos que más competencia poseen. Es por ello que tienen una gran acogida ya que se puede adquirir fármacos y productos indispensables para la salud de la población, pese a esto, la creación de una farmacia ayuda a zonas que carecen de establecimientos de esta índole, permitiendo atender a aquellos pobladores que necesitan un servicio profesional y eficaz.

La entrada de nuevos establecimientos resulta una amenaza para la farmacia, en especial si existen farmacias de cadena o franquicias que tienen más acogida en la mente del consumidor por la variedad de stock y por los precios más cómodos.

2.7.1.2. Rivalidad entre competidores

La rivalidad entre competidores se relaciona con empresas que ofrecen un mismo producto en el mercado, a esto se debe las estrategias que cada empresa plantea para ayudar al desarrollo de su negocio tomando reacciones inmediatas con errores de sus competidores y ser mejor que sus rivales. (Porter. M.19080)

Esta lucha se debe a la reducción de precios, inexistencia de diferenciación de productos, posibilidad de cambio de marcas, el deterioro del bien.

La primera competencia que tiene la farmacia "Trébol Farma" es la farmacia "FarmaBarrio" que se encuentra ubicado en a 15 min de la farmacia independiente.

Ilustración Nº 3. Farmacia FarmaBarrio. Elaborado por: Jessica Chimbo

La segunda farmacia que resulta otra competencia para el establecimiento es la farmacia “Su Salud”, su ubicación es más cercana, su distancia es de 8min aproximadamente.

Ilustración Nº 4. Farmacia Su Salud. Elaborado por: Jessica Chimbo

La competencia que posee un farmacia independiente es excesivamente grande por los competidores que tienen mayor reconocimiento y gran capacidad de abastecimiento de productos a menor precio por la cuantía que adquiere por lo que se determina como una amenaza, pero del mismo modo se puede evaluar las deficiencias de estas farmacias y convertirlo en una oportunidad para acceder y fidelizar al cliente.

2.7.1.3. Amenaza de ingreso de productos sustitutos

Consiste en la entrada de productos alternativos en la industria, en referencia a los productos que se ofrece en el mercado.

El ingreso de estos puede facilitarse por el bajo costo de productos sustitutos, en relación al existente, por la insuficiente publicidad de productos existentes y por la poca fidelidad de los consumidores.

Esta fuerza no permite plantear estrategias que impidan el ingreso de empresas con productos alternativos, así que la mejor técnica es mejorar la calidad de productos, disminuir precios e incrementar puestos de venta, publicidad y promociones. (Porter. M.1980)

Las farmacias independientes tienen rivalidad con los centros naturistas ya que poseen productos naturales, menos riesgosos y por ende a bajos precios. Pero la farmacia "Trébol Farma" no tiene rivalidad con ningún centro naturista, por el momento solo tiene a una competencia de un Shaman, quien realiza curaciones de enfermedades como consecuente los pobladores ya no adquieren medicinas.

Ilustración Nº 5. Centro de curaciones Jambi Huasi. Elaborado por: Jessica Chimbo

Aunque sea una competencia, su influencia es casi es escasa, porque los consumidores prefieren medicamentos que sean más efectivos y más confiables, por lo tanto su competencia no es tan significativa, posicionándolo como una oportunidad para la farmacia

2.7.1.4. Poder de negociación con los proveedores

Es el poder que tienen los proveedores de incrementar precios de su producto, debiéndose de la poca oferta de estos. Al mismo lapso beneficiándose y logrando ubicarse en un puesto firme en referencia a la negociación.

Los proveedores pueden intensificar el poder de negociación cuando exista poca materia prima sustituta, el costo de cambio se alto, o el volumen de mercadería que se adquiere sea bajo. (Porter, M. 1980)

DIFARE	
LETERAGO	
QUFATEX	

Tabla Nº 7. Proveedores. Elaborado por Jessica Chimbo

Para evitar el dominio de los suministradores la alternativa es elegir estrategias que beneficien a la empresa, como lo es ampliar negocios con otros nuevos proveedores y crear acuerdos con el fin de minimizar costos de las dos partes. (Porter. M. 1980)

De tal manera que la mejor estrategia de una farmacia independiente es abastecerse una buena cuantía de stock, dando lugar a convenios con nuevos proveedores y permitiendo establecer pactos entre ambas partes para que el precio de los productos que se adquiere sean mínimos y que el proveedor se beneficie por su venta, ubicando como una fortaleza.

2.7.1.5. Poder de negociación con los consumidores

En el ítem se toma en cuenta a los compradores, quienes tienen el mando para obtener productos con buenas ofertas, precios y condiciones. Lo que da lugar que a ellos tengan un mayor dominio versus a los vendedores, debiéndose a la gran oferta de productos.

El poder de negoción de los compradores incrementa debido a que los productos que se ofertan no tienen ninguna diferenciación, lo compradores adquieren en gran cantidad o pueden cambiar con facilidad de marca, por la información que poseen de los productos ya sea precios o beneficios.

Una vez analizado esta fuerza la mejor solución es que los vendedores obtengan bienes que contenga un rasgo que le diferencie de la competencia, ofrezca más beneficios, promociones, mejores garantías y mayor comunicación con los consumidores. (Porter. M.1980)

Los beneficiosos de esta fuerza es que en una farmacia independiente, los precios de productos son fijos y no se puede acceder a la minimizar el costo en la compra. Pero si se puede negociar es decir ofrecer medicamentos genéricos que son accesibles para la economía de los clientes, en lugar de los de marca, por ello se concreta como una oportunidad.

2.8. Análisis Interno

2.8.1. Propuesta estratégica

La propuesta estratégica es implementar las 4P en la empresa, porque permite alcanzar objetivos y las metas planteadas.

2.8.2. Producto

La farmacia "Trébol Farma" ofrece medicamentos e insumos de calidad, otorgando al cliente la opción de elegir entre medicamentos genéricos y de marca, con el fin de satisfacer sus necesidades de acuerdo a los requisitos del cliente.

2.8.3. Precio

Brindar los productos farmacéuticos a precios competitivos en el mercado, para lograr una mejor fidelización de los clientes y un mayor reconocimiento en el sector, lo que permitirá la sustentabilidad de la farmacia.

2.8.4. Plaza

El establecimiento se ubicará en el sector Sesquicentenario del Sur, barrio los Cóndores, calle 17 de Mayo y transversal, por ser el núcleo más comercial del barrio, beneficiando a la adquisición de productos por la cercanía de sus hogares.

2.8.5. Promoción

La mejor estrategia de la farmacia es entregar promociones, descuentos de ciertos productos, mediante volantes publicitarios y rótulos que se exhiba en el establecimiento para atraer la atención de los clientes.

Ilustración Nº 6. Hoja Volante. Elaborado por Jessica Chimbo

Una promoción que se implementará por el día de la madre es dar un descuento del 30% en toda compra y adicional se obsequiará una rosa artesanal a cada madrecita.

Ilustración Nº 7. Promoción por el día de la madre. Elaborado por Jessica Chimbo

Por el Día del Niño se realiza un descuento del 30% descuento en productos infantiles como leches, pañales, lociones y adicional se les obsequiará un Tomato.

Ilustración Nº 8. Promoción por día del Niño. Elaborado pro: Jessica Chimbo

2.8.5.1. Nombre de la empresa

TREBOL FARMA

2.8.5.2. Eslogan y logotipo

Tu salud está de suerte

Ilustración Nº 9. Logotipo y Eslogan

2.8.5.3. Misión

Somos una empresa dedicada a la comercialización, asesoramiento y expendio de productos farmacéuticos y del bienestar familiar, que cumple con los reglamentos y normas vigentes y cuenta con un equipo humano de calidad comprometido y capacitado para ser la mejor alternativa para la satisfacción de nuestros clientes.

2.8.5.4. Visión

Ser una empresa reconocida en el mercado nacional en los próximos 5 años, con el expendiendo productos farmacéuticos a precios competitivos en relación a otros establecimientos farmacéuticos, lo que permitirá la estandarización de la marca en la mente del consumidor y posibilitando a la apertura de más sucursales en la ciudad de Quito.

2.8.5.5. Valores

Responsabilidad: cumplir con las normas y leyes establecidas en el entorno interno y externo, manejándonos coherentemente en sus acciones.

Honestidad: brindar a nuestros clientes un servicio de calidad, ofreciendo a su disponibilidad productos de marca o genéricos.

Conducta Ética: desempeñarnos con calidad humana, íntegra y moral para satisfacer los requerimientos internos y externo del estableciente.

Eficiencia: cumplir con los objetivos planteados utilizando y optimizando los recursos que estén a nuestro alcance.

Liderazgo: motivar a nuestro equipo de trabajo para que pueda desempeñarse de la mejor manera y brindar un servicio de calidad con todas sus habilidades y virtudes hacia el cliente.

2.8.5.6. Políticas

Atención al cliente: Contar con un personal profesional y capacitado para atender a los diferentes tipos de clientes, brindándole comodidad y seguridad a la hora de expender medicamentos.

Administración de personal: capacitar al personal para un uso de elementos básicos como zapatos bajos y mandil blanco que destaque la marca de "Trébol Farma" y así permanecer en la mente de nuestros clientes.

Limpieza general: se debe planificar turnos de limpieza por cada miembro, con el fin que a la hora del cierre se visualice una buena limpieza y así abrir la farmacia sin contratiempos al día siguiente.

Horarios: el personal debe cumplir con el horario de entrada y salida que será de 8:00 AM a 8:00 PM todos los días y con rotación de personal.

2.8.5.7. Objetivos empresariales

- Mejorar el servicio hacia los clientes para mejorar la fidelización
- Ubicarnos entre las 4 mejores farmacias de Quito
- Estandarizar nuestra marca a nivel nacional
- Incrementar las ventas
- Abastecer a la farmacia con un buen stock
- Atraer a los clientes con promociones y beneficios

2.8.6. Gestión Administrativa

Ilustración Nº 10. Gestión Administrativa. Elaborado por Jessica Chimbo

2.8.6.1. Tecnólogo en Administración Farmacéutica

- Realizar el pedido
- Apertura y cierre de farmacia
- Control de pedidos
- Devolución de medicamentos por caducar
- Elaboración de cronogramas y horarios
- Evaluación de cumplimiento de horarios y normas del recurso humano
- Revisión de inventario
- Pago de facturas y recibos

2.8.6.2. Químico Farmacéutico

- Revisión del buen manejo y registro de fecha de vencimiento.
- Hacer cumplir las normas de recepción, almacenamiento, dispensación y distribución.
- Vigilar el cumplimiento de las normas técnicas de limpieza.
- Cumplir las disposiciones del Ministerio de Salud Pública.

2.8.6.3. Dependiente

- Apertura y cierre de caja
- Verificación de fechas de caducidad
- Realización de inventario
- Limpieza de perchas y establecimiento
- Ubicación de medicamentos en percha
- Verificación de la factura con producto físico
- Ordenar medicamentos por laboratorios y alfabéticamente
- Atención al cliente

2.9. Análisis FODA

Es una herramienta que nos permite realizar un cuadro de la situación actual de la organización de tal manera se podrá organizar los factores fuertes como débiles de manera interna y externa de la empresa con el fin de lograr un diagnóstico claro y exacto, permitiéndonos actuar con eficiencia y con eficacia. (Erazo, J, 2014)

2.9.1. Análisis interno

- **Debilidades:** se la puede considerar como un factor vulnerable o una actividad que realiza la organización de manera ineficiente la cual se considera como un factor débil.

