



FACULTAD DE POSTGRADO

TESIS DE POSTGRADO

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD DE FARMACIA EN EL
SECTOR DE LA CEIBITA, QUIMISTAN, SANTA BÁRBARA**

SUSTENTADO POR:

KENIA IVETH HERNÁNDEZ MEJÍA

MARIO ROBERTO SOLÓRZANO LEIVA

**PREVIO A INVESTIDURA DEL TÍTULO DE
MÁSTER EN FINANZAS**

SAN PEDRO SULA, CORTÉS, HONDURAS C. A.

ENERO, 2018

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

MARLON BREVÉ REYES

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

VICERRECTORA ACADÉMICA

DESIREE TEJADA

VICEPRESIDENTE UNITEC, CAMPUS SPS

CARLA MARÍA PANTOJA

DECANO DE LA FACULTAD DE POSTGRADO

JOSÉ ARNALDO SERMEÑO LIMA

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD DE FARMACIA EN EL
SECTOR DE LA CEIBITA, QUIMISTAN, SANTA BÁRBARA
TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE
MÁSTER EN
FINANZAS**

**ASESOR METODOLÓGICO
TULIO ARNALDO BUESO JACQUIER**

**ASESOR TEMÁTICO
JOSÉ ROBERTO CERROS**

**MIEMBROS DE LA TERNA
JOSÉ ROBERTO SORTO
DIANA BRIZUELA
CARLOS TRIMINIO**

DERECHOS DE AUTOR

© Copyright 2017

KENIA IVETH HERNÁNDEZ MEJÍA

MARIO ROBERTO SOLÓRZANO LEIVA

Todos los derechos reservados

**AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO DE TESIS DE POSTGRADO**

Señores

**CENTRO DE RECURSOS PARA
EL APRENDIZAJE Y LA INVESTIGACIÓN (CRAI)
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA**

San Pedro Sula

Estimados Señores:

Nosotros, KENIA IVETH HERNÁNDEZ MEJÍA y MARIO ROBERTO SOLÓRZANO LEIVA, de San Pedro Sula, Cortés, autores del trabajo de postgrado titulado: ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD EN EL SECTOR DE LA CEIBITA, QUIMISTAN, SANTA BÁRBARA, presentado y aprobado en octubre 2017, como requisito previo para optar al título de master en Finanzas y reconociendo que la presentación del presente documento forma parte de los requerimientos establecidos por la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), por este medio autorizo a las bibliotecas de los Centros de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI) de la UNITEC, para que con fines académicos, puedan libremente registrar, copiar o utilizar la información contenida en él, con fines educativos, investigativos o sociales de la siguiente manera:

- 1) Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo en las salas de estudio de la biblioteca y/o la página Web de la Universidad.
- 2) Permita la consulta, la reproducción, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato CD o digital desde Internet, Intranet, etc., y en general en cualquier otro formato conocido o por conocer.

De conformidad con lo establecido en los artículos 9.2, 18, 19, 35 y 62 de la Ley de Derechos de Autor y de los Derechos Conexos; los derechos morales pertenecen al autor y son personalísimos, irrenunciables, imprescriptibles e inalienables, asimismo, por tratarse de una obra colectiva, los autores ceden de forma ilimitada y exclusiva a la UNITEC la titularidad de los derechos patrimoniales.

Es entendido que cualquier copia o reproducción del presente documento con fines de lucro no está permitida sin previa autorización por escrito de parte de UNITEC. En fe de lo cual, se suscribe el presente documento en la ciudad de San Pedro Sula a los 23 días del mes de octubre del 2017.

Kenia Iveth Hernández Mejía
21453067

Mario Roberto Solórzano Leiva
21453021



FACULTAD DE POSTGRADO

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD DE FARMACIA EN EL
SECTOR DE LA CEIBITA, QUIMISTAN, SANTA BÁRBARA**

AUTORES:

Kenia Iveth Hernández Mejía

Mario Roberto Solórzano Leiva

RESUMEN

La investigación del presente trabajo tuvo como objetivo principal conocer mediante un estudio de mercado, técnico y financiero, la factibilidad de iniciar un negocio que fuese rentable y que a su vez pudiera cubrir la necesidad que satisfaga la demanda de medicamentos de la comunidad de la ceibita en el departamento de Santa Bárbara.

De acuerdo al estudio y los resultados obtenidos en la investigación, se comprobó que la tasa interna de retorno es mayor al costo de capital y el valor presente neto es mayor a cero, y que existe una demanda insatisfecha la cual representa una excelente oportunidad que se debe de aprovechar, por lo tanto vemos a bien emprender el proyecto de la Farmacia en la comunidad de la Ceibita, pues los resultados son positivos y optimistas y la aceptación de la comunidad fue contundente.

Palabras Claves: Factibilidad, Tasa interna de retorno, Valor presente Neto.



POSTGRADUATE FACULTY

PREFEASIBILITY STUDY OF PHARMACEUTICALS IN

SECTOR OF LA CEIBITA, QUIMISTAN

SANTA BARBARA

BY:

Kenia Iveth Hernández Mejía

Mario Roberto Solórzano Leiva

ABSTRACT

The main objective of the investigation was to find, through a market, technical and financial study, the feasibility of starting a business that was profitable and that in turn could cover the need and satisfy the demand for medicines for The Ceibita community in the department of Santa Bárbara.

According to the study and the results obtained in the research, it was proven that the internal rate of return is greater than the cost of capital and the net present value is greater than zero, and that there is an unsatisfied demand which presented an excellent opportunity to undertake the project of the Pharmaceutical advantages in the community of Ceibita. The community feedback and results are positive and optimistic, and the acceptance was overwhelming that it would help in deriving with the desired information.

Key Words: Feasibility, Internal rate of return, Net present value.

DEDICATORIA

A Dios por haberme dado la sabiduría y la salud, por su infinito amor y misericordia mostrada a lo largo de mi vida, a mis padres por formarme en el hogar, porque con su ejemplo y sus enseñanzas de valor, ética e integridad me ayudaron a desarrollarme en el área profesional.

A mi hija, mi princesa Camila Nairobi eres esa razón que me impulsa a ser mejor cada día, te amo.

“Todos somos unos genios, pero si juzgas a un pez por su habilidad de escalar un árbol pasara toda su vida pensando que es un inútil” – Albert Einstein.

KENIA IVETH HERNÁNDEZ MEJÍA.

Deseo dedicar este trabajo de investigación en primer lugar a Dios por su infinita bondad y amor, por estar siempre conmigo e iluminar mi mente, a mi madre Marina y a mi esposa Karen por su amor y apoyo incondicional, a mis hermanos, Ana, Diego, Wendoly, Marcos (QDDG) y a mi hermosa sobrina Dazia, cada uno de ellos ha sido parte fundamental para mi crecimiento personal y son los que me impulsan a seguir creciendo personal y profesionalmente regido con valores éticos y morales buscando siempre la excelencia.

A mis amigos que participaron directa o indirectamente en la elaboración de esta tesis, en especial a Kenia, por acompañarme en esta etapa que ha sido toda una aventura de principio a fin.

“Las personas que no están dispuestas a realizar pequeñas mejoras, no estarán nunca entre los hombres que realizan cambios trascendentales” – Mahatma Gandhi

MARIO ROBERTO SOLÓRZANO LEIVA.

AGRADECIMIENTO

A Dios por sobre todo, a mi hija que tuvo que sacrificarse en cederme tiempo que le pertenecía, a mis hermanas Alma, Ingrid y Yariela por brindarme su apoyo incondicional, por cada palabra de aliento, a mi Familia que con su apoyo todos contribuyeron a que esto fuese posible, a mi querido amigo Mario Leiva por creer que lo podría lograr aun cuando yo dude de mi misma, por ser mi compañero y apoyo en este arduo camino pero que a su lado fue grato andarlo, y a cada una de las personas que contribuyeron a que alcanzara este meta.

KENIA IVETH HERNÁNDEZ MEJÍA.

Agradezco a Dios en todo momento.

Josué 1:9

MARIO ROBERTO SOLÓRZANO LEIVA.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 INTRODUCCIÓN	1
1.2 ANTECEDENTES	1
1.2.1 ORÍGENES	2
1.2.2 LA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL	3
1.2.3 LA FARMACIA EN LA ACTUALIDAD	3
1.2.4 EN HONDURAS	4
1.3 DEFINICION DEL PROBLEMA	4
1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA	5
1.3.2 FORMULACION DEL PROBLEMA	5
1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	6
1.4 OBJETIVOS	6
1.4.1 OBJETIVO GENERAL	6
1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	7
1.5 JUSTIFICACIÓN	7
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	9
2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	9
2.1.1 ANALISIS DEL MACRO ENTORNO	9
2.1.2 ANALISIS DEL MICRO ENTORNO	12
2.1.3 ANÁLISIS INTERNO	13
2.2 TEORIAS DE SUSTENTO	15
2.2.1 MODELO DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER	16
2.2.2 RIVALIDAD ENTRE EMPRESAS COMPETIDORAS	17
2.2.3 ENTRADA POTENCIAL DE NUEVOS COMPETIDORES	17
2.2.4 DESARROLLO POTENCIAL DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	18
2.2.5 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES	19
2.2.6 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CONSUMIDORES	19
2.3 EVALUACION DE PROYECTOS	20
2.3.1 ESTUDIO DE MERCADO	21

2.3.2 ESTUDIO TÉCNICO	21
2.3.3 ESTUDIO ECONÓMICO	22
2.3.4 EVALUACION ECONOMICA	22
2.4 MARCO LEGAL.....	22
2.4.1 OBTENCIÓN DE ESCRITURA PÚBLICA	23
2.4.2 INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO MERCANTIL	23
2.4.3 SOLICITUD DEL REGISTRO TRIBUTARIO NACIONAL (RTN)	24
2.4.4 LICENCIAS Y REGISTROS REQUERIDOS.....	25
2.4.5 LICENCIA SANITARIA.	28
CAPÍTULO III METODOLOGÍA.....	31
3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA	31
3.1.1 MATRIZ METODOLÓGICA	31
3.1.2 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	32
3.1.3 HIPÓTESIS.....	34
3.2 MÉTODOS	34
3.2.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACION	34
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	38
3.3.1 POBLACIÓN.....	38
3.3.2 MUESTRA	38
3.3.3 UNIDAD DEL ANÁLISIS	39
3.3.4 UNIDAD DE RESPUESTA.....	40
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS	40
3.4.1 INSTRUMENTOS.....	40
3.4.2 TÉCNICAS	41
3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN	43
3.5.1 FUENTES DE INFORMACION PRIMARIAS.....	43
3.5.2 FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIAS	43
CAPÍTULO IV RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	45
4.1 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	45
4.2 DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS	45
4.3 PROPIEDAD INTELECTUAL.....	47

4.4 FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO	48
4.4.1 RIVALIDAD ENTRE EMPRESAS COMPETIDORAS.....	48
4.4.2 ENTRADA POTENCIAL DE NUEVOS COMPETIDORES	48
4.4.3 DESARROLLO POTENCIAL DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	48
4.4.4 PODER DE NEGOCIACIÓN DE PROVEEDORES	49
4.4.5 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CONSUMIDORES	49
4.5 ESTUDIO DE MERCADO	50
4.5.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y LA INDUSTRIA	50
4.5.2 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR.....	50
4.5.4 ESTRATEGIA DE MERCADEO Y VENTAS	58
4.6 ESTUDIO TÉCNICO	58
4.6.1 LOCALIZACIÓN.....	58
4.6.2 TAMAÑO	60
4.6.3 EQUIPO	60
4.6.4 PROCESO DE SERVICIO.....	62
4.6.5 PLANIFICACIÓN ORGANIZACIONAL	62
4.6.6 SALARIOS	65
4.7 ESTUDIO FINANCIERO	66
4.7.1 INVERSIÓN INICIAL	66
4.7.2 ESTRUCTURA Y COSTO DE CÁPITAL	67
4.7.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS	68
4.7.5 AMORTIZACIONES	69
4.7.6 ESTADO DE RESULTADOS	70
4.7.7 PRESUPUESTO DE EFECTIVO	71
4.7.8 BALANCE GENERAL PROYECTADO	72
4.7.9 FLUJOS DE EFECTIVO OPERATIVO	73
4.7.10 TÉCNICAS DE EVALUACIÓN FINANCIERA	73
4.7.11 PUNTO DE EQUILIBRIO	76
4.7.12 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	76
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	79
5.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	79

5.2 RECOMENDACIONES.....	80
CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD.....	81
6.1 TÍTULO DE LA PROPUESTA	82
6.2 INTRODUCCIÓN.....	82
6.3 PLAN DE ACCION	82
6.3.1. PUBLICIDAD Y CONOCIMIENTO DE LA FARMACIA.....	83
6.4.1 CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN.....	84
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS	86
ANEXOS.....	88
ANEXO 1. ENTREVISTA.....	88
ANEXO 2. AMORTIZACIÓN DE FINANCIAMIENTO.....	91
ANEXO 3. GASTOS DE VENTA	93
ANEXO 4. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN.....	93
ANEXO 5. COSTO DE VENTA	93
ANEXO 6. CONSUMO PROMEDIO EN LEMPIRAS.	94
ANEXO 7. COTIZACIÓN COMPUTADORA	94
ANEXO 8. COTIZACIÓN MOBILIARIO Y EQUIPO	95
ANEXO 9. contrato privado de servicios profesionales.....	96

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Puntos de venta de farmacias en Honduras	13
Tabla 2. Puntos de venta de farmacias en Santa Bárbara	14
Tabla 3. Cuota de ingreso en base al capital máximo según escritura de constitución.	25
Tabla 4. Matriz Metodológica	31
Tabla 5. Operacionalización de las variables.....	33
Tabla 6. Unidad de análisis.....	40
Tabla 7. Demanda Potencial	57
Tabla 8. Matriz de selección de localización.....	59
Tabla 9. Mobiliario y Equipo.....	60
Tabla 10. Gastos de Constitución	61
Tabla 11. Servicios Operativos	61
Tabla 12. Sueldos y salarios.	65
Tabla 13. Derechos Laborales	65
Tabla 14. Resumen de salarios y beneficios sociales.	66
Tabla 15. Inversión inicial	67
Tabla 16. Capital de trabajo mensual.....	67
Tabla 17. Estructura y costo de capital de la inversión	68
Tabla 18. Presupuesto de ingresos anuales	68
Tabla 19. Depreciación de equipo	69
Tabla 20. Amortización de gastos de constitución	70
Tabla 21. Amortización de financiamiento.....	70
Tabla 22. Estado de Resultados	70
Tabla 23. Presupuesto de efectivo	71
Tabla 24. Balance General Proyectado.....	72
Tabla 25. Flujo de efectivo	73
Tabla 26. Flujo de efectivo operativo	73
Tabla 27. Valor Presente Neto.....	74
Tabla 28. Tasa Interna de Retorno.....	74
Tabla 29. Período de recuperación	75
Tabla 30. Punto de Equilibrio	76

Tabla 31. Análisis de sensibilidad: escenario 1	77
Tabla 32. Valor Presente Neto Escenario 1	77
Tabla 33. Análisis de sensibilidad: escenario 2	77
Tabla 34. Valor Presente Neto Escenario 2	78
Tabla 35. Análisis de sensibilidad: escenario 3	78
Tabla 36. Valor Presente Neto Escenario 3	78
Tabla 37. Matriz de aplicabilidad.	81
Tabla 38. Costo del Proyecto.	85

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación geográfica de La Ceibita	5
Figura 2. Crecimiento de las ventas de la industria farmacéutica mundial	10
Figura 3. Volumen de ventas de la industria farmacéutica con previsión para el 2020	12
Figura 4. Modelo de las 5 fuerzas de Porter	16
Figura 5. Estudios que conforman una evaluación de proyectos	21
Figura 6. Esquema de enfoque metodológico.....	35
Figura 7. Modelo de Negocios CANVAS	47
Figura 8. Nivel fuerzas de Porter	49
Figura 9. Género	51
Figura 10. Rango de edades.....	52
Figura 11. Ingresos mensuales.....	52
Figura 12. Consumo de productos farmacéuticos.....	53
Figura 13. Establecimientos de preferencia del consumidor de medicamentos	53
Figura 14. Ciudad de compra de medicamentos.....	54
Figura 15. Intención de compra	55
Figura 16. Monto destinado a compra de medicamentos	55
Figura 17. Frecuencia de visitas	56
Figura 18. Localización.	59
Figura 19. Diagrama de Proceso de Servicio.....	62
Figura 20. Organigrama de la farmacia.	62
Figura 21. Cronograma de Ejecución	84

CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En este capítulo se describe el objeto de la investigación y sus fundamentos, se profundizará en los antecedentes que fundamentan el estudio a realizar respecto a la apertura de una farmacia en la comunidad de la Sierra, en La Ceibita, Santa Bárbara se define y formula el problema, se plantean las preguntas de investigación seguido del objetivo general y los objetivos específicos de la investigación determinando la hipótesis científica y las variables de investigación para justificar la validez del estudio.

1.1 INTRODUCCIÓN

En la comunidad de la Ceibita y sectores aledaños carecen de una farmacia, debido a esto solo pueden adquirir medicamentos que expenden las pulperías, por lo cual los habitantes de dicho sector tienen que trasladarse a Cofradía y aun en esta comunidad las farmacias que ya existen no están abastecidas adecuadamente, por lo que la siguiente opción es trasladarse a la ciudad de San Pedro Sula, esto implica costos en transporte y tiempo.

1.2 ANTECEDENTES

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

Existe una vinculación entre la farmacia y la medicina, tanto si definimos a la farmacia como la evolución de los medicamentos y de sus distintos profesionales, o como fabricación y control de los medicamentos; así permanecería unida a la medicina por los problemas derivados de la investigación de los fármacos e introducción en el organismo.

Por naturaleza, el hombre siempre ha tratado de buscar la forma de mejorar y aliviar sus padecimientos físicos con el empleo de sustancias artificiales o naturales que existían en su entorno. Esto se convirtió en un proceso de investigación científica y constante, a través del cual se ha acumulado información muy valiosa, que, hasta estos tiempos, ha permitido distinguir las sustancias útiles que alivien y prevengan enfermedades, de las ineficaces y las nocivas.

Como ciencia independiente es relativamente joven. Los orígenes de la historia farmacéutica se remontan al primer tercio del siglo XIX, que si bien no toca todos los aspectos de la historia farmacéutica es el punto de partida para el definitivo arranque de esta ciencia. No existen testimonios de los medicamentos utilizados en el periodo paleolítico y neolítico, pero puede deducirse de los conocimientos que se tienen de las civilizaciones de esa época, que los métodos de curación estuviesen asociados al uso de plantas, principalmente en la curación de heridas. Los transmisores de este conocimiento fueron principalmente los ancianos, brujos o sacerdotes de las tribus, que a su vez eran los encargados de atender a los enfermos y heridos; los curaban, preparaban los medicamentos primitivos y se los administraban. Algunos buscaron sustancias naturales para curar, seleccionándolas tentativamente, según su efecto y buscando información de los resultados, que luego transmitieron de generación en generación. Entonces por esta práctica se deduce, el origen común de la medicina y farmacia. Las funciones equivalentes que cumplen hoy médicos y farmacéuticos; eran desempeñadas por una misma persona en la antigüedad.

1.2.1 ORÍGENES

La primera civilización que aprovechó las sustancias químicas para la curación fue la griega. Los griegos crearon un catálogo de elementos simples que podían usarse para crear diversos compuestos, las llamadas fórmulas magistrales, los cuales se administraban a los enfermos. Gracias al comercio, la civilización griega pudo aumentar su catálogo de elementos simples importados de otros lugares.

En aquella época no existía aun la figura del farmacéutico, era el mismo médico el que conocía las enfermedades y sus tratamientos. Los medicamentos tenían poca eficacia y eran muy caros, solo accesibles a las clases altas.

Los romanos siguieron la evolución iniciada por la farmacia griega que posteriormente se expandió por todas las demás civilizaciones del mundo.

La alquimia, la pseudociencia precursora de la actual química, se interesó también por la farmacia, se intentaron encontrar medicamentos para la inmortalidad y para el rejuvenecimiento.

1.2.2 LA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL

Fue en la revolución industrial del siglo XIX cuando la farmacia dejó de ser una profesión artesanal para convertirse en una ciencia y una industria. Se formaron empresas dedicadas en exclusiva a la fabricación y distribución de medicamentos. El aumento del capital permitió que se pudieran constituir equipos de investigación y se inició una íntima relación con la investigación universitaria. Aunque no fue hasta mediados del siglo XX cuando se produjeron los avances más importantes en farmacéutica.

La industrialización permitió un mayor control sobre los medicamentos, a los que ahora se les exigían unas garantías mínimas y una seguridad probada, que se consigue mediante experimentación y pruebas. Fue durante el siglo XIX donde se realizaron los mayores avances en medicina que permitieron también avanzar a la farmacia.

El trabajo de Pasteur y de Koch, la teoría microbiana, explicó el origen de las enfermedades infecciosas y permitió que se desarrollaran medicamentos que atacaban directamente a los microorganismos causantes de la enfermedad. Se elaboraron diversas medicaciones que atacaban a estos microorganismos, las vacunas, los antibióticos, los sueros, usados para aplicar sustancias inyectables y los quimioterapéuticos

1.2.3 LA FARMACIA EN LA ACTUALIDAD

En la actualidad todos los medicamentos que se consumen han sido descubiertos después del siglo XVIII, no se consume ningún medicamento anterior al siglo XIX excepto en terapias naturales y herboristería, donde se usan plantas medicinales y remedios antiguos.

La farmacia se encuentra altamente regulada por leyes y los medicamentos están sometidos a patentes, propiedad de las empresas farmacéuticas. Los gobiernos deben asegurar una calidad y unas garantías en la fabricación y la comercialización de fármacos.

La industria farmacéutica está dominada por grandes empresas multinacionales, con ingresos millonarios que superan los quinientos mil millones de dólares al año, y que no dejan de crecer. Estados Unidos concentra casi el 50% del mercado farmacéutico mundial.

1.2.4 EN HONDURAS

El primer boticario aprobado y autorizado para preparar y expender medicamentos en Honduras apareció en 1761. El español Manuel Cubas se estableció en la zona próxima a “La Moncada” y en su botica despachaba los productos farmacéuticos que importaba de Guatemala y España como unguentos, pomadas, polvos medicinales, aceites purgantes de ricino y castor, el elixir de alcanfor considerado entonces estimulante cardíaco, esencia de ipecacuana, sales y en su mortero trituraba las raíces de ruibarbo, de romero, raíces de jengibre, la ruda, el apasote y otras plantas medicinales de la zona que vendía en sobrecitos, además los famosos macitos de manzanilla y zacate de limón

Para el siglo XIX, los criollos y varios españoles instalaron puestos de venta de medicamentos y a los pocos años de abrirse la Facultad de Medicina en la Universidad Nacional se anexó la Escuela de Química y Farmacia que permitió la profesionalización de hondureños que se dedicaran a esta actividad.

Las farmacias tomaron vida y al entrar al Siglo XX con los adelantos médicos y los descubrimientos farmacológicos, se establecieron los negocios de venta debidamente reglamentados y con las regencias de los especialistas en la rama que garantizaban el expendio de los productos. Hoy operan las cadenas de farmacias entre ellas farmacia Simán, Kielsa, Regis, Punto Farma, Farma City, Farmacias del Ahorro y más de alguna independiente.

Hablar del sector Farmacéutico, es sin duda, hablar sobre un componente económico de gran utilidad a la sociedad y a la economía. Este sector brinda un calificado apoyo a la población en general al contribuir con los medicamentos que mejoran y proveen la salud en general.

1.3 DEFINICION DEL PROBLEMA

Sampieri, Collado y Lucio (2014) afirman: “plantear el problema no es sino afinar y estructurar más formalmente la idea de investigación” (P.36). Tamayo y Tamayo (2005) afirma: “todo problema surge a raíz de una dificultad; ésta se origina a partir de una necesidad en la cual aparecen dificultades sin resolver, es el punto de conflicto entre la realidad y el objetivo general” (P.106).

1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

La comunidad de La Ceibita, ubicada en el municipio de Quimistán, Santa Bárbara a pesar de contar con los servicios básicos como ser agua potable, energía eléctrica, alcantarillado y tener acceso a transporte interurbano, y centro de salud no cuenta con una farmacia que les provea a los habitantes del sector los medicamentos que estos demandan y el centro de salud no tiene disponibles, para obtenerlos los pobladores tienen que trasladarse a sectores lejanos por lo que incurren en gastos de transporte y tiempo.