- **Fortaleza**: son las facultades s especiales con las que cuenta la empresa con respecto a la competencia así como los recursos considerados valiosos y la misma capacidad competitiva de la organización

2.9.2. Análisis externo

- **Oportunidad:** constituyen los factores más fuertes positivos y beneficiosos a nivel externo, representando factores potenciales de crecimiento y mejora.

- **Amenaza:** representa los aspectos negativos y problemas potenciales a nivel externo pudiéndole afectar en la permanencia y existencia en el mercado

La matriz FODA es la base de varias matrices complementarias, ayudando a desarrollar correctamente un marco analítico y así formular las estrategias más adecuadas para un mejor desarrollo de la organización

Se pueden encontrar 2 tipos de matrices:

- Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)
- Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)

2.9.3. Matriz Foda

FORTALEZAS	DEBILIDADES
• Variedad de proveedores • Establecimiento regularizado • Horarios de atencion	• Nuevo en el sector • Escaso reconocimiento • Poco Capital

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
• Disminución de la Inflacción • Aumento del PEA • Buena Tecnologia • Factor ambiental • Factor Legal • Productos sustitutos	• Rivalidad entre competidores • Incremento Riesgo pais • Incremento de la tasa de interes activa • Incremento de Desempleo • Nuevos Competidores

Ilustración Nº 11. Análisis Interno y Externo. Elaborado por Jessica Chimbo

2.9.4. Matriz MEFE

Tabla Nº 8. Matriz MEFE.

MTRIZ MEFI			
	PESO	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERDA
FORTALEZA			
Variedad de proveedores	0,2	3	0,6
Establecimiento regularizado	0,15	2	0.3
Horarios de atención	0,2	3	0,6
SUBTOTAL	0,55		1,5
DEBILIDADES			
Nuevo en el sector	0,17	3	0,51
Escaso reconocimiento	0,18	3	0,36
Poco capital	0.10	2	0.20
Subtotal	0,45		1.07
TOTAL	1		2,57

Nota: Matriz MEFE. Elaborado por Jessica Chimbo

Realizando el análisis de la matriz MEFI, se pudo obtener una calificación ponderada 1.07 puntos en debilidades y un puntaje de 1.5 favorable en fortalezas, dando lugar a un total de 2.57 puntos. Este puntaje beneficioso se debe a la variedad de proveedores, cumplimiento de las leyes establecidas y por los horarios de atención que se va a brindar al público.

2.9.5. Matriz MEFI

Tabla Nº 9. Matriz MEFI

OPORTUNIDADES	PESO	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PODERADA
Disminución de la inflación	0,04	3	0,24
Incremento del PEA	0,04	1	0,08
Buena tecnología	0,15	2	0,4
Factor Legal	0,1	1	0,2
Productos sustitutos	0,06	1	0,06
Factor ambiental	0,11	2	0,4
SUBTOTAL	0,5		1,38
AMENAZAS			
Rivalidad entre competidores	0,11	3	0,33
Incremento Riesgo País	0,11	2	0,22
Nuevos Competidores	0,06	1	0,06
Incremento tasa de interés activa	0,06	1	0,06
Incremento de desempleo	0,06	2	0,12
SUBTOTAL	0,40		0,79
TOTAL	1		2,17

Nota: Matriz MEFI. Elaborado por Jessica Chimbo

Se pudo obtener una calificación ponderada de 0.79 puntos en amenazas y un puntaje de 1.38 puntos favorables en oportunidades, dando lugar a un total de 2.17. Lo que indica que existen más oportunidades de abrir el establecimiento

3. CAPITULO III

3.1. Análisis del consumidor

En una publicación realizada por la (Universidad Interamericana para el Desarrollo) con el tema: Análisis del Consumidor.

El consumidor al momento de hacer compras tiene que tomar algunas decisiones bajo diferentes circunstancias. La conducta del consumidor es amplia e insegura. A pesar que los consumidores son diferentes existen elementos en común que permiten identificar los principales elementos involucrados en el proceso de decisión de compra. (pág. 2)

Según la UNID define al comportamiento del consumidor como "los actos, procesos y relaciones sociales mantenidas por individuos, grupos y organizaciones para la adquisición de productos y servicios" (pág. 4)

El consumidor a la hora de sus compras adquiere información sobre productos, servicios que brindan, precios, preferencias y promociones, con la finalidad de elegir de acuerdo a sus necesidades.

3.1.1. Determinación de la población y Muestra

Población

Sector La Ecuatoriana: 28479 Integrantes de una familia: 4 PEA: 50%

$$\frac{28479}{4} = 7119.75 \times 50\% = 3559$$

Análisis

El sector la Ecuatoriana cuenta con 28479 habitantes, de los cuales un 50% corresponden al PEA y un hogar integrado por 4 personas. Con estos datos se calcula la muestra, obteniendo que los posibles consumidores sean 3559 personas.

3.1.2. Muestra

Tabla Nº 10. Muestra

DATOS	VARIABLES
Población de la muestra	n= ?
Tamaño de la población	N= 3559
Nivel de confianza	Z= 1,96
Probabilidad a favor	p= 0,5
Probabilidad en contra	q= 0,5
Nivel de error	e= 0,05

Nota: Datos de la Muestra Elaborado por: Jessica Chimbo

Fórmula de la muestra

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

$$n = \frac{(1.96^2) * (0.5) * (0.5) * 3559}{(0{,}05^2) * (3559 - 1) + (1.96^2) * (0{,}5) * (0{,}5)}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.5 * 0.5 * 3559}{(0{,}0025 * 3558) + 3.8416 * (0{,}5 * 0{,}5)}$$

$$n = \frac{3.418{,}0636}{(8.895) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{3.418.0636}{9.8554}$$

$$\text{n} = 346 \text{ Encuestas}$$

Análisis

Para realizar el estudio de mercado se ha aplicado la fórmula de la muestra finita, en la que se ha considerado que el tamaño de la población es de 3559, dando como resultado óptimo de 346 encuestas para realizar el estudio de mercado.

3.1.3. Obtención de la información

Para obtener la información es indispensable un herramienta, en el proyecto es la encuesta y se según el Diccionario de la Real Academia (2014) es el "conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa de grupos sociales, para averiguar de opinión o conocer otras cuestiones que les afecten"

Encuesta

Pregunta 1: ¿En qué farmacia compra con mayor frecuencia?

Tabla Nº 11. Pregunta 1

FARMACIAS	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
FarmaBarrio	237	68.20
Su salud	109	31.50

Nota: Pregunta 1. Elaborado por: Jessica Chimbo

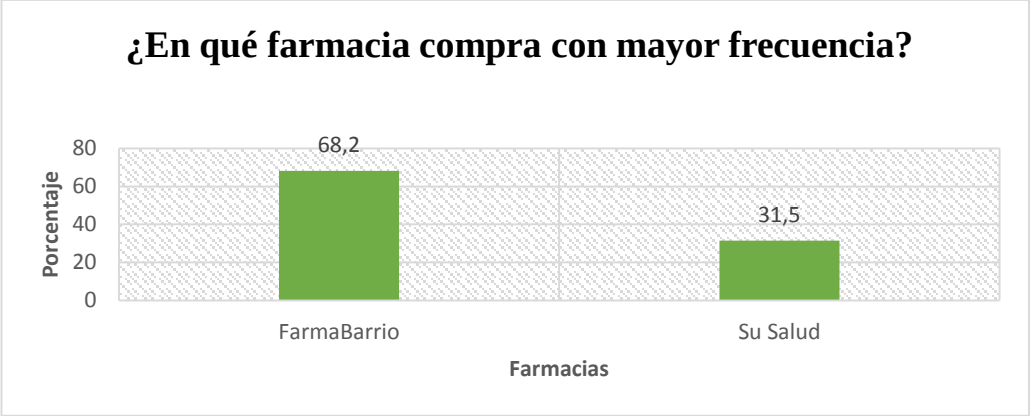

Figura Nº 7. Resultado de la encuesta. Elaborado por Jessica Chimbo

Análisis

Se ha determinado que gran parte de los encuestados acude con mayor frecuencia a dos farmacias, con un 68.20% a la farmacia "FarmaBarrio", y un 31.50% farmacia "Su Salud". Lo que señala como una amenaza para "Trébol Farma".

Pregunta 2; ¿Con que frecuencia acude a la farmacia?

Tabla Nº 12. Pregunta 2

FRECUENCIA	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Semanal	53	15,31
Quincenal	158	45,66
Mensual	135	39,01

Nota: Pregunta 2. Elaborado por: Jessica Chimbo

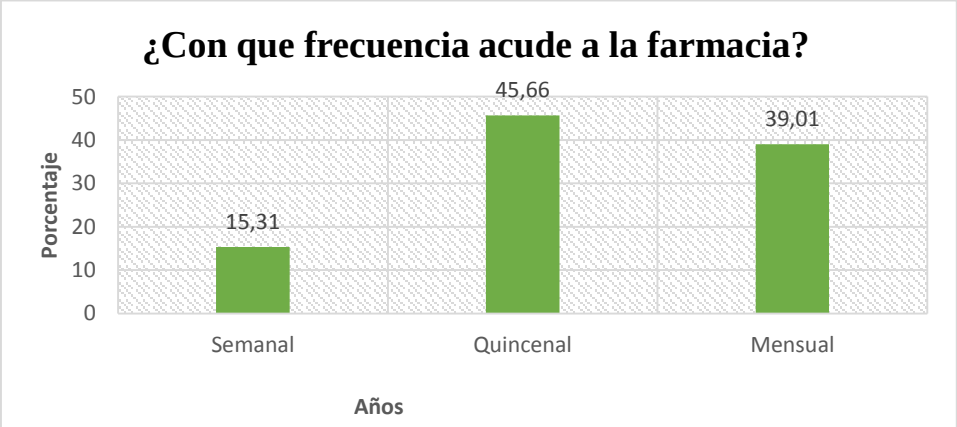

Figura Nº 8. Resultado de la Encuesta. Elaborado por Jessica Chimbo

Análisis

La encuesta indicó que un 45.66% de ciudadanos compran quincenal siendo el porcentaje más alto, seguido por el 39.01% que compran mensualmente y un 15.31% compran semanalmente. Lo que ubica a la farmacia como una oportunidad por la frecuencia de adquisición de los fármacos.

Pregunta 3: ¿Qué medicamentos elige a la hora de realizar su compra?