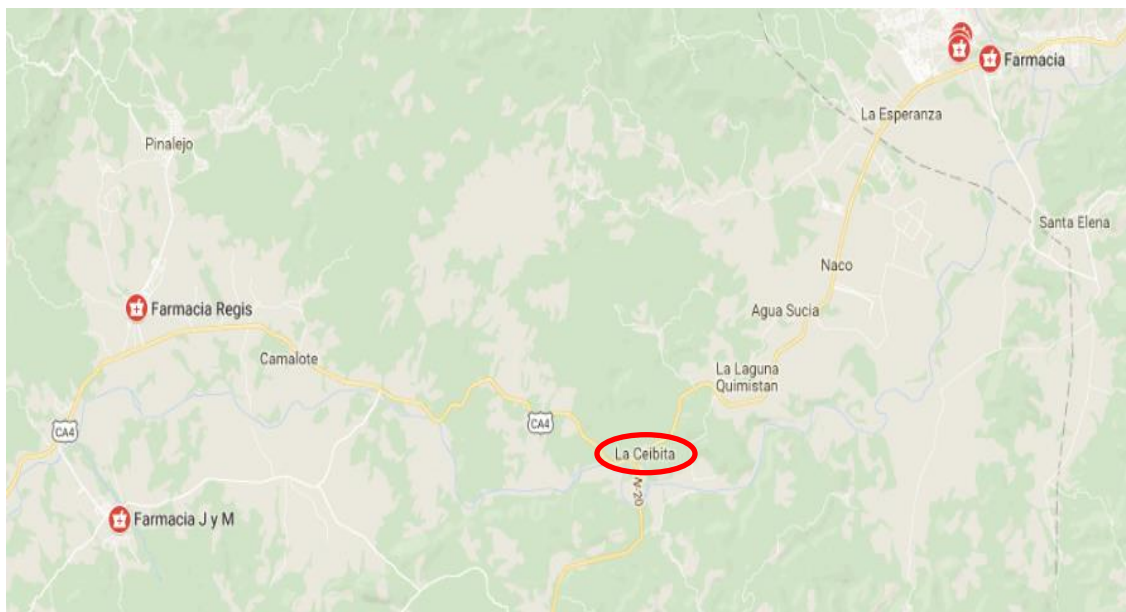


Figura 1. Ubicación geográfica de La Ceibita

Fuente: (Google Maps, 2017)

Las circunstancias descritas hacen ver la necesidad de estudiar la factibilidad de una farmacia en el sector de La Ceibita del municipio de Quimistán, Santa Bárbara, que ofrezca de manera fácil y oportuna productos de excelente calidad y buen precio, en este momento no existe un negocio que provea de los medicamentos que la población necesita.

1.3.2 FORMULACION DEL PROBLEMA

Por la razón antes expuesta se formula como objeto de investigación la siguiente pregunta:

¿Cuán factible es la apertura de una farmacia en la comunidad de La Ceibita, Santa Bárbara, desde el punto de vista mercado, técnico y financiero?

1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Según Sampieri, Collado y Lucio (2014) afirman: “Las preguntas de investigación orientan hacia las respuestas que se buscan con la investigación. Las preguntas no deben utilizar términos ambiguos ni abstractos” (P.37).

- 1 ¿Cuál es la demanda que existe en el sector de La Ceibita Santa Bárbara para la apertura de una farmacia?
- 2 ¿Cuál es el costo de la inversión para crear este negocio?
- 3 ¿Cuál es la rentabilidad de invertir en una farmacia en el sector de La Ceibita?

1.4 OBJETIVOS

Balestrini (2002) afirma:

Los objetivos orientan las líneas de acción que se han de seguir en el despliegue de la investigación planteada; al precisar lo que se ha de estudiar en el marco del problema objeto de estudio. Sitúan el problema planteado dentro de determinados límites. (p.67)

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Arias (2006) afirma: “Un objetivo general expresa el fin concreto de la investigación en correspondencia directa con la formulación del problema” (p. 45).

Con base al planteamiento del problema el objetivo general propuesto para la presente investigación es:

Determinar la factibilidad mediante un estudio de mercado, técnico y financiero para una farmacia en la comunidad de La Ceibita en el municipio de Quimistan, Santa Bárbara.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

Según Sampieri (2014:39) los objetivos específicos están relacionados y van a la par con las preguntas de investigación.

1.- Realizar un estudio de mercado que permita definir demanda para la apertura de una farmacia en la comunidad de La Ceibita, Quimistán, Santa Bárbara.

2.- Calcular el costo de la inversión para crear este negocio.

3.- Desarrollar un estudio financiero que indique la rentabilidad de invertir en una farmacia en el sector de La Ceibita.

1.5 JUSTIFICACIÓN

Según la Constitución de la Organización Mundial de la Salud (OMS), El goce del grado máximo de salud que se pueda lograr es uno de los derechos fundamentales de todo ser humano sin distinción de raza, religión, ideología política o condición económica o social.

La OMS considera que el acceso equitativo a unos medicamentos seguros y asequibles es de importancia vital para que todo el mundo goce del grado máximo de salud que se pueda lograr.

Reconoce, que en la actualidad más del 80% de la población de la tierra sigue utilizando la medicina tradicional como principal recurso para el cuidado de la salud también reconoce la importancia de garantizar la calidad de estos productos y de promover su uso terapéutico, pero advierte sus efectos adversos cuando no es utilizada en forma correcta.

Las micro, pequeñas y medianas empresas deben consolidarse como el pilar del desarrollo económico en países como Honduras, donde los espacios para los emprendimientos están casi congelados y las herramientas de la competitividad están fraccionadas, las llamadas Mipymes constituyen un grupo especialmente pujante en el contexto económico nacional, de hecho, genera más del 90 por ciento de los puestos de trabajo.

En la actualidad la comunidad de La Ceibita, Santa Bárbara y lugares aledaños no cuenta con el servicio de una farmacia que les provea los medicamentos necesario, por lo que consideramos que es de vital importancia para la población de este sector contar con este servicio farmacéutico, con lo que podemos contribuir al bienestar y economía de la comunidad, invirtiendo en una farmacia.

Con el estudio de prefactibilidad se pretende establecer si la creación de una farmacia en el sector de La Ceibita realmente es rentable, además si puede contribuir al desarrollo económico del sector, creando empleos, colocar al alcance de la población productos a un precio asequible, sin verse en la necesidad de trasladarse a otras zonas de la ciudad para su adquisición.

Para obtener los medicamentos que no se encuentran en las diferentes pulperías del sector los pobladores tienen que trasladarse a farmacias ubicadas en cofradía o Quimistan que se encuentra a 19 kilómetros de La Ceibita y 27 kilómetros de Petoa.

Por lo anterior, con este estudio de investigación y aplicando los conocimientos adquiridos, se busca establecer las bases necesarias para determinar el inicio de operaciones de una Farmacia en la comunidad de La Ceibita, municipio de Quimistán, departamento de Santa Bárbara.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

El marco teórico es integrar el tema de la investigación con las teorías, enfoques teóricos, estudios y antecedentes en general que se refieren al problema de investigación. En tal sentido el marco teórico según Tamayo (2012) nos amplía la descripción del problema. Integra la teoría con la investigación y sus relaciones mutuas.

2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

La situación actual de las Farmacia se expondrá en los siguientes entornos:

- Macro económico (Nivel mundial)
- Micro económico (Nivel Nacional)
- Nivel de Interno (Farmacia)

2.1.1 ANALISIS DEL MACRO ENTORNO

La industria farmacéutica es un sector muy importante a nivel mundial. Reagrupa las farmacias, las parafarmacias, los laboratorios farmacéuticos y el ANSM (la agencia nacional de seguridad de la medicina y de los productos de salud). La industria farmacéutica administra la elaboración, la producción, la salida al mercado y la vigilancia de todas las medicinas comercializadas (IMS Health, 2015).

Según un estudio realizado por IMS Health en el año 2015, A nivel mundial, el sector alcanzó el 8,8 %, sobrepasando los 1.000 millones de dólares. Y debería experimentar una progresión del 4% al 7% de aquí al año 2018. Los principales mercados se encuentran en los países emergentes tales como China, Brasil o la India que sobrepasan el 10% del crecimiento anual. El crecimiento anual de estos países emergentes puede llegar a ser entre el 8% el 10% en 2017 mientras que el crecimiento de los países maduros se estima que será más moderado, del orden del 1 % al 4 % anual (IMS Health, 2015).

Sobre la escena farmacéutica mundial aparecen nuevos mercados como Argelia, Colombia, Arabia Saudita, Nigeria o África del Sur. Según el presidente de IMS Health France, estos países

se desarrollan, registran crecimientos económicos relativamente sostenidos y colocan sistemas de ayuda a menudo dirigidos a poblaciones más pobres (IMS Health, 2015).

Por el contrario, el crecimiento en los países occidentales es débil a excepción de Alemania que ha alcanzado una tasa del 4%, la industria farmacéutica es por lo general innovadora, principalmente en tratamientos para el cáncer, las enfermedades autoinmunes, la diabetes, las vacunas y los antivirales. El volumen del negocio mundial farmacéutico es actualmente de mil millones de dólares de los cuales provienen en gran parte de una quincena de productos lanzados al mercado recientemente (IMS Health, 2015).

La estadística muestra el crecimiento de las ventas de la industria farmacéutica mundial desde 2008 hasta 2012 con una previsión desde 2013 hasta 2017. Entre los años 2011 y 2012, se registró un crecimiento del 2,5% en la industria y según las estimaciones se prevé que las ventas del sector continúen creciendo a lo largo de los próximos años hasta llegar a superar el billón de dólares en el año 2017 (Statista, 2017).

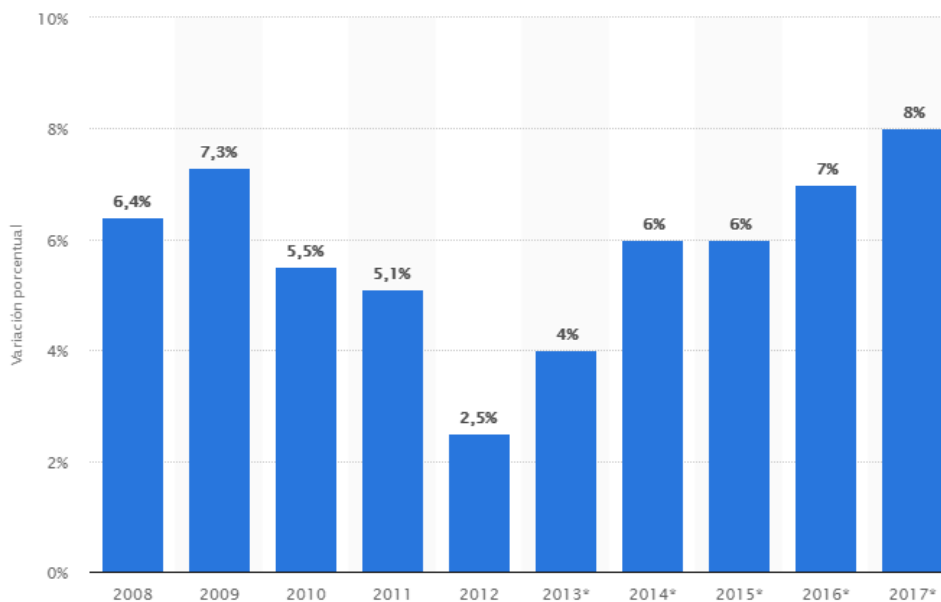


Figura 2. Crecimiento de las ventas de la industria farmacéutica mundial

Fuente: (statista, 2017)

El diario The Economist proyectaba en un estudio reciente sobre mercados emergentes que en 2017 China alcanzaría los 160.000 millones de dólares (aproximadamente 123.000 millones de euros) en ventas de medicamentos. En África, apuntaban, el tamaño del mercado es aún pequeño (The Economist, 2017).

Sin embargo, el rápido crecimiento de muchas grandes ciudades ofrece oportunidades interesantes para el desarrollo. El gasto farmacéutico en África puede llegar a alcanzar los 30.000 millones de dólares (23.140 millones de euros) en 2016, que contrastan con los 18.000 millones de dólares (13.890 millones de euros) registrados en 2012. De hecho, según la Organización Mundial de la Salud (OMS), África tiene el 11 por ciento de la población mundial, sin embargo, representa el 24 por ciento de la carga mundial de morbilidad.

Por otro lado, el repunte de las economías de varios países de América Latina ha convertido en esta región en un mercado muy atractivo para el sector farmacéutico. Actualmente se estima que sus ventas alcanzan los 70.000 millones de dólares (54.000 millones de euros). En concreto, Brasil, que es el mercado más grande de la región, creció un 10 por ciento en 2010, generando unas ventas de 26.000 millones de dólares (20.000 millones de euros).

El mercado indio también se muestra atractivo. La consultora Deloitte estima que en 2016 las ventas aumentarán un 14,4 por ciento, alcanzando los 27.000 millones de dólares (aproximadamente 21.000 millones de euros).

No obstante, la misma consultora apunta los inconvenientes que presenta este mercado, sobre todo, dice, “el control de precios de los medicamentos, la mala aplicación de la reglamentación, infraestructuras inadecuadas, la escasez de mano de obra cualificada o la falta de cumplimiento de los estándares mundiales de calidad” (The Economist, 2017).

El volumen de las ventas para ese año en los Estados Unidos fue de 425 millones de dólares más del doble para el valor previsto de economías europeas más avanzadas como el EU big 5 en las que se encuentra España (Statista, 2017). El siguiente cuadro estadístico muestra el volumen de ventas de la industria farmacéutica en diferentes países y grupos de países del mundo en el año 2011, además presenta una previsión para el año 2020.

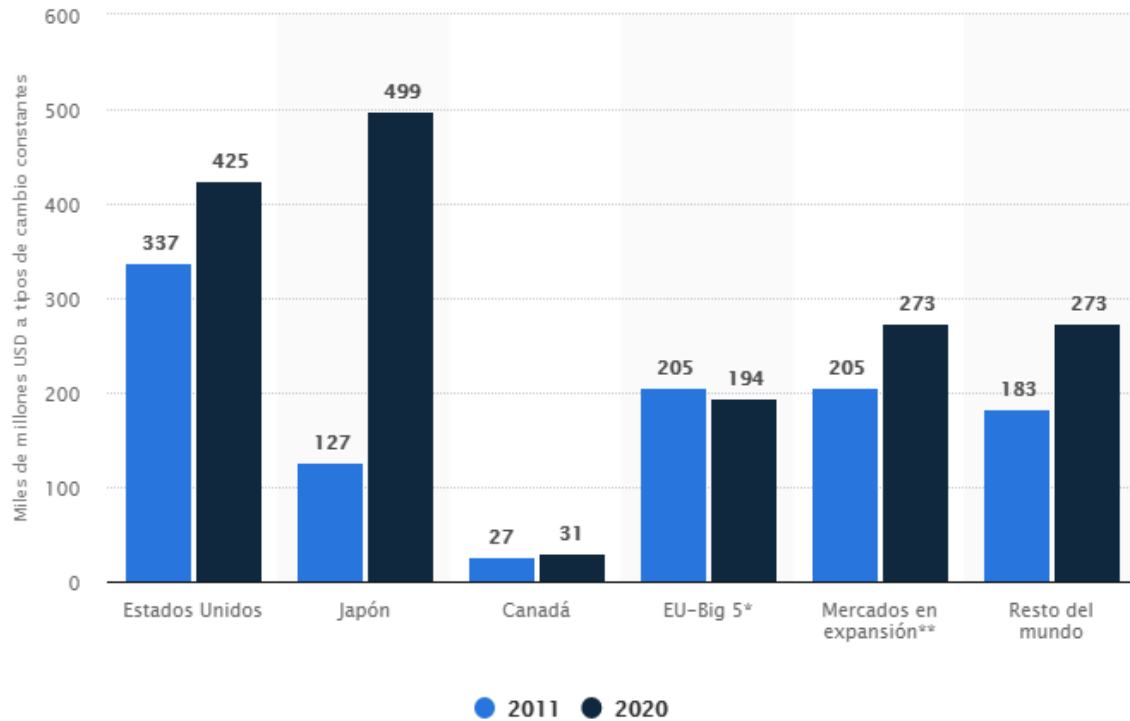


Figura 3. Volumen de ventas de la industria farmacéutica con previsión para el 2020

Fuente: (Statista, 2017)

2.1.2 ANALISIS DEL MICRO ENTORNO

Las farmacias en Honduras son un negocio que se renueva acorde con la forma en que se mueve el mercado y en la manera que las necesidades de los clientes aumentan. “Lo que uno ve ahora es que en las farmacias le venden de todo y eso es bueno porque lo benefician a uno como consumidor, no tenemos que visitar varios establecimientos”, dijo don Carlos Hernández un comerciante de 75 años quien hizo su compra y a la vez obtuvo un importante descuento de la tercera edad en una de las cadenas más importantes en Honduras.

Las cadenas de farmacia como Kielsa, Siman, Punto Farma, Del Ahorro, Regis, en nuestro país representan un porcentaje muy alto de la participación del mercado, la competencia y las necesidades de los clientes han obligado a los dueños de cadenas de farmacias, como a pequeñas farmacias a diversificar sus productos y no solo vender medicamentos, sino también otras mercancías para el uso personal, del hogar y de belleza. Otras venden alimentos empacados y

hasta abarrotes, a raíz de esa diversificación, es que las farmacias se han convertido en un negocio en el que se puede emprender, aunque según representantes de cadenas grandes el mercado se ha saturado.

En Honduras, existen desde pequeñas farmacias familiares hasta grandes cadenas a nivel nacional, el capital inicial para una pequeña botica asciende desde L. 0.5 millones hasta L 2 millones; mientras que la inversión para una farmacia grande puede hasta doblar el monto. Dependiendo de la variedad de productos, el monto para mantenerla activa ronda el medio millón (CDPC, 2007)

Tabla 1. Puntos de venta de farmacias en Honduras

Farmacia	Puntos	%
Punto Farma	30	1.75%
Farma City	52	3.03%
Vaver	60	3.49%
Del Ahorro	63	3.67%
Siman	113	6.58%
Regis	120	6.98%
Kielsa	180	10.48%
Independientes	1,100	64.03%
Total	1,718	100.00%

Fuente: (Elaboración propia, datos proporcionados por la cámara de comercio e industria de Santa Bárbara)

2.1.3 ANÁLISIS INTERNO

El departamento de Santa Bárbara fue fundado el 28 de junio de 1825, está situado en la zona Nor-occidental de Honduras y su cabecera departamental es la ciudad de Santa Bárbara.

La extensión territorial del departamento de Santa Bárbara es de 5,025 Kms², su población hasta el año 2015 era de 434,896 habitantes según el instituto nacional de estadística (INE). Su territorio está dividido en 28 municipios, 313 aldeas y 1,128 caseríos.

La actividad económica del departamento de Santa Bárbara es principalmente la ganadería con la cría de ganado vacuno, equino, porcino y aves de corral, la agricultura con cultivos de

Café, caña de azúcar, banano, plátano, frijol, cítricos, tabaco, pimienta y maíz, la apicultura. También se dedican a la elaboración y venta de artesanías, destacándose en esta industria en la elaboración de sombreros, canastas, alfombras y una gran variedad de artículos de junco y palma.

Además de todo esto, los habitantes de Santa Bárbara también se dedican a la minería, en este departamento se encuentra ubicada la Mina subterránea de El Mochito, considerada la más grande de Centroamérica. La Mina ha sido explotada desde 1948 por varias concesiones extranjeras que extraen de sus yacimientos minerales como el cadmio, cobre, plomo, zinc, plata y oro.

El departamento de Santa Bárbara cuenta con 22 farmacias distribuidas como lo muestra la Tabla 2.

Tabla 2. Puntos de venta de farmacias en Santa Bárbara

Número	Nombre de Farmacia	Ubicación
1	Espiritu Santo	Santa Barbara
2	Pineda	
3	San Juan	
4	Siman	
5	Santa Barbara	
6	San Jose	
7	Kielsa	
8	Ahorro	
9	San Nicolas	
10	Arada	
11	Vaver	
12	Regis	
13	San Miguel	
14	Cecilia	
15	Regis	Colinas
16	Regis	San Nicolas
17	Regis	Quimistan
18	Regis	Arada

Continuación de la tabla 2

Número	Nombre de Farmacia	Ubicación
19	Regis	Azacualpa
20	J&M	San Marcos
21	Regis	Trinidad
22	Dr. Farma	

Fuente: Cámara de Comercio e Industrias de Santa Bárbara

Como se muestra en la tabla 2 la cadena más fuerte es la farmacia Regis que está posicionada con 7 de las 22 Farmacias en todo el departamento de Santa Bárbara, y las cadenas como Kielsa, Siman y Ahorro que son las más fuerte en las grandes ciudades solo cuentan con una farmacia cada una, todas ubicadas en la Cabecera departamental.

Por lo que en este sector las farmacias independientes siguen dominando el mercado de la venta de medicamentos, y como lo mencionamos anteriormente la cadena Regis es la que ha logrado posicionarse como la única cadena de farmacias dentro del departamento.

En el sector salud el departamento cuenta con varias clínicas privadas ,7 centros de salud y un único hospital que está ubicado en el municipio de Santa Bárbara.

En la comunidad de La Ceibita se encuentra uno de los 7 centros de salud antes mencionado por lo que esto generaría una demanda de medicamento, puesto que la población de los lugares aledaños como ser: Pueblo Nuevo, Petoa, Agua Sucia, La Laguna y el tablón, acuden a este centro de salud para ser atendidos.

2.2 TEORIAS DE SUSTENTO

Con la revisión realizada se logró obtener información muy importante acerca de los enfoques de algunos autores sobre la prefactibilidad en proyectos de inversión cuyo desarrollo y análisis de los diferentes estudios que este tema abarca se detalla a continuación considerando teorías previas que den sustente al presente proyecto.

2.2.1 MODELO DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

Es un método de análisis muy utilizado para formular estrategias en muchas industrias, el carácter y las fuerzas competitivas nunca son las mismas en cada industria. El modelo de competencia de las cinco fuerzas de Porter es por mucho la herramienta más poderosa y de mayor uso para diagnosticar de manera sistemática las principales presiones competitivas en un mercado y evaluar la fortaleza e importancia de cada una, este modelo sostiene que las fuerzas competitivas que afectan la rentabilidad de la industria trascienden la rivalidad entre competidores e incluye presiones que nacen de cuatro fuentes coexistentes, como se muestra en la figura 4.

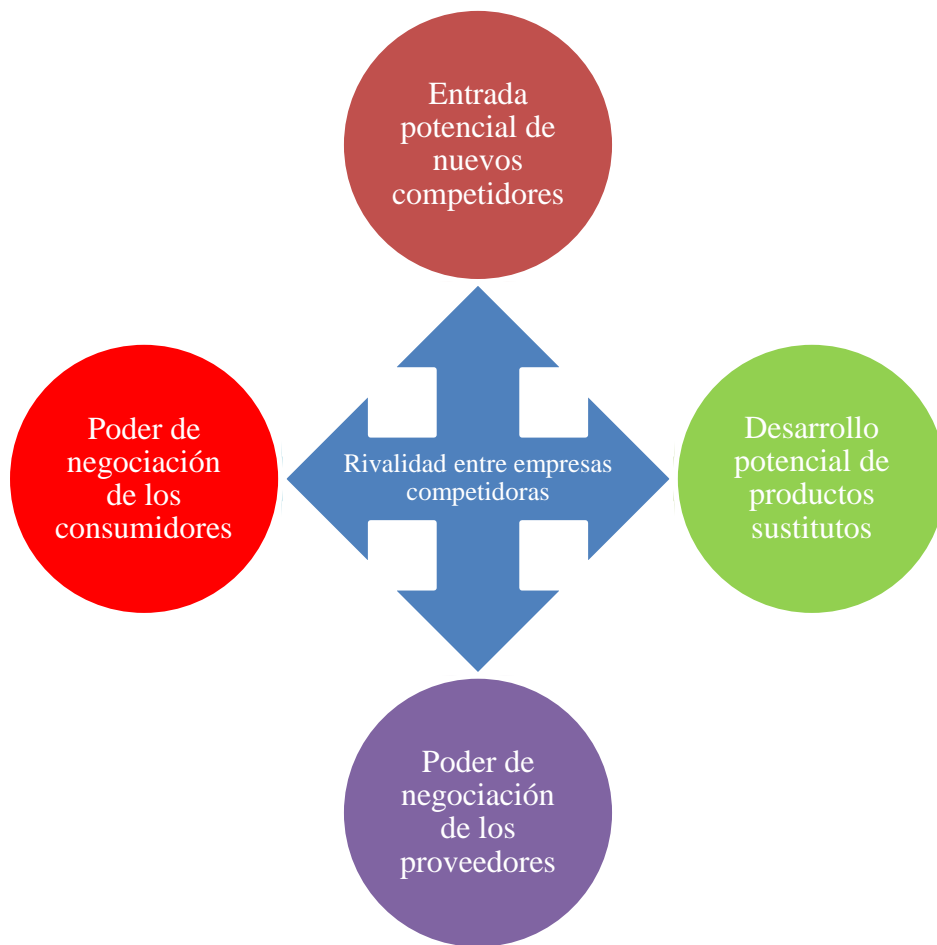


Figura 4. Modelo de las 5 fuerzas de Porter

Fuente: (Sánchez Soto & Thompson, 2016)

El uso del modelo de cinco fuerzas para determinar la naturaleza y fortaleza de las presiones competitivas en una industria determinada implica elaborar un cuadro de la competencia en tres etapas:

- Etapa 1: Para cada una de las cinco fuerzas, identificar las partes que intervienen junto con los factores específicos que acarrearán las presiones competitivas.

- Etapa 2: Evaluar la fortaleza de las presiones que comprende cada una de las cinco fuerzas (alta, moderada, o baja).

- Etapa 3: Determinar si la fortaleza colectiva de las cinco fuerzas competitivas permite ganar beneficios atractivos (Sánchez Soto & Thompson, 2016, p. 54)

2.2.2 RIVALIDAD ENTRE EMPRESAS COMPETIDORAS.

La rivalidad entre empresas competidoras es por lo general la más poderosa de las cinco fuerzas competitivas. Las estrategias que sigue una empresa tienen éxito sólo en la medida que proporcione una ventaja competitiva sobre las estrategias que aplican las empresas rivales. Los cambios en la estrategia de una empresa se enfrentan por medio de acciones contrarias, como la reducción de precios, el mejoramiento de la calidad, la adición de características, la entrega de servicios, la prolongación de las garantías y el aumento de la publicidad.