Tabla Nº 13. Pregunta 3

MEDICAMENTOS	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Genéricos	249	71.97
Marca	97	28.03

Nota: Pregunta 3. Elaborado por: Jessica Chimbo

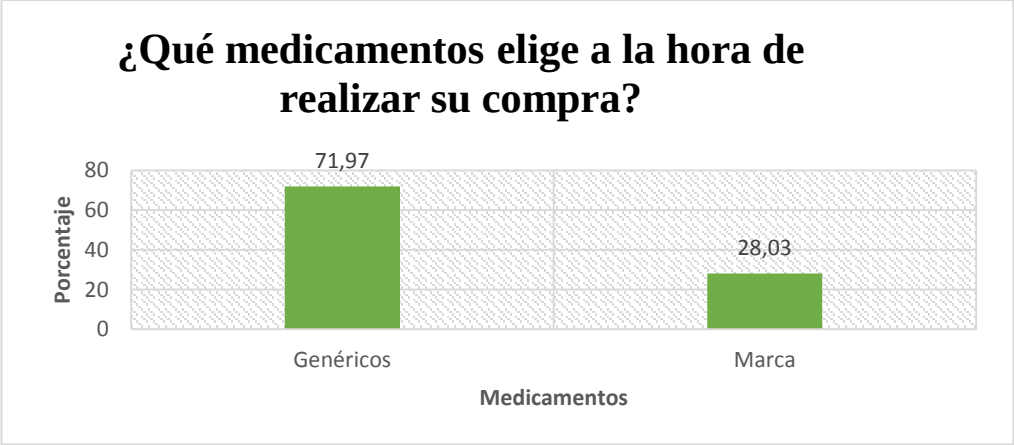

Figura Nº 9. Resultado de la Encuesta. Elaborado por Jessica Chimbo

Análisis

El 71.97% de la población opta por comprar medicamentos genéricos por los elevados costos del medicamentos de marca, a pesar de ello el 28.03% de la población prefiere los de marca.

Pregunta 4: ¿Cuál es el promedio de sus compras?

Figura Nº 10. Pregunta 4

COMPRAS	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Menor a $10	108	31.21
Menor de $20	217	62.72
Menor de $30	21	6.07

Nota: Pregunta 4. Elaborado por: Jessica Chimbo

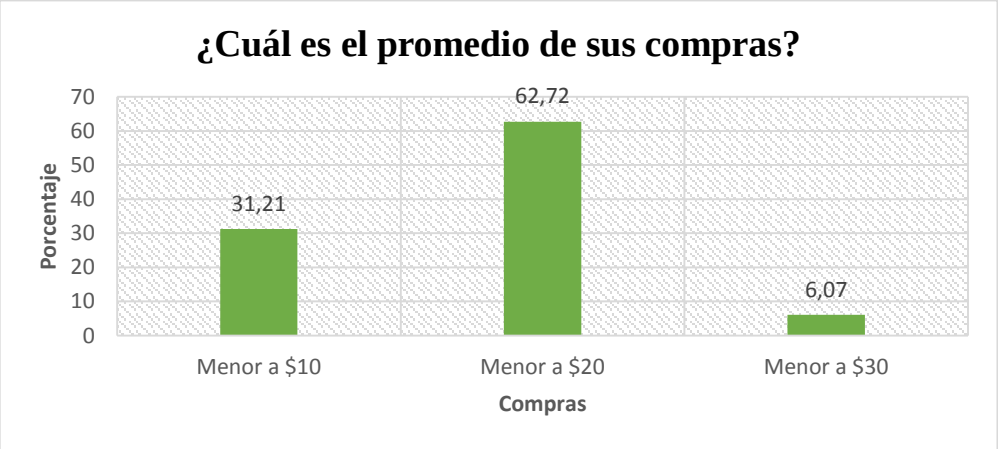

Figura Nº 11. Resultado de la encuesta. Elaborado por Jessica Chimbo

Análisis

El porcentaje más alto es de 62.72% que representa a compras menor a $20, el 31.21% simboliza a compras menores a $10 y un 6.07% son compras menores de $30.

Pregunta 5: ¿Por qué razón compra en la farmacia que frecuenta?

Figura Nº 12. Pregunta 5

ATRACTIVOS	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Descuentos	74	21.39
Precios	141	40.75
Programas de medicación	28	8.09
Por su cercanía	103	29.77

Nota: Pregunta 5. Elaborado por: Jessica Chimbo

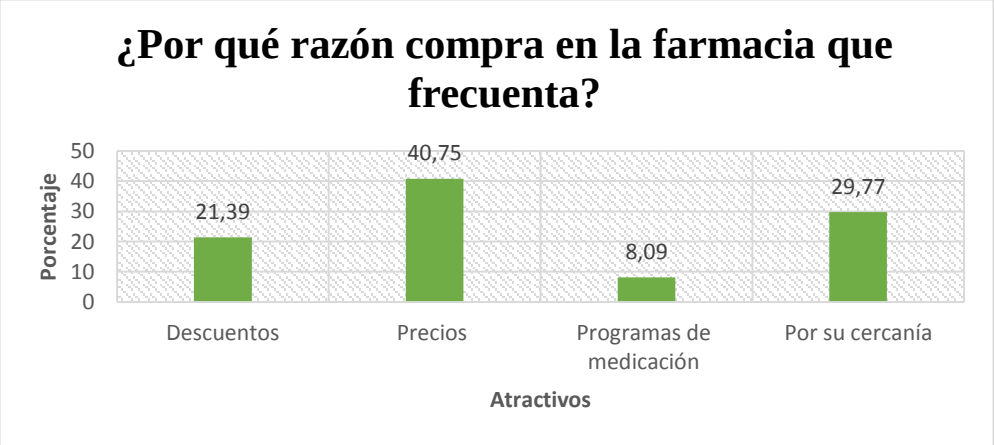

Figura Nº 13. Resultado de la Encuesta

Análisis

La razón por la que la mayoría de consumidores compran en la farmacia que frecuentan es por los precios representando el 40.75%, en cambio el 29.77% compran por la cercanía de la farmacia, seguido del 21.39% por los descuentos que se brinda y por último el 8.09% compran por los programas de medicación continua.

Pregunta 6: ¿Qué atributos toma en cuenta de una farmacia?

Tabla Nº 14. Pregunta 6

ATRIBUTOS	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Atención al cliente	114	32.95
Variedad de productos	93	26.88
Precios accesibles	139	40.17

Nota: Pregunta 6. Elaborado por: Jessica Chimbo

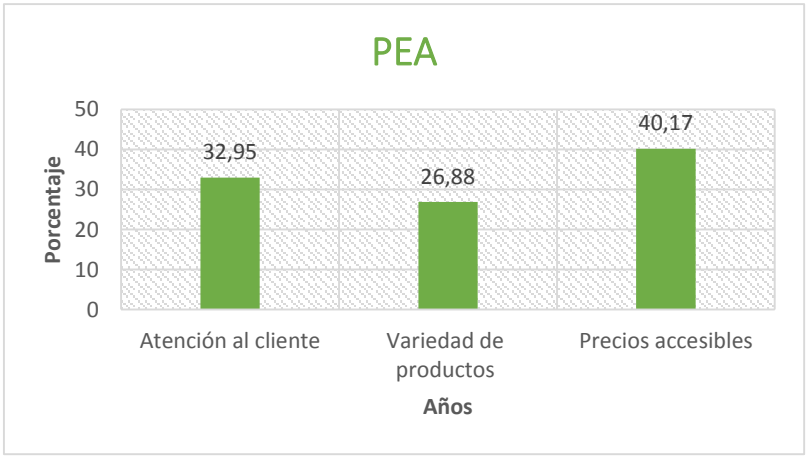

Figura Nº 14. Resultado de la Encuesta

Análisis

Se analizado que el 40.17% de la población a la hora de realizar sus compras toma en cuenta que los precios sean bajos, seguido por la atención que se brinda representando un 32.95% y por último el 26.88% busca variedad de productos.

Pregunta 7: ¿A la hora de realizar la compra, lo hace mediante receta o recomendación?

Tabla Nº 15. Pregunta 7

COMPRAS	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Receta	130	37.57
Recomendación	216	62.43

Nota: Pregunta 7. Elaborado por: Jessica Chimbo

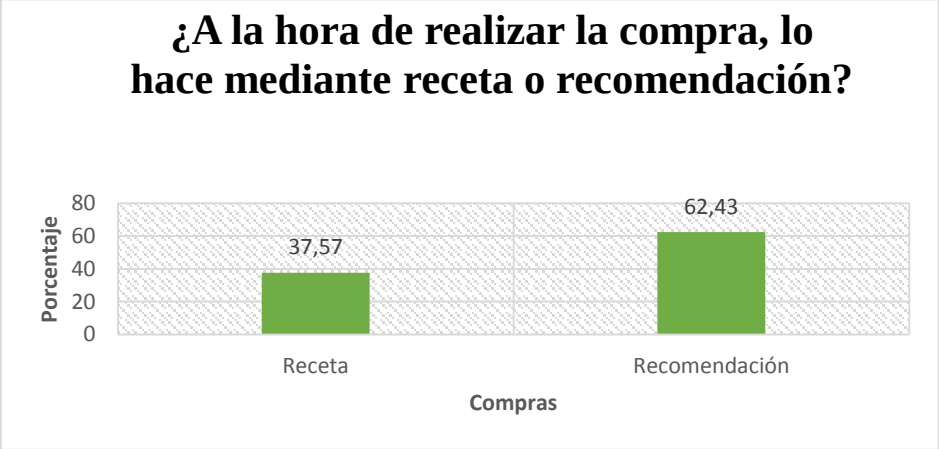

Figura Nº 15. Resultado de la Encuesta. Elaborado por Jessica Chimbo

Análisis

Se concluyó que de los 346 encuestados, el 62.43% de la población compra medicación mediante recomendación y un solo 37.57% lo hace con receta médica. Resultando una oportunidad para "Trébol Farma".

Pregunta 8: ¿A la hora de comprar productos para el bienestar de su Salud por cuales opta?

Tabla Nº 16. Pregunta 8

PRODUCTOS	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Fármacos	308	89.02
Medicina Natural	38	10.98

Nota: Pregunta 8. Elaborado por: Jessica Chimbo

Figura Nº 16. Resultado de la Encuesta

Análisis

Se ha determinado que el 89.02% de la población adquiere productos farmacéuticos y un 10.98% prefiere productos naturales, indicando que es una oportunidad de mercado

Pregunta 9: ¿Cuál es el beneficio más importante que debe ofrecer Trébol Farma?

Tabla Nº 17. Pregunta 9

BENEFICIOS	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Buena Atención	173	50.00
Horario 24h	87	24.15
Variedad de productos	54	15.61
Calidad de productos	32	9.25

Nota: Pregunta 9. Elaborado por: Jessica Chimbo

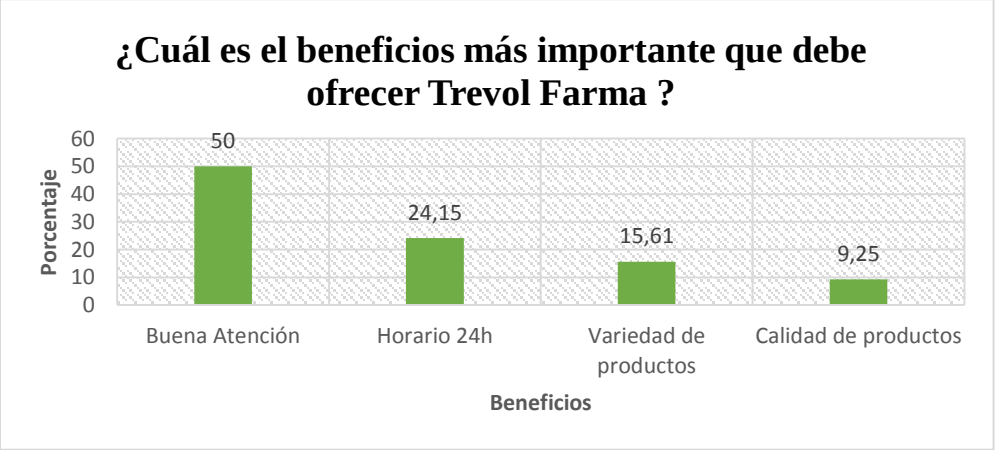

Figura Nº 17. Resultado de la encuesta. Elaborado por Jessica Chimbo

Análisis

El 50% de los pobladores del barrio los cóndores buscan recibir una buena atención, seguido por el 24.15% que son horarios de 24h, del mismo modo un 15.61% busca variedad de productos y por último el 9.25% requiere calidad de productos.