Podemos ver esta rivalidad entre las grandes cadenas de farmacias a nivel mundial y nacional muchas de ellas ofrecen servicios médicos dentro de los establecimientos de las farmacias para así poder sobrellevar las ventajas competitivas de sus rivales y así enfrentarlos dentro del rubro farmacéutico, así como productos exclusivos de sus laboratorios, o grandes campañas de publicidad, proyección social (David & Sánchez Carrión, 2003, p. 100).

2.2.3 ENTRADA POTENCIAL DE NUEVOS COMPETIDORES

Siempre que empresas nuevas ingresan con facilidad a una industria en particular, la intensidad de la competencia entre las empresas aumenta; sin embargo, entre las barreras de ingreso están la necesidad de lograr economías de escala con rapidez, la necesidad de obtener

conocimiento especializado y tecnología, la falta de experiencia, la lealtad firme de los clientes, las fuertes preferencias de marca, el requerimiento de un gran capital, la falta de canales de distribución adecuados, las políticas reguladoras gubernamentales, los aranceles, la falta de acceso a materias primas, la posesión de patentes, las ubicaciones poco atractivas, los ataques de empresas arraigadas y la saturación potencial del mercado.

A pesar de las diversas barreras de ingreso, algunas empresas nuevas entran a las industrias con productos de excelente calidad, precios bajos y recursos de mercadotecnia importantes; por lo tanto, el trabajo del estratega consiste en identificar a las empresas nuevas que tienen la posibilidad de ingresar al mercado, vigilar las estrategias de las nuevas empresas rivales, contraatacar si es necesario y obtener provecho de las fortalezas y oportunidades existentes (David & Sánchez Carrión, 2003, p. 100).

2.2.4 DESARROLLO POTENCIAL DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

En muchas industrias, las empresas compiten de cerca con los fabricantes de productos sustitutos de otras industrias. Como ejemplos están los fabricantes de contenedores de plástico que compiten con aquellos que fabrican recipientes de vidrio, cartón y aluminio; así como los productores de acetaminofén que compiten con otros productores de medicamentos contra el dolor de cabeza y los dolores en general. La presencia de productos sustitutos coloca un tope en el precio que se cobra antes de que los consumidores cambien a un producto sustituto.

Las presiones competitivas que surgen de los productos sustitutos aumentan conforme el precio relativo de estos productos declina y conforme el costo por el cambio de clientes se reduce.

La fortaleza competitiva de los productos sustitutos se mide mejor por los avances que éstos obtienen en la participación en el mercado, así como por los planes que tienen las empresas para aumentar su capacidad y penetración en el mercado (David & Sánchez Carrión, 2003, p. 101).

2.2.5 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

El poder de negociación de los proveedores afecta la intensidad de la competencia en una industria, sobre todo cuando existen muchos proveedores, cuando sólo hay algunas materias primas sustitutas adecuadas o cuando el costo de cambiar las materias primas es demasiado alto. Tanto los proveedores como los productores deben ayudarse mutuamente con precios razonables, mejor calidad, desarrollo de nuevos servicios, entregas a tiempo y costos de inventario reducidos para mejorar la rentabilidad a largo plazo en beneficios de todos.

Las empresas deben seguir una estrategia de integración hacia atrás para obtener el control o la propiedad de los proveedores. Esta estrategia es eficaz sobre todo cuando los proveedores son poco confiables, demasiado costosos o incapaces de satisfacer las necesidades de una empresa en forma consistente. Las empresas negocian, por lo general, términos más favorables con los proveedores cuando la integración hacia atrás es una estrategia utilizada comúnmente entre empresas rivales en una industria (David & Sánchez Carrión, 2003, p. 101).

2.2.6 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CONSUMIDORES

Cuando los clientes están concentrados en un lugar, son muchos o compran por volumen, su poder de negociación representa una fuerza importante que afecta la intensidad de la competencia en una industria. Las empresas rivales ofrecen garantías prolongadas o servicios especiales para ganar la lealtad de los clientes, siempre y cuando el poder de negociación de los consumidores sea significativo.

El poder de negociación de los consumidores es también mayor cuando los productos que se adquieren son estándar o poco diferenciados. Cuando esto ocurre, los consumidores negocian precio de venta, cobertura de la garantía y paquetes adicionales en mayor grado. El incremento dramático en el poder de negociación de los consumidores que produce el uso de Internet es una amenaza externa importante (David & Sánchez Carrión, 2003, p. 101).

2.3 EVALUACION DE PROYECTOS

Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana. en este sentido puede haber diferentes ideas , inversiones , de monto distinto, tecnología y metodologías con diferentes enfoques, pero todas ellas destinadas a satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como puede ser: educación, alimentación , salud , ambiente y cultura. El proyecto de inversión es un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporciona insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio útil a la sociedad.

La evaluación de un proyecto de inversión, cualquiera que sea tiene como objetivo conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que se asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable, solo así es posible asignar los recursos económicos a la mejor alternativa.

En la actualidad una inversión inteligente requiere una base que la justifique, y dicha base es precisamente un proyecto estructurado y evaluado que indique la pauta a seguir, en la necesidad de elaborar un proyecto.

Una decisión siempre debe estar fundada sobre un sinnúmero de antecedentes con la aplicación de una metodología lógica que abarque la consideración de todos los factores que participen y afectan al proyecto, pero esto no garantiza que el dinero que se invierte estará exento de riesgo puesto que el futuro siempre es incierto y los análisis por muy profundos que sea no toman en cuenta los factores fortuitos , como huelgas , incendios , derrumbes u otro hecho que no se puede predecir, estos factores también provienen del ámbito económico o político como es el caso de las drásticas devaluaciones monetarias , la atonía, los golpes de estado u otros acontecimientos que afecten gravemente la rentabilidad y la estabilidad de la empresa.

Una evaluación de proyectos se divide en cuatro estudios importantes detallados a continuación en la figura 5.

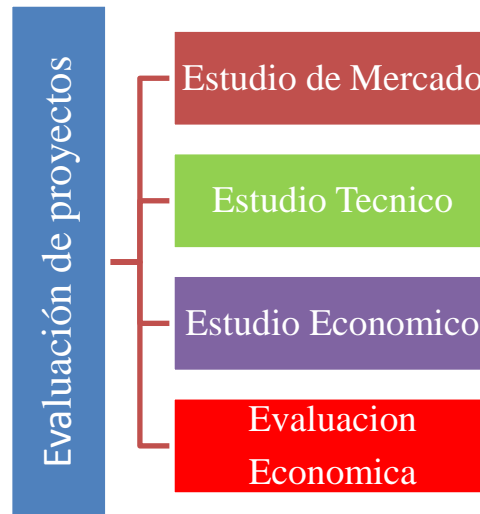


Figura 5. Estudios que conforman una evaluación de proyectos

Fuente: (Baca Urbina, 2013)

2.3.1 ESTUDIO DE MERCADO

Esta primera parte consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización, el objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado, la política de precios, la mejor forma de comercializar el producto y sobre todo si existe un mercado viable para el producto que se pretende introducir al mismo (Baca Urbina, 2013, p. 5).

2.3.2 ESTUDIO TÉCNICO

Investigación que consta de determinar el tamaño óptimo del establecimiento, donde es necesario planear una serie de alternativas cuando no se conoce y domina a la perfección la tecnología que se empleara ; la determinación de la localización optima, en este punto es necesario tomar en cuenta no solo los factores cuantitativos como el costo del transporte del producto , sino también los aspectos cualitativos como apoyo fiscales, el clima , la actitud de la comunidad y otros aspectos importantes; la determinación de la ingeniería del proyecto que no es más que el análisis y la selección de los equipos necesarios , la distribución física de cada uno de

ellos así como la distribución general en la que se calcula todas y cada una de las áreas que formaran la empresa, y por ultimo pero no menos importante el análisis organizativo, .administrativo y legal (Baca Urbina, 2013, p. 6).

2.3.3 ESTUDIO ECONÓMICO

Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporciona las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirve de base para la evaluación económica.

Comienza con la determinación de los costos totales y de la inversión inicial a partir de los estudios técnicos , otro de sus puntos importantes es el cálculo del capital de trabajo , que aunque también es parte de la inversión inicial no está sujeto a depreciación ni amortización , dada su naturaleza liquida, los aspectos que sirven de base para la siguiente etapa, que es la evaluación económica son la determinación de la tasa de rendimiento mínima aceptada y el cálculo de los flujos netos de efectivo, ambos se calculan con y sin financiamiento (Baca Urbina, 2013, p. 6).

2.3.4 EVALUACION ECONOMICA

Describe los métodos que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa interna de rendimiento y el valor presente neto y se comparan con métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y en ambos se muestra su aplicación práctica. Esta parte es la que permitirá decidir la implementación del proyecto (Baca Urbina, 2013, p. 7).

2.4 MARCO LEGAL

Es de suma importancia conocer los requisitos y aspectos legales que deben ser cumplidos para poder iniciar operaciones de una empresa en Honduras.

Para el rubro de la distribución de medicamentos objeto de este estudio es necesario además de los aspectos legales enumerados en el código de comercio, gestionar Licencia Sanitaria y algunos otros permisos que describiremos a continuación:

2.4.1 OBTENCIÓN DE ESCRITURA PÚBLICA

La escritura pública es un instrumento o documento público y legal que contiene los nombres de las personas que conforman la organización, el nombre o razón social y que tipo es, el capital inicial, su duración, su naturaleza y objeto.

Se deberá hacer este trámite con un notario público el cual necesitará los siguientes requisitos

1. El nombre o la razón social del comerciante
2. Descripción de la actividad a la que se dedicara la empresa u organización.
3. Domicilio o dirección de la empresa u organización
4. Capital inicial que dependerá de la personería jurídica a adoptar
5. Fotocopia de los documentos personales de la persona en caso de constituirse como comerciante individual o el de cada uno de los socios en caso de una sociedad, tales como Tarjeta de identidad, registro tributario nacional (RTN) y solvencia municipal.

Completado los datos y documentos el notario público procederá a elaborar la escritura de constitución, para ello deberá adquirir timbres fiscales según el monto de la inversión y luego publicar el aviso de declaración de comerciante individual o sociedad en el diario oficial de la gaceta o en el diario de mayor circulación a nivel nacional.

2.4.2 INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO MERCANTIL

Toda empresa o persona constituida deberá registrar su escritura de constitución en el registro mercantil. Este trámite se realiza en la cámara de comercio e industrias de Tegucigalpa, Pero en el resto del país se hace en el instituto de la propiedad.

2.4.2.1 REQUISITOS PARA REGISTRAR COMERCIANTES INDIVIDUALES

1. Original y copia de la escritura de constitución
2. Recibo de pago de derecho registrales original y copia

3. Copia de la publicación de la constitución en el diario oficial la gaceta o en el diario de mayor circulación a nivel nacional.

2.4.2.2 REQUISITOS PARA REGISTRAR SOCIEDADES MERCANTILES

Serán los mismo que los requisitos para un comerciante individual, con la salvedad que las sociedades mercantiles deberán de presentar la copia del depósito bancario por concepto del capital de constitución de la empresa, este valor debe de coincidir con el que aparece en la escritura de constitución.

Si por alguna razón no se puede presentar copia del depósito bancario, en la escritura de constitución, el notario dará fe de haber tenido a la vista el depósito de la cantidad relacionada, y de esta manera se da por cumplido el requisito.

2.4.3 SOLICITUD DEL REGISTRO TRIBUTARIO NACIONAL (RTN)

El registro tributario nacional es el mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a las personas naturales o jurídicas que tiene obligaciones ante el servicio de administración tributaria (SAR).

2.4.3.1 REQUISITOS PARA RTN DE COMERCIANTE INDIVIDUAL:

1. Formulario de inscripción (Forma DEI 410) el cual se obtiene gratuitamente en las ventanillas de atención al público del SAR, el cual se completará debidamente.
2. Fotocopia de la tarjeta de identidad
3. Fotocopia de la escritura de constitución como comerciante individual
4. Acreditación del domicilio con una factura o recibo de la EEH, HONDUTEL, SANAA u otro servicio público.

2.4.3.2 REQUISITOS PARA RTN DE EMPRESA MERCANTIL

1. Formulario de inscripción (Forma DEI 410) el cual se obtiene gratuitamente en las ventanillas de atención al público del SAR, el cual se completará debidamente.
2. Fotocopia de escritura de constitución o carta de autorización extendida por el notario.

3. Fotocopia del RTN del notario que autorizo la escritura de constitución.
4. Fotocopia de las tarjetas de identidad de los socios.
5. Copia de identidad y RTN del gerente o presidente.

2.4.4 LICENCIAS Y REGISTROS REQUERIDOS

A continuación, se detalla las diferentes licencias y tipos de registros con los que debe contar el negocio para su funcionamiento.

2.4.4.1 REGISTRO EN LA CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIAS

Es obligatorio que todo comerciante y/o sociedad mercantil se registre en la cámara de comercio e industrias correspondientes al municipio en el cual funcionaran la empresa u organización (según el art #384 del código de comercio), sin este registro las alcaldías no autorizan el permiso de operación.