Pregunta 10: ¿Está de acuerdo con la apertura de la Farmacia?

Tabla Nº 18. Pregunta 10

BENEFICIOS	Nº ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	319	92,20
No	27	7,80

Nota: Pregunta 10. Elaborado por: Jessica Chimbo

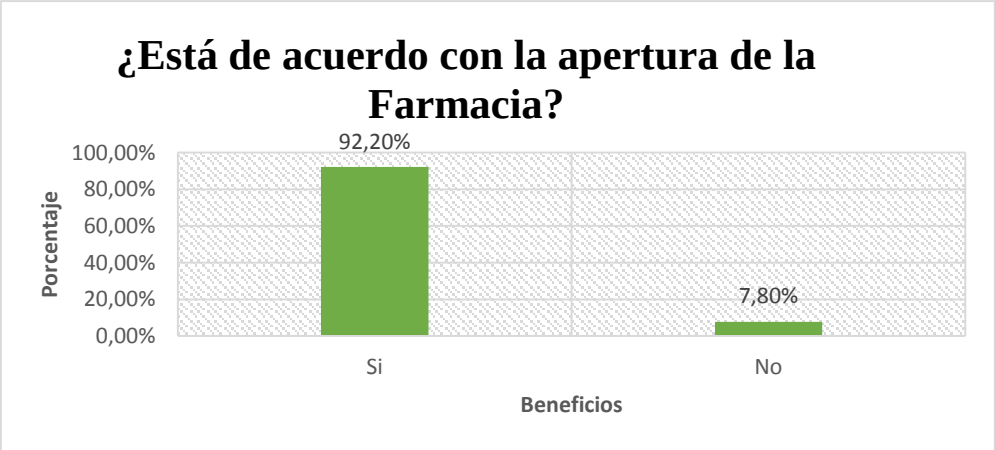

Figura Nº 18. Resultado de la encuesta. Elaborado por Jessica Chimbo

Análisis

El 92.20% de los pobladores del barrio los cóndores están de acuerdo con una farmacia en el sector y un solo 7.80% está en contra.

3.2. Oferta

3.2.1. Oferta Histórica

Tabla Nº 19. Oferta Histórica

OFERTA HISTORICA		
AÑOS	PORCENTAJE	OF. HISTORICA
2011	1,6	$ 769.078,66
2012	1,9	$ 781.383,92
2013	1,7	$ 796.230,21
2014	2,65	$ 809.766,12
2015	2,7	$ 831.224,93

Nota: Oferta histórica. Elaborado por: Jessica Chimbo

Análisis

Para calcular la oferta histórica se ha tomado en cuenta la oferta actual anual del 2016 con el PIB del 2015 hasta el 2011 del sector salud.

3.2.2. Oferta actual

Tabla Nº 20. Oferta Actual

OFERTA ACTUAL			
FARMACIAS	DIARIO	MENSUAL	ANUAL
Farmabarrio	$ 1.443,40	$ 43.302,00	$ 519.624,00
Farmacia Su Salud	$ 927,90	$ 27.837,00	$ 334.044,00
TOTAL	$ 2.371,30	$ 71.139,00	$ 853.668,00

Nota: Oferta Actual. Elaborado por: Jessica Chimbo

Análisis

En la oferta actual se ha tomado en cuenta 2 competencias, la farmacia FarmaBarrio con $519.624 y la farmacia Su salud con $334.044,00 ventas anuales.

3.2.3. Oferta proyectada

Tabla Nº 21. Oferta Proyectada

OFERTA PROYECTADA		
AÑOS	PIB	OF.PROYECTADA
2017	2,11	$ 871.680,39
2018	2,11	$ 890.072,85
2019	2,11	$ 908.853,39
2020	2,11	$ 928.030,19
2021	2,11	$ 947.611,63

Nota: Oferta Proyectada. Elaborado por: Jessica Chimbo

Análisis

Para el cálculo de la oferta proyectada se ha utilizado la oferta actual del 2016 con la media ponderada del PIB desde el 2011 hasta el 2015.

3.3. Demanda

3.3.1. Demanda histórica

Tabla Nº 22. Demanda Histórica

DEMANDA HISTORICA		
AÑOS	% CRECIMIENTO	D. HISTORICA
2011	1,44	$ 1.518.491,26
2012	1,42	$ 1.540.357,53
2013	1,40	$ 1.562.230,61
2014	1,37	$ 1.584.101,84
2015	1,9	$ 1.605.804,04

Nota: Demanda histórica. Elaborado por: Jessica Chimbo

Análisis

Se hizo el cálculo mediante la demanda actual del 2016 con el porcentaje del crecimiento poblacional del 2015 hasta 2011 obteniendo la demanda histórica.

3.3.2. Demanda actual

Tabla Nº 23. Demanda Actual

DEMANDA ACTUAL		
DETALLE	**MENSUAL**	**ANUAL**
Posible consumidores	$ 43.590,63	$ 523.087,58
	$ 65.001,58	$ 780.018,91
	$ 27.767,32	$ 333.207,82
Promedio de consumo	$ 20,00	-
Total consumo	$ 136.359,53	$ 1.636.314,31

Nota: Demanda Actual. Elaborado por: Jessica Chimbo

Análisis

Para la demanda actual se tomó en cuenta la población de 3.559 y el promedio de consumo de los posibles clientes de $20.00, por lo que se obtuvo una demanda mensual de $136.359,53 y una demanda anual de $ 1.636.314,31

3.4. Demanda Proyectada

Tabla Nº 24. Demanda Proyectada

DEMANDA PROYECTADA		
AÑOS	% CRECIMIENTO	D. PROYECTADA
2017	1,50	$ 1.660.859,03
2018	1,50	$ 1.685.771,91
2019	1,50	$ 1.711.058,49
2020	1,50	$ 1.736.724,37
2021	1,50	$ 1.762.775,23

Nota: Demanda Proyectada. Elaborado por: Jessica Chimbo

Análisis

La demanda proyectada del 2017 al 2021 se determinó mediante la demanda actual del 2016 y la media ponderada del porcentaje del crecimiento poblacional del 2012 al 2015.

3.5. Balance Oferta Demanda

3.5.1. Balance Actual

Tabla Nº 25. Balance actual

Oferta	$ 853.668,00
Demanda	$ 1.636.314,31
D. Insatisfecha	-$ 782.646,31

Nota: Balance Actual. Elaborado por: Jessica Chimbo

Análisis

En el balance actual se obtuvo una oferta de $853.668,00 y una demanda de $1.636.314,31indicando que tenemos una demanda superior a la oferta, dando una Demanda Insatisfecha de – 782.646,31 lo que indica que existe una Oportunidad.

3.6. Demanda del proyecto

Tabla Nº 26. Demanda del Proyecto

Demanda insatisfecha	-$ 782.646,31
Porcentaje de aceptación	30,73%
Demanda del proyecto	$ 240.507,21

Nota: Demanda del Proyecto. Elaborado por: Jessica Chimbo

Análisis

Para calcular la demanda del proyecto se debe tomar la demanda insatisfecha de $782.646,31 y el porcentaje de aceptación del 30.73%, obteniendo que la demanda del proyecto es de $ 240.507,21

3.7. Balance del proyecto

Tabla Nº 27. Balance del Proyecto

AÑOS	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA	VENTAS
2016	$ 853.668,00	$ 1.636.314,31	-$ 782.646,31	$ 240.507,21
2017	$ 871.680,39	$ 1.660.859,03	-$ 789.178,63	$ 242.514,59
2018	$ 890.072,85	$ 1.685.771,91	-$ 795.699,06	$ 244.518,32
2019	$ 908.853,39	$ 1.711.058,49	-$ 802.205,10	$ 246.517,63
2020	$ 928.030,19	$ 1.736.724,37	-$ 808.694,17	$ 248.511,72
2021	$ 947.611,63	$ 1.762.775,23	-$ 815.163,60	$ 250.499,77

Nota: Balance del Proyecto. Elaborado por: Jessica Chimbo

Análisis

Se puede determinar que en los próximos años 2017 - 2021 existe una demanda insatisfecha, lo que indica que la farmacia podrá permanecer en el mercado.

CAPITULO IV

Tamaño del proyecto

4.1. Capacidad instalada

Según un documento del INEC "capacidad instalada se refiere a la disponibilidad e infraestructura que permite a una empresa producir determinados niveles de bienes o servicios en un periodo determinado" (pág.7)

4.2. Capacidad optima

La capacidad óptima se refiere a la estructura más conveniente, disponiendo de una dimensión correcta, permite el buen funcionamiento de la empresa. (Enciclopedia de economía, 2009)

Tabla Nº 28. Capacidad Óptima

DETALLE	CANTIDAD	V.UNITARIO	V.TOTAL
Alarma	1	$ 80,00	$ 80,00
Escritotio en L	1	$ 240,00	$ 240,00
Vitrinas	2	$ 200,00	$ 400,00
Computadora	2	$ 370,00	$ 740,00
Dispensador de agua	1	$ 20,00	$ 20,00
Escritorio	1	$ 45,00	$ 45,00
Espejo	2	$ 70,00	$ 140,00
Extintor	1	$ 40,00	$ 40,00
Lamparas fluorescentes	3	$ 55,00	$ 165,00
Lector de barras	2	$ 110,00	$ 220,00
Facturador	2	$ 225,00	$ 450,00
Otros articulos	6	$ 14,75	$ 88,50
Perchas	8	$ 95,00	$ 760,00
Refrigerador	1	$ 230,00	$ 230,00
Rotulo grande	1	$ 150,00	$ 150,00
Rotulo pequeño	1	$ 45,00	$ 45,00
Silla de Oficina	1	$ 25,00	$ 25,00
Software	1	$ 1.500,00	$ 1.500,00
Taburete	1	$ 45,00	$ 45,00
Telefono	1	$ 45,00	$ 45,00
Termometro	1	$ 2,00	$ 2,00
Basurero	2	$ 3,00	$ 6,00
TOTAL	**42**	$ 3.609,75	**$ 5.436,50**

Nota: Capacidad Óptima. Elaborado por: Jessica Chimbo

4.3. Número de Trabajadores

Tabla Nº 29. Número de Trabajadores

PERSONAL	NUMERO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
Químico farmacéutico	1	$ 400,00	$ 4.800,00
Dependiente	1	$ 366,00	$ 4.392,00
TOTAL	2	$ 766,00	$ 9.192,00