Presentar en la ventanilla de atención al público los siguientes requisitos:

1. Llenar y firmar solicitud de afiliación
2. Una copia del registro tributario nacional numérico de la empresa (RTN)
3. Escritura Original
4. Pago por registro a la cámara de comercio, el cálculo se hará según la tabla de pago vigente detallada a continuación:

Tabla 3. Cuota de ingreso en base al capital máximo según escritura de constitución.

Categoría	Desde	Hasta	Monto a pagar
1	L 6,000,001.00	en adelante	L. 7,000.00
2	L. 3,000,001.00	L. 6,000,000.00	L. 5,500.00
3	L. 600,001.00	L. 3,000,000.00	L. 4,000.00
4	L. 100,001.00	L. 600,000.00	L. 1,500.00
5	L. 5,000.00	L. 100,000.00	L. 700.00

Fuente (CCISB, 2017)

2.4.4.2 PERMISOS MUNICIPALES

A continuación, se describen los diferentes permisos municipales necesarios para la apertura y funcionamiento de la farmacia.

2.4.4.2.1 PERMISO DE OPERACIÓN

Documento extendido por las municipales para garantizar que las empresas están funcionando debidamente y conforme a la ley de municipalidades de cada municipio.

Requisitos:

1. Llenar el formulario único o la forma 05, que es una declaración jurada de las ventas que espera realizar en el año de operación de enero a diciembre.
2. Constancia de donde se ubica el negocio, se adjunta un croquis del local y su respectiva clave catastral.
3. Fotocopia de tarjeta de identidad del representante legal.
4. Fotocopia de solvencia municipal
5. Fotocopia de la escritura de la constitución de comerciante individual o de sociedad con el sello de la cámara de comercio e industrias y Registro tributario nacional.
6. Recibo de pago del impuesto de bienes inmuebles del local donde operara la empresa, si es propio. Si es alquilado presentar el contrato de arrendamiento del local donde operara la empresa, con su número de clave catastral.

2.4.4.2.2 REQUISITOS PARA RENOVACIÓN DEL PERMISO DE OPERACIÓN

1. Presentar el formulario único de declaración jurada del impuesto de Industrias comercio y servicio, para permiso de operación con toda la información requerida, marcando la casilla de renovación correspondiente al trámite.
2. Fotocopia de tarjeta de identidad del representante legal.
3. El contribuyente deberá de estar solvente en el pago del Impuesto sobre industrias comercio y servicios de años anteriores, de lo contrario tendrá que ponerse al día.

2.4.4.3 AUTORIZACIÓN DE LIBROS CONTABLES

Requisitos

1. Permiso de operación vigente
2. Recibo de pago en la tesorería municipal por volumen de ventas.
3. Llevar los libros foliados y rotulados de cuál será el uso.

Deberá presentarse en la secretaria municipal para este trámite y se pagará por cada hoja el valor establecido para que sean sellados y autorizados por el alcalde.

2.4.4.4 PERMISO PARA INSTALAR ROTULO

Este trámite se realiza en la alcaldía del municipio donde operara la empresa u organización y está regulado por el plan de arbitrios de cada municipalidad

Requisitos en Colegio Químico Farmacéutico

1. Historial profesional del Dr. En química y farmacia en el formato del Colegio Químico
2. Constancia de solvencia de colegiación
3. Croquis externo del local detallando calles, Avenida, numero de local o casa y puntos de referencias (impreso en computadora.) OBSERVACIÓN: si el local estará ubicado en un Mall, mercado, supermercado, Centro Comercial, deberá anexar croquis de los mismos, identificando el No. del local solicitado.
4. Croquis interno con las dimensiones del local especificando las áreas: Escritorio del Regente (dentro del área de atención al cliente), apartado de productos controlados (en lugar discreto), refrigeradora, área sanitaria, estantes, mostradores, área de espera con sillas para el público (impreso en computadora).
5. Fotografías internas y externas del local: escritorio y silla de oficina para el Regente, Paredes, pisos, techos, puertas en condiciones óptimas, iluminación,

ventilación apropiada, y condiciones higiénicas sanitarias; Originales a colores, (pegados ó impresos en papel).

6. Contrato de Honorarios por Servicios Profesionales por Apertura, Autenticado y Comprobante de pago, en depósito en cuenta bancaria.
7. Fotocopia de documentos personales del solicitante (identidad, carnet de colegiación) y del propietario o representante legal de la empresa (tarjeta de identidad, RTN de la empresa o personal).
8. Fotocopia de la Declaración de Comerciante Individual o Constitución de Sociedad, debidamente inscrita en el Registro de la Propiedad (en caso de aperturas, cambio de propietario u otros autorizados por el Colegio, presentar la misma con certificado de autenticidad original).
9. Copia de Permiso de Operación emitido por la Alcaldía Municipal correspondiente.
10. Tres fotografías iguales, tamaño carnet. recientes y vestimenta formal (En el caso de Zona Nor-occidental se presentarán 4 fotografías).
11. Comprobantes de pagos correspondientes al trámite solicitado, previa autorización por Inspectoría.
12. Expediente original y una fotocopia en sus respectivos folders tamaño oficio con fastener No.8 colocados en la parte superior, Solo en el caso de la zona Nor-Occidental se presentará el expediente original y dos fotocopias del mismo

2.4.5 LICENCIA SANITARIA.

La licencia sanitaria es la autorización para que un establecimiento pueda fabricar, importar, exportar, transportar, distribuir, manipular, almacenar, envasar, expender y dispensar productos de interés sanitario, así como brindar servicios de salud, una vez que cumpla con todos los requisitos técnicos y legales.

Debe obtener licencia sanitaria las siguientes empresas: Droguerías, distribuidoras, farmacias, puestos de venta de medicamentos, botiquines de emergencia, establecimientos de salud (centros o clínicas médicas, consultorios, estéticas, centros de nutrición, odontológicos, hospitales, laboratorios y ambulancias: terrestre, aéreas y marítimas).

Las licencias para establecimientos que se dedican a la fabricación y venta de alimentos de consumo humano (sitios donde se fabrican, manipulan, venden y sirven alimentos y bebidas, vehículos que transportan alimentos y puestos de venta de alimentos, en las vías públicas), se tramitaran a la secretaria de salud, departamento de regulación sanitaria y ambiente de la región departamental de Santa bárbara. La licencia sanitaria para establecimientos de interés sanitario, a opción del interesado tendrá vigencia de dos (2), cuatro (4) y seis (6) años a partir de la fecha de su otorgamiento.

2.4.5.1 TRÁMITE

Presentar solicitud que indique: “Se solicita licencia sanitaria”, con la siguiente información:

1. Órgano al que se dirige: Región Sanitaria departamental de Santa Bárbara
2. Nombre y generales del propietario, o representante legal de la empresa
3. Razón o denominación de la sociedad
4. Nombre del establecimiento y actividad a la que se dedica
5. Dirección exacta del establecimiento incluyendo teléfono, fax y correo electrónico.
6. Lugar y fecha de la solicitud
7. Firma del solicitante.

2.4.5.2 DOCUMENTOS A PRESENTAR

1. Poder otorgado al profesional del derecho
2. Fotocopia de la escritura de constitución de la empresa o comerciante individual debidamente inscrita en el registro de la propiedad inmueble y mercantil
3. Fotocopia del documento que acredite al profesional que actuara como regente, director médico, cuando proceda.
4. Recibo de pago por servicio de licencia sanitaria
5. Presentación de los planos de las instalaciones físicas, eléctricas, agua potable y aguas residuales del establecimiento aprobados por la alcaldía correspondiente cuando proceda.

6. Los Vehículos y medios de transporte de productos alimenticios y servicios de salud (ambulancias, servicios móviles) deberán presentar la boleta de revisión del medio de transporte y documento legal que lo acredite.

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

Después de desarrollar el capítulo I en el cual se detalla el planteamiento del problema y se definen los objetivos de la investigación y se describió el marco teórico en el capítulo II, es necesario determinar qué tipo de metodología se utilizará para la investigación, Como metodología se denomina la serie de métodos y técnicas de rigor científico que se aplican sistemáticamente durante un proceso de investigación para alcanzar un resultado teóricamente válido.

3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA

Una Investigación eficaz debe contar con una metodología bien definida y que dé certeza de que cada uno de los elementos tenga coherencia procurando darle una estructura lógica con el propósito de dar respuesta a las preguntas de investigación.

3.1.1 MATRIZ METODOLÓGICA

Tabla 4. Matriz Metodológica

Título	Problema	Preguntas de Investigación	Objetivos		Variables	
			General	Específicos	Independiente	Dependiente
Prefactibilidad de una farmacia en la comunidad de La Ceibita, Quimistán, Santa Bárbara	¿Cuán factible es la apertura de una farmacia en la comunidad de La Ceibita, Quimistán, Santa Bárbara, desde el punto de vista de mercado, técnico y financiero?	1. ¿Cuál es la oferta y demanda que existe en el sector de La Ceibita Santa Bárbara para la apertura de una farmacia?	Determinar la factibilidad mediante un estudio de mercado, técnico y financiero para la apertura de una farmacia en la comunidad de La Ceibita en el municipio de Quimistán, Santa Bárbara.	1. Realizar un estudio de mercado que permita definir la oferta y demanda para la apertura de una farmacia en la comunidad de La Ceibita, Quimistán, Santa Bárbara.	Estudio de Mercado	Tasa Interna de Rendimiento

Continuación de la tabla 4

Título	Problema	Preguntas de Investigación	Objetivos		Variables	
			General	Específicos	Independientes	Dependiente
Prefactibilidad de una farmacia en la comunidad de La Ceibita, Quimistán, Santa Bárbara	¿Cuán factible es la apertura de una farmacia en la comunidad de La Ceibita, Quimistán, Santa Bárbara, desde el punto de vista de mercado, técnico y financiero?	2. ¿Cuál es el costo de la inversión para crear este negocio?	Determinar la factibilidad mediante un estudio de mercado, técnico y financiero para la apertura de una farmacia en la comunidad de La Ceibita en el municipio de Quimistán, Santa Bárbara.	2. Calcular el costo de la inversión para crear este negocio.	Estudio Técnico	Tasa Interna de Rendimiento
		3. ¿Qué tan rentable es la apertura de la farmacia y cuál es el tiempo de recuperación de la inversión?		3. Desarrollar un estudio financiero que cuantifique la rentabilidad y el retorno de la inversión.	Estudio Financiero	

Fuente: (Elaboración propia)

3.1.2 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Es un proceso metodológico que consiste en descomponer deductivamente las variables que componen el problema de investigación, partiendo de lo más general a lo más específico, con la finalidad de convertir un concepto abstracto en uno empírico, susceptible de ser medido a través de la aplicación de un instrumento.

Para una investigación correcta se realice de forma correcta es fundamental definir de manera conceptual y operacional las variables independientes y dependientes, para obtener una definición clara del proceso.

Tabla 5. Operacionalización de las variables

Variable	Definición	Dimensión	Indicador	Fuente
Estudio de mercado	Investigación que consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.	Demanda	Cantidad de Clientes	Encuesta
		Oferta	Principales Competidores	Encuesta
		Precio	Standard de mercado	Encuesta
		Comercialización	Mercadeo	Encuesta
Estudio Técnico	Optimización de recursos disponibles, procesos y equipos necesarios para la marcha del proyecto.	Localización	Seguridad	Análisis multicriterio
			Accesibilidad	Análisis multicriterio
			Arrendamiento	Análisis multicriterio
		Recurso Humano	Puestos	Análisis de Capacidades
		Equipo	Equipos y mobiliario	Análisis de Capacidades
Estudio financiero	Análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.	Inversión Inicial	Lempiras	Teoría Fundamentada
		Costo	Lempiras	Teoría Fundamentada
		Utilidades	Lempiras	Teoría Fundamentada
		Impuestos	Lempiras	Teoría Fundamentada
		Depreciación	Lempiras	Teoría Fundamentada
		Devaluación	Tasa de depreciación (%)	Teoría Fundamentada
		Inflación	Tasa inflacionaria (%)	Teoría Fundamentada
		Valor Presente Neto	Lempiras	Teoría Fundamentada
		Tasa Interna de retorno	TIR (%)	Teoría Fundamentada

3.1.3 HIPÓTESIS

H1: Si es rentable invertir en la apertura de una farmacia en el sector de La Ceibita, Quimistán, Santa Bárbara, porque genera una tasa interna de rendimiento mayor al costo de capital.

H0: No es rentable invertir en la apertura de una farmacia en el sector de La Ceibita, Quimistán, Santa Bárbara, porque genera una tasa interna de rendimiento menor o igual al costo de capital.

3.2 MÉTODOS

3.2.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACION

El enfoque utilizado para esta proyecto es el mixto con dominancia cuantitativa, (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010) afirma: “implica un proceso de recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema” (p. 544).