Nota: Personal. Elaborado por: Jessica Chimbo

4.4. Presupuesto de Mano de Obra

Tabla Nº 30. Presupuesto de Mano de Obra

Presupuesto de Mano de	Químico Farmacéutico	Administrador y Dependiente
SALARIO	$ 400,00	$ 366,00
Aporte Personal 9.45%	$ 37,80	$ 34,59
Aporte patronal 12,15	$ 48,60	$ 44,47
Décimo tercero	$ 33,33	$ 30,50
Décimo cuarto	$ 30,50	$ 30,50
Vacaciones	$ 16,67	$ 15,25
Fondos de reserva	$ -	$ -
Total mensual	**$ 529,10**	**$ 486,72**
Total anual	**$ 6.349,20**	**$ 5.840,63**
Total Salario Mensual	**$**	**1.015,82**
Total Salario Anual	**$**	**12.189,83**

Nota: Presupuesto de Mano de Obra. Elaborado por: Jessica Chimbo

Tabla Nº 31. Sueldos Históricos

Años	Sueldo	Porcentaje
2012	$292,00	10,61
2013	$318,00	8,90
2014	$340,00	6,92
2015	$354,00	4,12
2016	$366,00	3,39
TOTAL		33,94
Media		6,79

Nota: Sueldos Históricos. Elaborado por: Jessica Chimbo

Tabla Nº 32. Proyección Sueldo

		Proyección de Sueldo			
Años	Porcentaje	Mensual	Anual	Mensual	Anual
2017	6,79	562,42	6749,04	517,21	6206,48
2018	6,79	600,61	7207,30	552,31	6627,73
2019	6,79	641,39	7696,68	589,80	7077,56
2020	6,79	684,94	8219,28	629,83	7557,93
2021	6,79	781,11	9373,35	672,57	8070,90

Nota: Sueldos Proyectados. Elaborado por: Jessica Chimbo

4.5. Localización

4.5.1. Macro localización

Ilustración Nº 12. Macro Localización

Análisis

Para la creación de la farmacia "Trébol Farma" se ha designado ubicar en la Provincia de Pichincha, Cantón Quito

4.5.2. Micro localización

Ilustración Nº 13. Micro Localización. Fuente: Google maps

Análisis:

La farmacia "Trébol Farma" se encuentra ubicada a 11 min del Terminal Quitumbe, su avenida principal es la Martha Bucaram y 17 de Mayo, Barrio los Cóndores.

4.6. Meso Localización

Tabla Nº 33. Tabla de Ponderación

4	Muy Significativo
3	Significativo
2	Poco Significativo
1	Nada Significativo

Nota: Tabla de ponderación. Elaborado por: Jessica Chimbo

Tabla Nº 34. Análisis de sectores

OBSERVACIONES	Sectores		
	Sesqui Centenario	Martha Bucaram	Ciudadela Ibarra
Accesibilidad	4	3	3
Nivel de Competencia	2	2	2
Demanda	4	3	2
Reconocimiento	3	3	2
Espacio Físico	3	2	2
Proveedores	3	3	3
TOTAL	19	16	14

Nota: Tabla de ponderación. Elaborado por: Jessica Chimbo

Análisis

Realizando el análisis de la Meso Localización entre tres sectores del Sur de Quito, se ha determinado el sector Sesqui Centenario tiene factores positivos que influye en la factibilidad para la creación de la Farmacia como lo es la buena accesibilidad, la alta demanda, el reconocimiento que existe y la cantidad de proveedores que visitan las farmacias del sector.

4.7. Localización Óptima

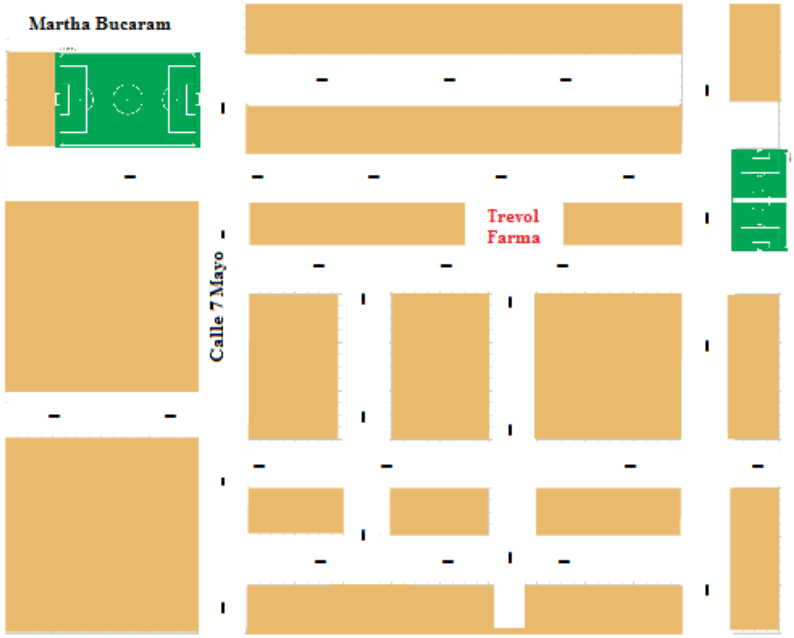

Ilustración Nº 14. Localización Óptima

Análisis

El establecimiento “Trébol Farma” se encuentra ubicado en el Barrio Los Cóndores, en la calle 17 de Mayo y Calle OE-10E, debido al análisis sectorial que se realizó entre tres sectores influyentes, indicando que el más conveniente era el sector Sesqui Centenario por alta accesibilidad, demanda, reconocimiento y por la cantidad de proveedores que acuden al sector.

4.8. Ingeniería Del producto

Definición de bienes y Servicios

En una publicación (Nañez) menciona que los bienes y servicios se generan de diversas actividades económicas y son necesarios para satisfacer las necesidades del consumidor. Su diferencia es que los bienes son tangibles y los servicios son intangibles.

4.8.1. Distribución de la planta

4.8.1.1. Área de almacenamiento:

Según Palacios, J. manifiesta que el área de almacenes "tiene como objetivo optimizar un área logística funcional que actúa en dos etapas de flujo como lo son el abastecimiento y la distribución física, constituyendo por ende la gestión de una de las actividades más importantes para el funcionamiento de una organización."

4.8.2. Área de Administración

Esta área es la encargada de planificar, organizar, dirigir y controlar el funcionamiento adecuado de la farmacia, referente a lo financiero, administrativo y personal. (Thompson, 2008)

4.8.3. Área de dispensación

Es el lugar donde un dependiente de farmacia proporciona o entrega los fármacos correctos que se indica en la receta, la cual está prescrita por un profesional autorizado. (AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA, 2015)

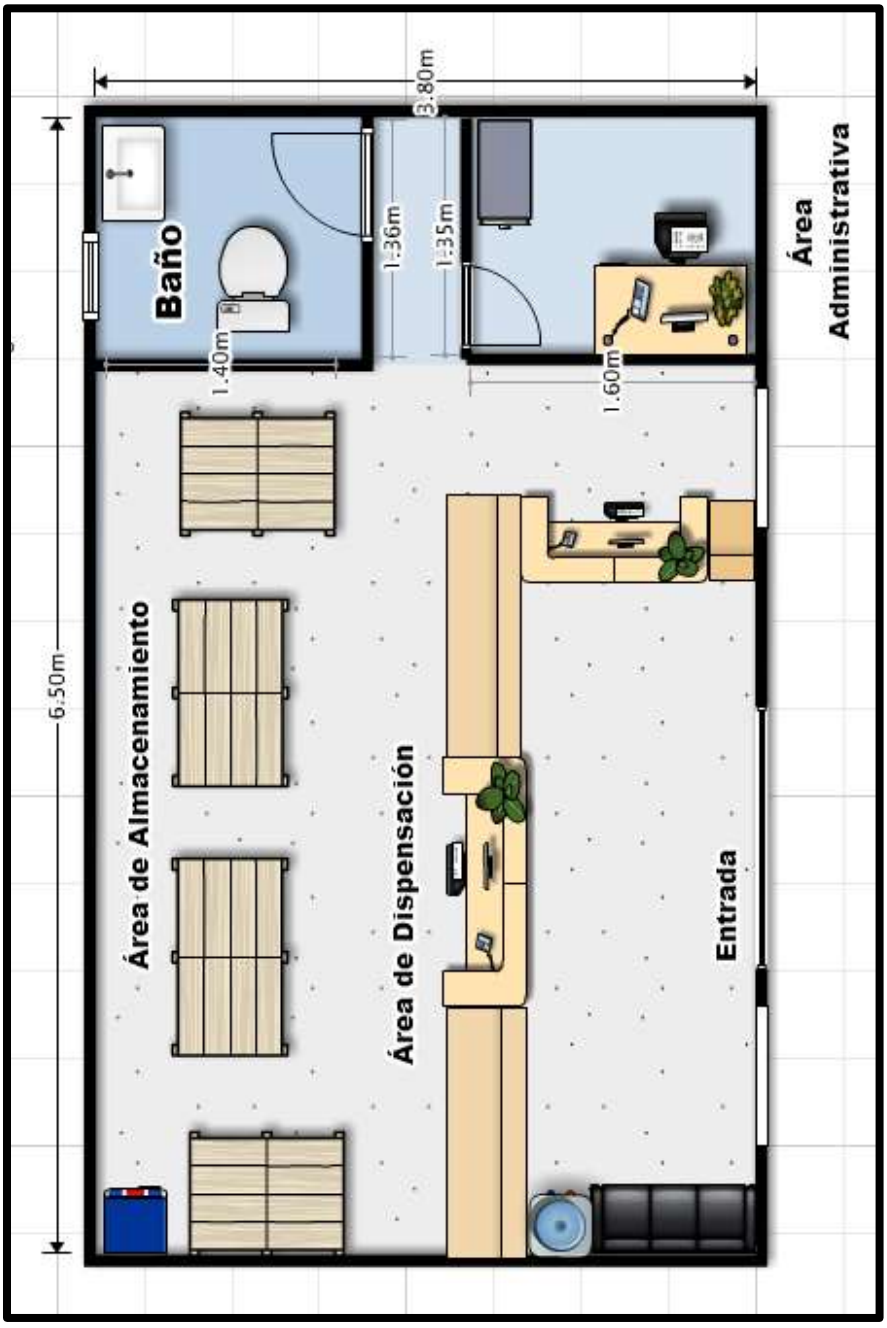

Ilustración Nº 15. Distribución de la Planta

4.9. Proceso de Comercialización

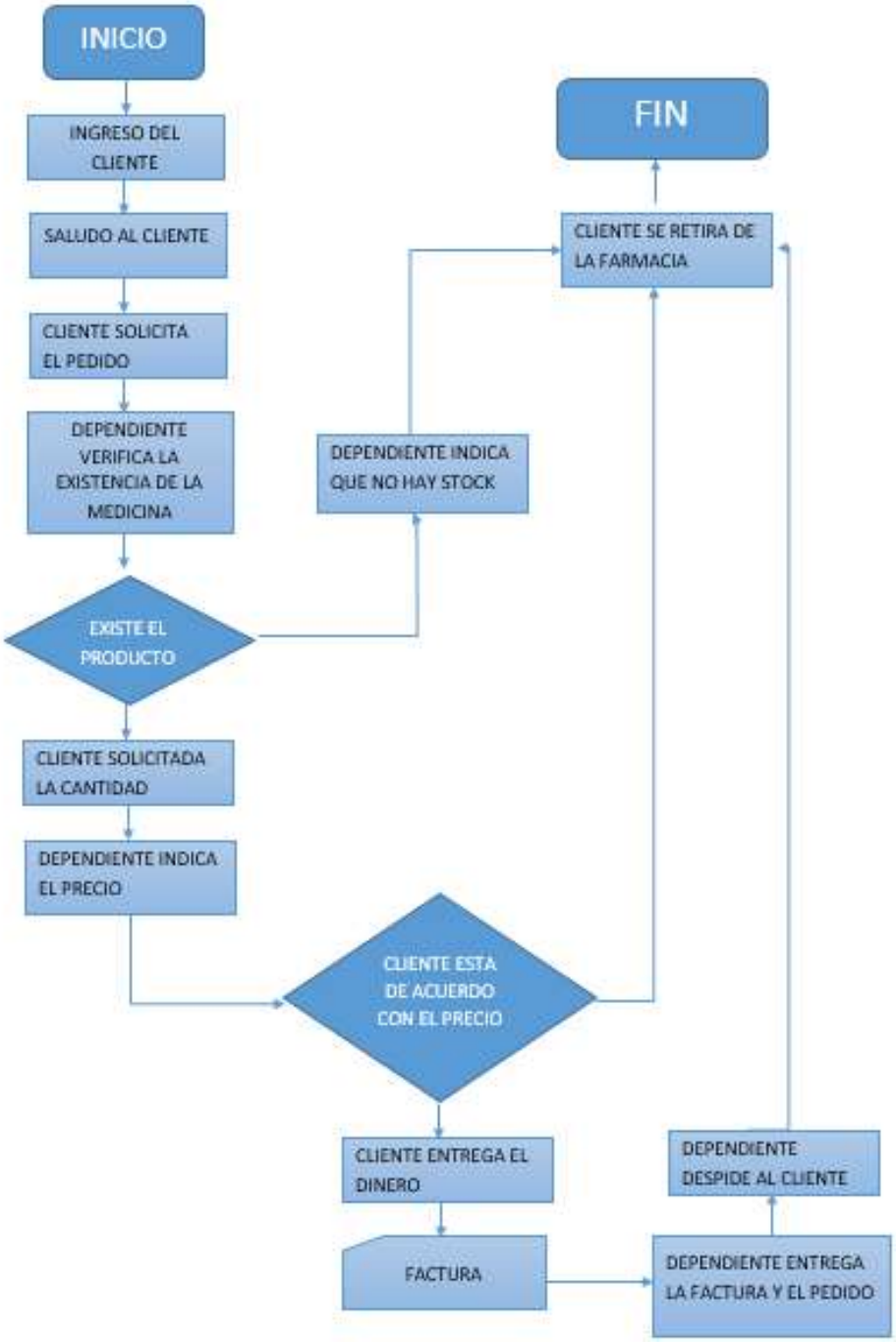

Ilustración Nº 16. Proceso de Comercialización

4.10. Maquinaria y equipos

Maquinaria

El establecimiento Farmacéutico "Trébol Farma" no cuenta con maquinaria, porque únicamente se dedica a la comercialización y expendio de fármacos.

Equipos

Los equipos que requiere la farmacia "Trébol Farma" son los siguientes:

Tabla Nº 35. Equipos de Computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	CANT.	V. UNIT	V. TOTAL
Computadora	2	$350,00	$ 700,00
Lector de Barras	1	$ 110,00	$ 110,00
Facturador	2	$150,00	$ 300,00
TOTAL	**5**	**$ 610,00**	**$ 1.110,00**

Nota: Equipos de Computación. Elaborado por: Jessica Chimbo

Tabla Nº 36. Equipos de Oficina

EQUIPOS DE OFICINA	CANT.	V. UNIT	V. TOTAL
Dispensador de agua	1	$20,00	$20,00
Termometro Ambiental	1	$2,00	$2,00
Alarma	1	$350,00	$350,00
Sensor de humo fotoelectrico	1	$20,00	$20,00
Extintor	1	$40,00	$40,00
Telefono	1	$45,00	$45,00
TOTAL	**6**	**$ 477,00**	**$ 477,00**

Nota: Equipos de Oficina Elaborado por: Jessica Chimbo

Tabla Nº 37. Equipos de Computación

MUEBLES Y ENSERES	CANT.	V. UNIT	V. TOTAL
Perchas	8	$80,00	$640,00
Vitrinas	2	$120,00	$200,00
Refrigerador	1	$250,00	$250,00
Silla de Oficina	1	$50,00	$50,00
Escritorio	1	$40,00	$45,00
Total Anual	**13**	**$ 540,00**	**$ 1.185,00**

Nota: Muebles y Enseres Elaborado por: Jessica Chimbo

CAPITULO V

5.1. Ingresos

Son las ganancias monetarias o no monetarias que llegan a formar parte del presupuesto de una empresa o individuo. (Enciclopedia de la economía, 2016)

5.1.1. Ingresos operacionales

Los ingresos operacionales es la ganancia que se genera la actividad a la que se dedica la empresa, en este caso es el expendio de fármacos.

5.1.2. Ingresos no operacionales

El establecimiento no cuenta con ingresos no operacionales, ya que solo expende medicamentos para la salud.

5.2. Costos

Los costos es el importe que se debe pagar por concepto de la inversión total de un bien o servicio, en la que se tiene en cuenta la materia prima, mano de obra directa e indirecta (ABC, 2016)

5.2.1. Costos directos

Los costos directos se relacionan con el rubro que se debe pagar sobre el producto como es la mano de obra y la materia prima. (Ivnisky, 2015)

5.2.2. Costos indirectos

Son aquellos que influyen para que la actividad económica Dentro de los costos indirectos se incluyen todos aquellos en los que se incurren para producir, sin entrar en detalle qué proporción corresponde a cada unidad elaborada.

Tabla Nº 38. Costos Indirectos

Costos indirectos	Valor Mensual	Valor Anual
Utiles de aseo	$ 50,00	$ 600,00
suministros de oficina	$ 30,00	$ 360,00
Telefono/ Internet	$ 30,00	$ 360,00
TOTAL	**$ 110,00**	**$ 1.320,00**

5.3. Gastos administrativos

Los gatos administrativos se definen como los pagos que cada empresa de cancelar para que la entidad funcione correctamente. (Paredes, L. 2015)

Tabla Nº 39. Gastos administrativos

Gastos Administrativos	Valor total
Sueldo Quimico Farmaceutico	$ 6.349,20
Sueldo Administrador y Dependiente	$ 5.840,63
Dep. Eq. computacion	$ 370,00
Dep. Eq. oficina	$ 47,70
Dep.M y E	$ 118,50
Arriendo	$ 2.160,00
Servicios basicos	$ 720,00
Amor. Gts Constitución	$ 120,00
Amor. Patente	$ 60,00
Amor. Permisos Fun.	$ 100,00
Gastos Adm.	**$ 15.886,03**

5.4. Depreciación de Activos

DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE OFICINA

$$DEP = \frac{VC - VS}{t} = \frac{477 - 0}{10} = \$47{,}70$$

Tabla Nº 40. Depreciación de Equipos de Oficina

AÑOS	Depreciación	Dep. Acumulada	Valor en libros
0	$ 0,00	$ 0,00	$ 477,00
1	$ 47,70	$ 47,70	$ 429,30
2	$ 47,70	$ 95,40	$ 381,60
3	$ 47,70	$ 143,10	$ 333,90
4	$ 47,70	$ 190,80	$ 286,20
5	$ 47,70	$ 238,50	$ 238,50
6	$ 47,70	$ 286,20	$ 190,80
7	$ 47,70	$ 333,90	$ 143,10
8	$ 47,70	$ 381,60	$ 95,40
9	$ 47,70	$ 429,30	$ 47,70
10	$ 47,70	$ 477,00	$ 0,00

DEPRECIACION EQUIPOS DE COMPUTACION

$$DEP = \frac{VC - VS}{t} = \frac{1110 - 0}{3} = \$370{,}00$$

Tabla Nº 41. Depreciación de Equipos de Computación

AÑOS	Depreciación	Dep. Acumulada	Valor en libros
0	$ 0,00	$ 0,00	$ 1.110,00
1	$ 370,00	$ 90,00	$ 740,00
2	$ 370,00	$ 460,00	$ 370,00
3	$ 370,00	$ 830,00	$ 0,00

DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES

$$DEP = \frac{VC - VS}{t} = \frac{1185 - 0}{10} \quad \$\,118{,}50$$

Tabla Nº 42. Depreciación Muebles y Enseres

AÑOS	Depreciación	Dep. Acumulada	Valor en libros
0	$ 0,00	$ 0,00	$ 1.185,00
1	$ 118,50	$ 118,50	$ 1.066,50
2	$ 118,50	$ 237,00	$ 948,00
3	$ 118,50	$ 355,50	$ 829,50
4	$ 118,50	$ 474,00	$ 711,00
5	$ 118,50	$ 592,50	$ 592,50
6	$ 118,50	$ 711,00	$ 474,00
7	$ 118,50	$ 829,50	$ 355,50
8	$ 118,50	$ 948,00	$ 237,00
9	$ 118,50	$ 1.066,50	$ 118,50
10	$ 118,50	$ 1.185,00	$ 0,00

5.5. Gastos

5.5.1. Gastos financieros

El Establecimiento farmacéutico cuenta con un préstamo bancario del Banco Pichincha de un monto de $ 23000 con una tasa de interés del 4.5% a dos años plazos.

Tabla Nº 43. Gastos Financieros

AÑOS	CAPITAL	INTERÉS	PAGOS	CAP. PAGADO
1	$ 23.000,00	$ 86,25	$ 1.003,90	$ 917,65
2	$ 22.082,35	$ 82,81	$ 1.003,90	$ 921,09
3	$ 21.161,26	$ 79,35	$ 1.003,90	$ 924,54
4	$ 20.236,71	$ 75,89	$ 1.003,90	$ 928,01
5	$ 19.308,70	$ 72,41	$ 1.003,90	$ 931,49
6	$ 18.377,21	$ 68,91	$ 1.003,90	$ 934,99
7	$ 17.442,23	$ 65,41	$ 1.003,90	$ 938,49
8	$ 16.503,73	$ 61,89	$ 1.003,90	$ 942,01
9	$ 15.561,72	$ 58,36	$ 1.003,90	$ 945,54
10	$ 14.616,18	$ 54,81	$ 1.003,90	$ 949,09
11	$ 13.667,09	$ 51,25	$ 1.003,90	$ 952,65
12	$ 12.714,44	$ 47,68	$ 1.003,90	$ 956,22
13	$ 11.758,22	$ 44,09	$ 1.003,90	$ 959,81
14	$ 10.798,42	$ 40,49	$ 1.003,90	$ 963,41
15	$ 9.835,01	$ 36,88	$ 1.003,90	$ 967,02
16	$ 8.867,99	$ 33,25	$ 1.003,90	$ 970,64
17	$ 7.897,35	$ 29,62	$ 1.003,90	$ 974,28
18	$ 6.923,06	$ 25,96	$ 1.003,90	$ 977,94
19	$ 5.945,12	$ 22,29	$ 1.003,90	$ 981,61
20	$ 4.963,52	$ 18,61	$ 1.003,90	$ 985,29
21	$ 3.978,23	$ 14,92	$ 1.003,90	$ 988,98
22	$ 2.989,25	$ 11,21	$ 1.003,90	$ 992,69
23	$ 1.996,56	$ 7,49	$ 1.003,90	$ 996,41
24	$ 1.000,15	$ 3,75	$ 1.003,90	$ 1.000,15
	0	$ 1.093,59	$ 24.093,59	$ 23.000,00

5.6. Gastos de ventas

Para la venta de los productos farmacéuticos se necesita dar a conocer el establecimiento mediante medios publicitarios que detallen tanto los productos como los servicios que tiene la organización.