Además el enfoque mixto “ayuda a formular el planteamiento del problema con mayor claridad, produce datos más ricos y variados, potencia la creatividad teórica, apoya con mayor solidez las inferencias científicas, y permite una mejor exploración y explotación de los datos” (Hernández Sampieri et al., 2010, p. 594).

A continuación, se presenta un esquema del enfoque metodológico que desarrollara en el presente trabajo de investigación.

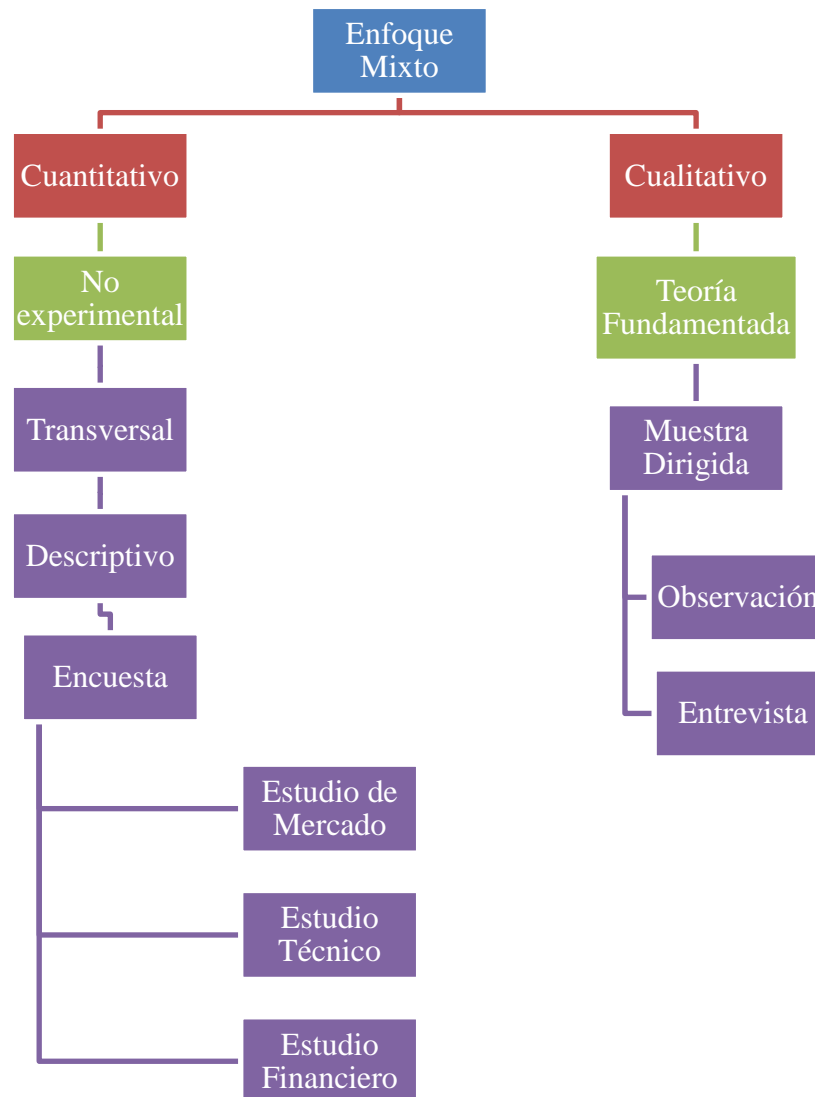


Figura 6. Esquema de enfoque metodológico

En la figura 6 se muestra la estrategia a seguir para obtener la información necesaria para el trabajo de investigación, para soporte en el análisis de las hipótesis formuladas.

Enfoque cuantitativo Usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías (Hernández Sampieri et al., 2010, p. 4)

La investigación no experimental son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para

después analizarlos (Hernández Sampieri et al., 2010, p. 144). La presente investigación es no experimental porque no se manipulan las variables del estudio.

Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (Hernández Sampieri et al., 2010, p. 151).

En algunas ocasiones las investigaciones se centran en evaluar una situación, comunidad, evento, fenómeno o contexto en un punto del tiempo, como es el caso de la investigación para la apertura de una farmacia en la comunidad de La Ceibita en Quimistán, Santa Bárbara.

El alcance de la investigación es descriptivo, este tipo de diseño indagan la incidencia de las modalidades, categorías o niveles de una o más variables en una población (Hernández Sampieri et al., 2010, p. 152) y busca la recolección de información para describir si el estudio para la apertura de una farmacia en La Ceibita, Quimistán, Santa Bárbara es viable o no.

En la investigación se considerarán tres estudios claves para el proyecto, los cuales serán fundamentales para llevar a cabo las preguntas de investigación y objetivos descritos en el capítulo I para llevar un orden lógico y de acuerdo al área de estudio a la que pertenecen.

- 1) Estudio de mercado: Es un estudio de demanda, oferta y precios de un bien o servicio, requiere de análisis complejos y se constituye en la parte más crítica de la formulación de un proyecto, su importancia está en que recoge toda la información sobre los productos o servicios que supone suministrará el proyecto, y porque aporta información valiosa para la decisión final de invertir o no en un proyecto de inversión (Meza Orozco, 2013, p. 22) con este estudio se dará respuesta a la pregunta y objetivo siguiente:

Pregunta 1. ¿Cuál es la oferta y demanda que existe en el sector de La Ceibita Santa Bárbara para la apertura de una farmacia?

Con el Objetivo, 1.- Realizar un estudio de mercado que permita definir la oferta y demanda para la apertura de una farmacia en la comunidad de La Ceibita, Santa Bárbara.

- 2) Estudio técnico: Con el estudio técnico se pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto, o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto.

El objetivo principal de este estudio es determinar si es posible lograr producir y vender el producto o servicio con la calidad, cantidad y costo requerido; para ello es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, procesos, recursos humanos (Meza Orozco, 2013, p. 23) con este estudio se dará respuesta a la pregunta y objetivo siguiente:

Pregunta 2. ¿Cuál es el costo de la inversión para crear este negocio?

Con el objetivo, 2.- Calcular el costo de la inversión para crear este negocio.

- 3) Estudio Financiero: Con el estudio financiero se cuantifica el monto de las inversiones necesarias para que el proyecto entre en operación y a definir los ingresos y costos durante el período de evaluación del proyecto.

Con esta información se realiza, a través de indicadores de rentabilidad, la evaluación financiera del proyecto (Meza Orozco, 2013, p. 29) Con este estudio se dará respuesta a la pregunta y objetivo detallado a continuación:

Pregunta 3. ¿Qué tan rentable es la apertura de la farmacia y cuál es el tiempo de recuperación de la inversión?

Con el Objetivo, 3.- Desarrollar un estudio financiero que cuantifique la rentabilidad y el retorno de la inversión.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación es el plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea (Hernández Sampieri et al., 2010, p. 120) para la realización de la investigación es necesario identificar la población y de ella la muestra.

3.3.1 POBLACIÓN

Población o universo Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones. la calidad de un trabajo investigativo estriba en delimitar claramente la población con base en el planteamiento del problema (Hernández Sampieri et al., 2010, p. 174) para este estudio la población objeto de investigación serán las personas económicamente activas que habitan en las comunidades de La Ceibita , Petoa, Pueblo Nuevo y el Tablón. Que según datos proporcionados por el Instituto Nacional de estadísticas son un estimado de 6,187 habitantes, incluyendo mujeres y hombres.

3.3.2 MUESTRA

La muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión, éste deberá ser representativo de dicha población (Hernández Sampieri et al., 2010, p. 173)

La técnica de muestra utilizada en este estudio será la probalística simple, “se elige de tal manera que cada muestra posible del mismo tamaño tiene igual probabilidad de ser seleccionada de la población” (Benassini, 2009, p. 187) tomando en cuenta que se conoce el número de habitantes se calcula utilizando la ecuación que se expresa a continuación:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Dónde:

n es el tamaño de la muestra

N es el tamaño de la población = 6,187 habitantes

Z es el nivel de confianza = 0.95

p es la probabilidad de éxito = 0.5

q es la probabilidad de fracaso = 0.5

d es la precisión o nivel máximo de error admisible en términos de proporción = 0.05

Al tener identificadas las variables la formula se plantea de la forma siguiente:

$$n = \frac{6187 * 1.96_a^2 * 0.50 * 0.50}{0.05^2 * (6187 - 1) + 1.96_a^2 * 0.50 * 0.50}$$

Al resolver la ecuación antes expuesta el resultado de la muestra es:

$$n = 362$$

Por lo que según la fórmula de la población finita y conocida el número de encuestas a aplicar en el sector de La Ceibita y alrededores es de 362.

3.3.3 UNIDAD DEL ANÁLISIS

La unidad de análisis se centra en qué o quiénes, es decir, en los participantes, objetos, sucesos o comunidades de estudio, también denominados casos o elementos, lo cual depende del planteamiento de la investigación y de los alcances del estudio (Hernández Sampieri et al., 2010)

Para Seleccionar una muestra se debe definir las unidades de análisis que indiquen de donde se recolectaron los datos. Las unidades pueden ser objetos, sujetos, comunidades o elementos, las mismas dependen del planteamiento del problema y el alcance de la investigación para ser determinada, para el presente estudio la unidad de análisis abarca los clientes potenciales con las características descritas en la tabla 6.

Tabla 6. Unidad de análisis

Características	Unidades de análisis
Género	Todo Género
Lugar de residencia	La Ceibita Petoa Pueblo Nuevo El Tablón
Edad	de 18 años en adelante
Educación	Cualquiera
Ingresos	Mayores a L.500.00

En la tabla 6 se describe la unidad de análisis del estudio para la selección de la muestra de la población que según datos del Instituto Nacional de Estadística en el área seleccionada hay un total de 19,422 habitantes de los cuales la población económicamente activa asciende a 6,187 habitantes, esto nos indica que la muestra de tipo probabilístico que debemos llevar a cabo y a las cuales se aplicaran encuesta es de 362.

3.3.4 UNIDAD DE RESPUESTA

La unidad de respuesta se compone por las variables que afectan la tasa interna de retorno, la cual es un indicador de la rentabilidad económica del proyecto que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial, por lo tanto, la unidad de respuesta para este estudio será la tasa interna de retorno.

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS

Una vez que seleccionamos el diseño de investigación apropiado y la muestra adecuada de acuerdo con nuestro problema de estudio e hipótesis, la siguiente etapa consiste en recolectar los datos pertinentes sobre los atributos, conceptos o variables de las unidades de análisis o casos.

3.4.1 INSTRUMENTOS

Los requisitos que un instrumento debe reunir para recolectar de forma apropiada los datos cuantitativos para el estudio son: confiabilidad, validez y objetividad. En la investigación

disponemos de diversos tipos de instrumentos para medir las variables de interés y en algunos casos llegan a combinarse varias técnicas de recolección de los datos.

3.4.1.1 ENCUESTA

La encuesta es una estrategia oral o escrita cuyo propósito es obtener información acerca de un grupo o muestra de individuos en relación con la opinión de éstos sobre un tema específico (Arias, 2012, p. 32)

La encuesta oral se fundamenta en un interrogatorio “cara a cara” o por vía telefónica, en el cual el encuestador pregunta y el encuestado responde. Contraria a la entrevista, en la encuesta oral se realizan pocas y breves preguntas porque su duración es bastante corta (Arias, 2012, p.72)

3.4.1.2 MICROSOFT EXCEL

Microsoft Excel es una aplicación de hojas de cálculo utilizada en tareas financieras y contables, con fórmulas, gráficos y un lenguaje de programación, en este estudio se utiliza para realizar el análisis de rentabilidad del proyecto y para la tabulación de los resultados de la encuesta.

3.4.2 TÉCNICAS

Para la obtención de la información necesaria para el desarrollo de este estudio de prefactibilidad se aplicaron las técnicas de observación, entrevista y encuesta,

3.4.2.1 OBSERVACIÓN

La observación es una técnica que consiste en visualizar o captar mediante la vista, en forma sistemática, cualquier hecho, fenómeno o situación que se produzca en la naturaleza o en la sociedad, en función de unos objetivos de investigación preestablecidos (Arias, 2012, p.69) la observación puede ser:

a) Observación simple o no participante: es la que se realiza cuando el investigador observa de manera neutral sin involucrarse en el medio o realidad en la que se realiza el estudio.

b) Observación participante: en este caso el investigador pasa a formar parte de la comunidad o medio donde se desarrolla el estudio. Así mismo, la observación también se clasifica en:

- Observación estructurada: Es aquella que además de realizarse en correspondencia con unos objetivos, utiliza una guía diseñada previamente, en la que se especifican los elementos que serán observados.

- Observación libre o no estructurada: Es la que se ejecuta en función de un objetivo, pero sin una guía prediseñada que especifique cada uno de los aspectos que deben ser observados, este tipo de observación se utilizó para el presente estudio de factibilidad.