Tabla Nº 44. Gastos Ventas

Inauguración	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Globos	50	$ 0,10	$ 5,00
Equipo de Musica	1	$ 150,00	$ 150,00
Total mensual	51	$ 150,10	$ 155,00
Total anual	51	$ 1.801,20	$ 1.860,00

Tabla Nº 45: Publicidad

Publicidad	Q. Mensual	Valor unitario	Valor total
Tripticos	500	$ 0,25	$ 125,00
Accesorios (esferos)	500	$ 0,40	$ 200,00
Hojas volantes	1000	$ 0,15	$ 150,00
Total mensual	2000	$ 0,80	$ 475,00
Total Anual	**24000**	**$ 9,60**	**$ 5.700,00**

5.7. Inversión del proyecto

Para invertir en el proyecto es indispensable tener activos corrientes, fijos y diferidos.

5.7.1. Activos Corrientes

Tabla Nº 46. Activos Corrientes

Activo Corriente	
Caja	$ 1.255,82
Bancos	$ 2.300,00
Mercaderia	$ 44.092,99
TOTAL	**$ 47.648,81**

5.7.2. Activos Fijos

Tabla Nº 47. Activos Fijos

Activos fijos	
Muebles y enseres	$ 1.185,00
Equipos de oficina	$ 477,00
Eq. Computacion	$ 1.110,00
TOTAL	**$ 2.772,00**

5.7.3. Activos Diferidos

Tabla Nº 48. Activos Diferidos

Activos Diferido	Total
Patente municipal	$ 800,00
Permisos de funcionamiento	$ 126,32
TOTAL	**$ 926,32**

Tabla Nº 49. Balance General

"Trébol Farma"			
Balance General			
ACTIVOS		**PASIVOS**	
Activos corrientes		**Pas.corrientes**	
caja	$ 1.255,82		
bancos	$ 2.300,00		
mercaderia	$ 44.092,99		
Subtotal Act. Corr.	**$ 47.648,81**		
Activos fijos		**Pas. largo plazo**	$ 23.000,00
Muebles y enseres	$ 1.185,00		
Equipos de oficina	$ 477,00	Ob. Bancaria	$ 23.000,00
Eq. Computacion	$ 1.110,00		
Subtotal Act. Fijos	**$ 2.772,00**		
Activos diferidos		**Patrimonio**	**$ 28.347,13**
Patente municipal	$ 800,00		
Permisos Financiamiento	$ 126,32		
Sub. Act.Diferidos	**$ 926,32**	**Total Patrimonio**	**$ 28.347,13**
T. ACTIVOS	**$ 51.347,13**	**T. PAS+PAT**	**$ 51.347,13**

5.8. Fuentes de financiamiento

Tabla Nº 50. Financiamiento de la Inversión

Total Activos	$	51.347,13
Prestamo	$	23.000,00
Patrimonio	$	28.347,13

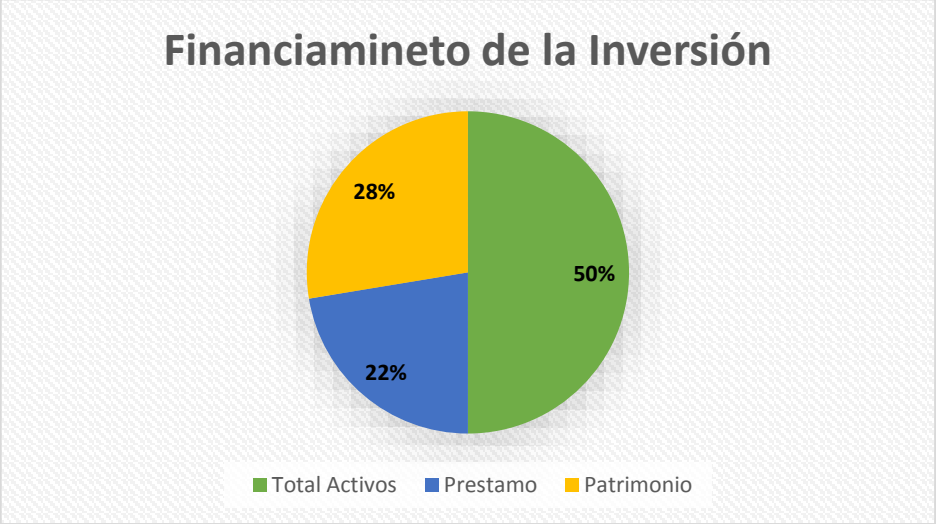

Figura Nº 19. Financiamiento de la Inversión

Análisis

La cantidad a invertir es de $ 51.347,13 se cuenta con un capital propio de $28.347,13 y la diferencia se va a cubrir con el préstamo de $ 23.000.

Pronostico financiero

Tabla Nº 51. Porcentajes para proyectar

Indicadores	%	
Crcimiento Pob.	1,41	0,0141
PIB	3,5	0,0350
TOTAL	**4,91**	**0,0491**

5.9. Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla Nº 52. Estado de Pérdidas y Ganancias

Estado de Pérdidas y Ganancias "Trébol Farma"					
Años	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Ventas	**$ 240.507,21**	**$ 242.514,59**	**$ 244.518,32**	**$ 246.517,63**	**$ 248.511,72**
costo de ventas	$ 168.355,05	$ 169.760,22	$ 171.162,83	$ 172.562,34	$ 173.958,20
UT. Bruta en Ventas	**$ 72.152,16**	**$ 72.754,38**	**$ 73.355,50**	**$ 73.955,29**	**$ 74.553,52**
Gastos ventas	**$ 13.394,04**	**$ 12.127,64**	**$ 12.778,63**	**$ 13.467,12**	**$ 14.195,40**
Sueldo y Salario adm. Y dep.	$ 5.834,04	$ 6.206,48	$ 6.627,73	$ 7.077,56	$ 7.557,93
Inauguracion	$ 1.860,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
Publicidad	$ 5.700,00	$ 5.921,16	$ 6.150,90	$ 6.389,56	$ 6.637,47
UT. Net. Ventas	**$ 58.758,12**	**$ 60.626,74**	**$ 60.576,87**	**$ 60.488,17**	**$ 60.358,12**
Gastos Administracion	$ 10.111,72	$ 10.630,53	$ 11.212,38	$ 11.460,14	$ 12.116,11
Sueldo Quimico Farmaceutico	$ 6.349,20	$ 6.749,04	$ 7.207,30	$ 7.696,68	$ 8.219,28
Dep. Eq. computacion	$ 370,00	$ 370,00	$ 370,00	$ 0,00	$ 0,00
Dep. Muebles y Enseres	$ 118,50	$ 118,50	$ 118,50	$ 118,50	$ 118,50
Dep. Eq. oficina	$ 47,70	$ 47,70	$ 47,70	$ 47,70	$ 47,70
Arriendo	$ 2.160,00	$ 2.243,81	$ 2.330,87	$ 2.421,31	$ 2.515,25
Servicios basico	$ 780,00	$ 810,26	$ 841,70	$ 874,36	$ 908,29
Permiso de Funcionamiento	$ 126,32	$ 131,22	$ 136,31	$ 141,60	$ 147,10
Amor. Gastos y puesta en marc	$ 160,00	$ 160,00	$ 160,00	$ 160,00	$ 160,00
UT. Operacional	**$ 48.646,40**	**$ 49.996,20**	**$ 49.364,49**	**$ 49.028,03**	**$ 48.242,00**
Gtos. Financieros	$ 805,02	$ 288,57	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
UT. Antes imp.	**$ 47.841,38**	**$ 49.707,63**	**$ 49.364,49**	**$ 49.028,03**	**$ 48.242,00**
15% trab	$ 7.176,21	$ 7.456,14	$ 7.404,67	$ 7.354,20	$ 7.236,30
UT. Impuestos	**$ 40.665,18**	**$ 42.251,49**	**$ 41.959,81**	**$ 41.673,82**	**$ 41.005,70**
imp renta	$ 8.133,04	$ 8.450,30	$ 8.391,96	$ 8.334,76	$ 8.201,14
UT. Final	**$ 32.532,14**	**$ 33.801,19**	**$ 33.567,85**	**$ 33.339,06**	**$ 32.804,56**
10% res legal	$ 3.253,21	$ 3.380,12	$ 3.356,79	$ 3.333,91	$ 3.280,46
UT. Dividendo	**$ 29.278,93**	**$ 30.421,07**	**$ 30.211,07**	**$ 30.005,15**	**$ 29.524,11**

5.10. Flujo de Caja

Tabla Nº 53. Flujo de Caja

FLUJO CAJA	0	1	2	3	4	5
Utilidad		$ 32.532,14	$ 33.801,19	$ 33.567,85	$ 33.339,06	$ 32.804,56
Depreciacion		$ 536,20	$ 536,20	$ 536,20	$ 166,20	$ 166,20
Amortiza		$ 286,32	$ 291,22	$ 296,31	$ 301,60	$ 307,10
Gts.Finan.		$ 805,02	$ 288,57	$ -	$ -	$ -
Flujo Ope		$ 34.159,68	$ 34.917,18	$ 34.400,36	$ 33.806,86	$ 33.277,86
capital trabajo						
CTN	$ (48.575,13)					
Act. Fijos	$ (2.772,00)					
Flujo Neto	$ (51.347,13)	$ 34.159,68	$ 34.917,18	$ 34.400,36	$ 33.806,86	$ 33.277,86

5.11. Punto de Equilibrio

Tabla Nº 54. Punto de Equilibrio

COSTOS/GASTOS	FIJOS	VARIABLES	TOTAL
Costos de Ventas		$ 168.355,05	$ 168.355,05
Gastos de Ventas	$ 5.834,04	$ 7.560,00	$ 13.394,04
Gastos Adm.	$ 10.111,72	$ -	$ 10.111,72
Gastos Financieros		$ 805,02	$ 805,02
SUBTOTAL	$ 15.945,76	$ 176.720,07	$ 192.665,83

Ilustración Nº 17. Fórmulas

$$PE\ (Q) = \frac{CF}{PVU - CVU} \qquad PE(MON) = \frac{CF}{1 - (Cuv/\ Pvu)}$$

$$PE\ (Q) = \frac{15.945,76}{177,19} \qquad PE(MON) = \frac{15.945,76}{0,265219261}$$

$$PE\ (Q) = 89,99 \qquad PE(MON) = 60.122,93$$

5.12. Punto de Equilibrio

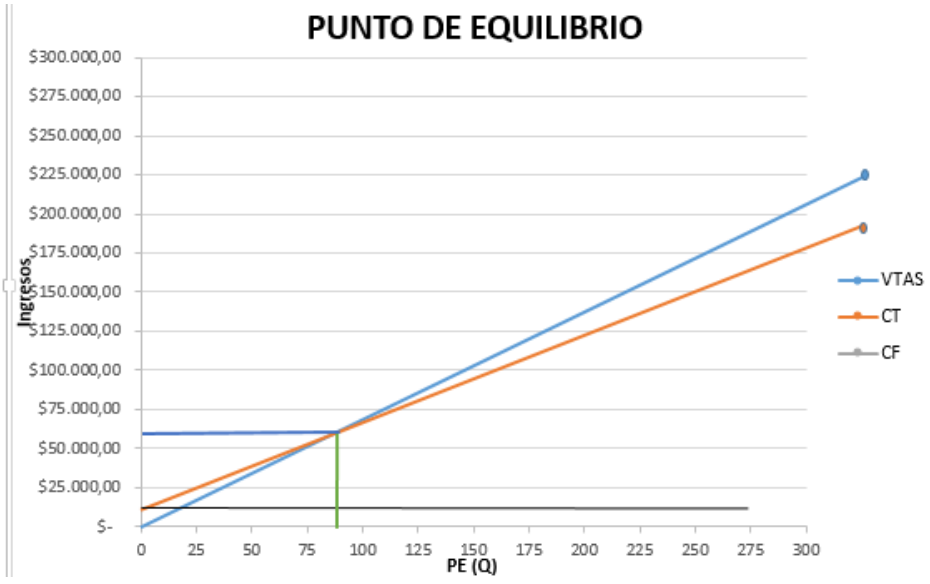

Ilustración Nº 18. Punto de Equilibrio

5.13. Evaluación Financiera

5.13.1. T (MAR)

Tabla Nº 55. T (MAR)

T(MAR)	%	
Riesgo Pais	7,93	0,0793
T.Int.Activa	9,33	0,0933
Inflación	3,88	0,0388
Rendimiento inversionista	5	0,05
TOTAL	**26,14**	**0,2614**

Análisis

Para la obtención del T (Mar) se debe tener presente ciertos indicadores, como el riesgo país de 7.93 puntos, tasa de interés activa de 9.33, inflación de 3.88 y un rendimiento del 5%, obteniendo un total del 26.14%.

5.14. Valor Actual Neto

Tabla Nº 56. VAN

	FLUJOS NETOS	VAN	TIR
0	$ (51.347,13)	$ (51.347,13)	$ (51.347,13)
1	$ 34.159,68	$ 27.080,77	$ 21.277,42
2	$ 34.917,18	$ 21.944,90	$ 13.547,20
3	$ 34.400,36	$ 17.139,75	$ 8.313,40
4	$ 33.806,86	$ 13.353,45	$ 5.088,92
5	$ 33.277,86	$ 10.420,56	$ 3.120,19
		$ 38.592,31	$ -

Análisis

Es el valor presente neto que se produce durante la vida del proyecto, en 5 años se obtendrá $38.592,31 en recurso líquido al final de la vida útil de “Trébol Farma”.

5.15. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tabla Nº 57. TIR

	FLUJOS NETOS	VAN	TIR
0	$ (51.347,13)	$ (51.347,13)	$ (51.347,13)
1	$ 34.159,68	$ 27.080,77	$ 21.277,42
2	$ 34.917,18	$ 21.944,90	$ 13.547,20
3	$ 34.400,36	$ 17.139,75	$ 8.313,40
4	$ 33.806,86	$ 13.353,45	$ 5.088,92
5	$ 33.277,86	$ 10.420,56	$ 3.120,19
		$ 38.592,31	$ -

Tabla Nº 58. T(MAR) –VAN –TIR

T(MAR)	26,14%	0,2614
VAN	$ 38.592,31	
TIR	60,54%	0,40149485

Análisis

El TIR es una herramienta que indica la eficiencia de una inversión, con un porcentaje de 60,54% superior al T (MAR), por lo que el proyecto indica que tiene una alta rentabilidad.

5.16. **Razón** Beneficio/Costo

Tabla Nº 59. Razón Costo Beneficio

R.B/COSTO	VALORES	TOTAL
BENEFICIO	$ 89.939,43	1,75
COSTO	$ 51.347,13	

Análisis

El indicador razón Beneficio/Costo tiene un valor de $1.75, por lo que por cada dólar invertido se obtendrá una utilidad de 0.75 ctvs.

5.17. Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Tabla Nº 60. PRI

PRI		
AÑOS	MESES	DIAS
2	10	9

Análisis

El periodo de recuperación de la inversión que se hace para la farmacia "Trébol Farma" es de 2 años, 10 meses y 9 días.

CAPITULO VI

6.1. Impacto Ambiental

Al impacto ambiental se conoce como impacto ambiental a las consecuencias producidas por el accionar del hombre sobre el medio ambiente

La creación del establecimiento farmacéutico “Trébol Farma ” en el sector de La Ecuatoriana, en el barrio Los Cóndores ya que el impacto que genera es mínimo, orque la farmacia cumple con las correctas normales y reglas que se dispone.

Para proporcionar un poco de ayuda contra el impacto ambiental, la Farmacia dispondrá basureros reciclables contribuyendo al medio ambiente. Así mismo los medicamentos caducados se retorna a los laboratorios para el respectivo tratamiento.

6.2. Impacto Social

El impacto social se refiere al análisis, seguimiento y gestión de las consecuencias que se produce ya sea negativas y positivas en la sociedad que rodea al proyecto. (Vaklay, F. 2004)

El impacto que tiene la farmacia en la población es positivo ya que las personas prevalecen su Salud y la de su familia, por lo que se benefician del establecimiento farmacéutico.

De tal manera la ubicación de una farmacia implica que es un negocio sustentable en el tiempo y lo que se presentará como beneficio a mediano y largo plazo.

6.3. Impacto económico

Según PWC (2012). Define el "impacto económico sirven para medir la repercusión y los beneficios de inversiones en infraestructuras, organización de eventos, así como de cualquier otra actividad susceptible de generar un impacto socioeconómico, incluyendo cambios legislativos y regulatorios" (Pág. 3)

CAPITULO VII

6.4. Conclusiones

Para concluir el proyecto de inversión para el estudio de factibilidad de la creación de una farmacia independiente en la parroquia de Chillogallo, sector Sesqui centenario del sur, barrio Los Cóndores, DMQ.

Se ha observado que el proyecto cumple con los objetivos propuestos que permitió sustento la propuesta de la tesis para la obtención del Título de Administración de Boticas y Farmacias.

El primer ítem que se analizo fue la demanda insatisfecha que existía en el sector, el cual resulto favorable para el proyecto, por la inexistencia de un establecimiento farmacéutico al alcance de los moradores.

En el transcurso del proyecto se determinó el nivel socioeconómico, resultando un nivel medio de los pobladores del barrio Los Cóndores, ítem que permitió tomar como referencia para conocer qué productos se ajustan y satisfacen las necesidades de cada individuo.

Una vez analizado todos los aspectos que se tenían tener en cuenta se pudo considerar los recursos adecuados y necesarios para abastecer el establecimiento, sin necesidad de que exista perdidas innecesarios en la farmacia y evitando costos que produzcan perdidas económicas para el negocio.

Al transcursos del proyecto se analizó la evaluación financiera de la farmacia "Trébol Farma" tiene un utilidad final de $32.532,14 los beneficios del mismo modo se tiene un costo-beneficio de que por cada dólar invertido tiene una ganancia de 0.75 ctvs de ganancia.

Dando como un resultado un proyecto factible y viable para continuar el proyecto.

6.5. Recomendaciones

Como el proyecto es viable y factible se recomienda que el proyecto se ponga en práctica, siguiendo todas las indicaciones establecidas en el proceso teórico y siempre considerando la parte financiera de proyecto.

Además los recursos que se exponen deben estar bien manejos para evitar pérdidas ya que un buen manejo resulta grandes beneficios para los propietarios del proyecto.

Así mismo se debe implementar estrategias de marketing para obtener nuevos cliente y fidelizarlos.

6.6. Referencias

Barrios, V. (2011). *Ambiente externo de las organizaciones.* Recuperado de:

http://www.academia.edu/8790218/Ambiente_externo_de_las_organizaciones_de

Pérez, L. (2004). *Marketing social: teoría y práctica*. México: Pearson Educación.

Enciclopedia de economía. (2009). Dimensión óptima. Recuperado de:

http://www.economia48.com/spa/d/dimension-optima/dimension-optima.htm

BCE (2016). Glosario del significado de indicadores y fuentes de información consultadas. Recuperado de:

http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/GLOSARIO%20DEL%20SIGNIFICADO%20DE%20INDICADORES%20Y%20FUENTES_____.pdf

Superintendencia de bancos. (2016). *Glosario de Termino Financieros*. Recuperado de

http://www.superbancos.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=70&vp_tip=2

BCE. (2016). *Riesgo País.* Recuperado de

http://contenido.bce.fin.ec/riesgo_pais

VAKLAY, F, (2004). *Evaluación del Impacto Social.* Recuperado de:

http://www.eumed.net/libros-gratis/2011f/1128/impacto_social.html.

BCE. (2016) *¿Qué es la inflación*? Recuperado de

http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/156-preguntas-frecuentes-banco-central-del-ecuador

López, J. & Licona, A. 2014. Noroeste Asiático: Diplomacia y comercio con América. Recuperado de:

https://books.google.com.ec/books?id=CVBTBAAAQBAJ&pg=PA72&lpg=PA72&dq=EL+PIB+es+un+indicador+representativo+que+ayuda+a+medir+el+crecimiento+o+decrecimiento+de+la+producci%C3%B3n+de+bienes+y+servicio&source=bl&ots=ipGWym6BOM&sig=Mwzp8ZJkJEzpd8bYPRzLYY6bME8&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjTmau-wZLNAhXEZiYKHeQUDEEQ6AEIJzAC#v=onepage&q&f=false

INEC. (2016). *PEA.* Recuperado de:

http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com_content&view=article&id=278.

Instituto Pyme. (2016). *Otros factores externos*. Recuperado de:

ttp://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/3532/Otros-factores-externos

Michael Porter. (1980) *Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores*. New York: Free Press

Universidad Interamericana para el desarrollo. *Análisis del Consumidor*. Recuperado de http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/ejec/ME/AC/S01/AC01_Lectura.pdf

Real Academia Española (2014). Diccionario de la lengua española. Madrid: Espasa

Nañez, Nataly. Bienes y Servicios Económicos. Recuperado de http://florbe.com/pe/compendio-economia/bienes-y-servicios-economicos.

Palacios, J. Gestión y Abastecimiento. Recuperado de http://logisticayabastecimiento.jimdo.com/

PGC. (2007). Elementos de las cuentas anuales. Recuperado de http://www.plangeneralcontable.com/?tit=guia-del-pgc-de-pymes&name=GeTia&contentId=man_pgcpym&manPage=2

Diccionario ABC (2016). Definición costo. Recuperado de http://www.definicionabc.com/economia/costo.php

Posso, M. (2006). Derecho Ecuador. Como se mide el riesgo país. Recuperado de: http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derechoeconomico/2006/01/27/coacutemo-se-mide-el-riesgo-paiacutes