3.4.2.2. ENTREVISTA

La entrevista, más que un simple interrogatorio, es una técnica basada en un diálogo o conversación entre el entrevistador y el entrevistado acerca de un tema previamente determinado, de tal manera que el entrevistador pueda obtener la información requerida (Arias, 2012, p.73)

Entrevista estructurada o formal es la que se realiza a partir de una guía prediseñada que contiene las preguntas que serán formuladas al entrevistado. En este caso, la misma guía de entrevista puede servir como instrumento para registrar las respuestas, aunque también puede emplearse el grabador o la cámara de video.

Entrevista no estructurada o informal En esta modalidad no se dispone de una guía de preguntas elaboradas previamente. Sin embargo, se orienta por unos objetivos preestablecidos que permiten definir el tema de la entrevista, de allí que el entrevistador deba poseer una gran habilidad para formular las interrogantes sin perder la coherencia, para esta investigación se utilizó la técnica de entrevista no estructurada.

3.4.2.3 MÉTODO DEL VALOR DEL DINERO EN EL TIEMPO

Método de análisis que toma en cuenta el cambio del valor real del dinero a través del tiempo y permite obtener la rentabilidad económica que el proyecto genera, para este estudio se utiliza los análisis del valor presente neto (VPN) y tasa interna de retorno (TIR).

El valor presente neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial, este equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero (Baca Urbina, 2013, p. 207)

3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de información son todos los recursos que contienen datos formales, informales, escritos, orales o multimedia (Pérez Urquía, 2014, p. 127) a continuación se definirán las fuentes de información primarias y secundarias.

3.5.1 FUENTES DE INFORMACION PRIMARIAS

Contienen información original, que ha sido publicada por primera vez y que no ha sido filtrada, interpretada o evaluada por nadie más, son producto de una investigación o de una actividad eminentemente creativa. Componen la colección básica de una biblioteca y pueden encontrarse en formato tradicional impreso como los libros y las publicaciones seriadas, o en formatos especiales como las micro formas, los videocasetes o los discos compactos (Pérez Urquía, 2014, p. 127) para este estudio se utiliza como fuentes primarias las encuestas, con la cual se fundamentan las bases del estudio de mercado.

3.5.2 FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIAS

Contienen información primaria, sintetizada y reorganizada, están especialmente diseñadas para facilitar y maximizar el acceso a las fuentes primarias o a sus contenidos,

componen la colección de referencia de las bibliotecas y facilitan el control y acceso a las fuentes primarias

Se debe hacer referencia a ellas cuando no se puede utilizar las fuentes primarias por una razón específica, cuando los recursos son limitados y cuando la fuentes es confiable, la utilizamos para confirmar nuestros hallazgos, ampliar el contenido de la información de una fuente primaria y para planificar nuestros estudios (Pérez Urquía, 2014, p. 127) para este estudio se utilizan como fuentes secundarias, libros, artículos e informes físicos y digitales.

Los libros más utilizados fueron:

- 1) Administración estratégica: teoría y casos de Sánchez Soto
- 2) Evaluación de Proyectos de Baca Urbina
- 3) Metodología de la investigación de Sampieri, Fernández y Baptista
- 4) Formulación y evaluación de proyectos de inversión de Hernández, Hernández

CAPÍTULO IV RESULTADOS Y ANÁLISIS

En los capítulos previos se desarrolló el planteamiento del problema, seguido a este se redactó el marco teórico y se describió la metodología a utilizarse, lo anterior servirá de guía para presentar los resultados obtenidos en el desarrollo del presente estudio de prefactibilidad.

4.1 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Producto o servicio es cualquier bien que se ofrezca a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad, si este no tiene las características necesarias para cumplir o satisfacer las necesidades de los consumidores es muy difícil que pueda subsistir. Como servicio se ofrece a la comunidad de La Ceibita y alrededores, la venta de una variedad de medicamentos tanto de marcas originales como marcas genéricas, así como también suplementos alimenticios, productos para bebé y aseo personal, con el fin de suplir las necesidades y expectativas de los habitantes del sector, brindándoles una nueva alternativa de compra, en un ambiente agradable y cómodo.

La farmacia contará con un horario de lunes a sábado de 7:00 a.m. a 7:00 p.m. y domingos de 7:00 a.m. a 12:00 del mediodía.

4.2 DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS

Osterwalder & Pigneur (2011) definen el modelo de negocio como las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor. Definiendo las actividades y asociaciones claves de una empresa, de igual forma todos los recursos y la estructura financiera para el correcto funcionamiento del negocio.

El modelo de negocios del presente estudio está pensado en todas aquellas personas que necesitan adquirir sus medicamentos de una forma rápida y atención personalizada, teniendo a su disposición productos que llenen sus expectativas, para este estudio de factibilidad se ha seleccionado el modelo Canvas, por ser una herramienta que simplifica los pasos para generar un

modelo de negocios rentable sustentado en la propuesta de valor para los clientes de nuestros productos y servicios.

Este modelo fue creado por Alexander Osterwalder el año 2004, es una herramienta que describe con gran simplicidad los nueve elementos clave dentro de cualquier empresa que pretende generar riqueza, estos elementos o bloques cubren las cuatro áreas principales de un negocio; clientes, oferta, infraestructura y viabilidad financiera. A continuación, se detalle cada uno de los bloques que componen el modelo de Canvas.

- 1) Segmento de clientes: Los clientes son la base principal de este modelo de negocios, los clientes a los que queremos vender nuestra propuesta de valor son todas aquellas personas que necesiten medicamentos para el cuidado de su salud independientemente del género o edad.
- 2) Propuesta de valor: Farmacia La Ceibita ofrece la venta de medicamentos de casas farmacéuticas y genéricos con el fin generar beneficios a los clientes supliendo sus necesidades.
- 3) Relación con los clientes: La farmacia contará con un regente permanente que ofrecerá a los clientes atención especial despejando sus dudas y brindándole recomendaciones para un mejor cuidado de la salud.
- 4) Canales: Un punto muy importante a tener en cuenta es que la propuesta entregada a los clientes será a través de la interacción física al mismo tiempo podrán contactarse con nosotros para la consulta de medicamentos vía telefónica.
- 5) Ingresos: además de la venta de medicamentos debemos buscar y definir nuevas fuentes de ingreso que vayan de acorde al segmento de clientes a los que va dirigida nuestra propuesta de valor.
- 6) Actividades Clave: Nuestra forma de ingresos será la venta de medicamentos y para que nuestro plan de negocios tenga éxito será necesario planificar actividades estratégicas claves como ser campañas de salud, entre estas, consultas médicas, detección de osteoporosis y otras enfermedades.
- 7) Recursos clave: En la ejecución de las actividades se utilizarán los recursos humanos, materiales o financieros necesarios y específicos de acuerdo con la planificación previa.

- 8) Socios Clave: Para que el modelo de negocios tenga el éxito esperado se necesita contar con aliados claves y estratégicos que potencien nuestra propuesta de valor, que den a la farmacia la confianza y solidez ante nuestros clientes, estos aliados estratégicos serán nuestros proveedores y médicos externos.
- 9) Estructura de costes: Después de definir las actividades estratégicas para el buen funcionamiento de la farmacia y definidos los recursos necesarios es importante fijar una estructura de costos efectiva, calculando los costos de inversión y rentabilidad, brindándole el máximo valor a los clientes al mínimo coste.



Figura 7. Modelo de Negocios CANVAS

4.3 PROPIEDAD INTELECTUAL

El negocio recibirá el nombre de “Farmacia La Ceibita” el cual ha sido verificado en la página del registro de la propiedad y se ha obtenido un resultado positivo para este nombre.

4.4 FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO

Para identificar los factores a los que se enfrenta la propuesta del inicio de operaciones de una farmacia en el sector de La Ceibita, Quimistán, Santa Bárbara, se desarrolla un análisis de las cinco fuerzas de Porter, detalladas a continuación.

4.4.1 RIVALIDAD ENTRE EMPRESAS COMPETIDORAS

Analizando el mercado de La Ceibita y comunidades vecinas se observó que no existe un competidor directo lo cual es una ventaja que se debe aprovechar, los competidores directos se encuentran en comunidades alejadas como Cofradía, Quimistán y Santa Bárbara.

También se observó la existencia de al menos 25 competidores indirectos como ser pulperías, mini súper y bodegas, los cuales no satisfacen completamente las necesidades de medicamentos debido a que solo distribuyen productos considerados básicos que no necesitan receta médica como ser analgésicos y antibióticos.

4.4.2 ENTRADA POTENCIAL DE NUEVOS COMPETIDORES

El ingreso de nuevos participantes se dificulta a nuevos emprendedores debido a barreras como el alto costo de implementación, algo que para las empresas o franquicias ya establecidas es menos complicado. La demanda en la población va en aumento y la oferta es limitada en comparación con la población, por lo que existe oportunidad para la entrada al mercado de nuevos participantes.

4.4.3 DESARROLLO POTENCIAL DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

En el sector existe un nivel bajo de sustitutos, existen varios establecimientos que prestan el servicio de venta de medicamentos como ser pulperías, mini super y bodegas, estos son opciones rápidas que los consumidores han escogido como sustitutos, a pesar de ello no cumplen a su totalidad con la demanda, solo distribuyen productos básicos que se pueden comprar sin receta médica como algunos analgésicos y antibióticos.

4.4.4 PODER DE NEGOCIACIÓN DE PROVEEDORES

Las farmacias ofrecen al público una variedad de productos de diferentes marcas y casa farmacéuticas por lo que es necesario crear alianzas estratégicas con los proveedores para definir los términos de los cuales se negociará, en la zona no existen proveedores la, mayoría se encuentran ubicados en San Pedro Sula y Tegucigalpa, estos representan una fuerza competitiva alta, debido a que las grandes cadenas cuentan con alianzas estratégicas con estos proveedores por lo que puede definir precios, lo que representa una desventaja para los propietarios de farmacias independientes.

4.4.5 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CONSUMIDORES

Como se explicó en párrafos anteriores la competencia en el sector es moderada, no existen competidores directos, y los indirectos no cubren toda la demanda de la zona por lo que los consumidores se ven obligados a recorrer distancias largas hasta sectores vecinos para poder suplir sus necesidades de medicamentos.

Un factor importante que se debe tomar en cuenta es el precio de los productos, la mayor parte de los consumidores prefieren comprar productos a precios cómodos, como ser medicamentos genéricos, esto debido a los ingresos que tiene la mayoría de la población.



Figura 8. Nivel fuerzas de Porter

4.5 ESTUDIO DE MERCADO

“El estudio de mercado proporciona información que sirve de apoyo para la toma de decisiones, la cual está encaminada a determinar si las condiciones del mercado no son obstáculo para llevar a cabo el proyecto” (Baca, 2010, p.25). El estudio de mercado se llevó a cabo en las comunidades de La Ceibita, Petoa y El Tablón con el objetivo de recopilar información que indique la comprobación de factibilidad del proyecto desde el punto de vista de mercado.

4.5.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y LA INDUSTRIA

Es importante conocer la competencia y la industria en la que la farmacia se desarrollara, en relación con la oferta en la zona no existe una farmacia que supla las necesidades de la población, la más cercana se encuentra aproximadamente a 23 kilómetros de La Ceibita, en la Villa de Cofradía y a la misma distancia en Quimistán, Santa Bárbara.

En el entorno de la industria las grandes cadenas y franquicias de farmacias tienen presencia considerable en el departamento de Santa Bárbara, en localidades alejadas de la comunidad de La Ceibita, como ser La Arada, Trinidad, Quimistán y Santa Bárbara.

4.5.2 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

Se analizó el mercado de La Ceibita y comunidades vecinas con el propósito de obtener el perfil del consumidor y calcular la demanda potencial a través de la intención de compra según encuesta realizada a los habitantes del sector, las características de los consumidores pueden variar, sin embargo, se pueden identificar y delimitar grupos homogéneos.

Con el estudio de mercado se identificó el segmento definido y el perfil del cliente, así como también la frecuencia de consumo y las cantidades que los potenciales clientes gastan o presupuestan para la compra de medicamentos, dicha información se obtuvo gracias a los resultados de las 362 encuestas aplicadas a la población seleccionada de La Ceibita, Petoa y Pueblo Nuevo.

4.5.2.1 GRUPO OBJETIVO

De acuerdo con el estudio de mercado realizado en La Ceibita, Petoa y Pueblo Nuevo, se puede determinar que el grupo objetivo para la farmacia incluye a todo el público en general que necesiten satisfacer sus necesidades de medicamentos, suplementos alimenticios y productos de aseo personal, el nivel socioeconómico está comprendido en el nivel bajo y medio, son clientes que viven en lugares cercanos a la farmacia y prefieren realizar sus compras con una frecuencia de una vez al mes, gustan comprar tanto medicamentos de marcas originales como genéricos. Al consumidor le atrae el precio y la variedad de productos, considera importantes aspectos como ubicación de la farmacia y atención del personal. Una de las características identificadas en el área demográfica es el género.

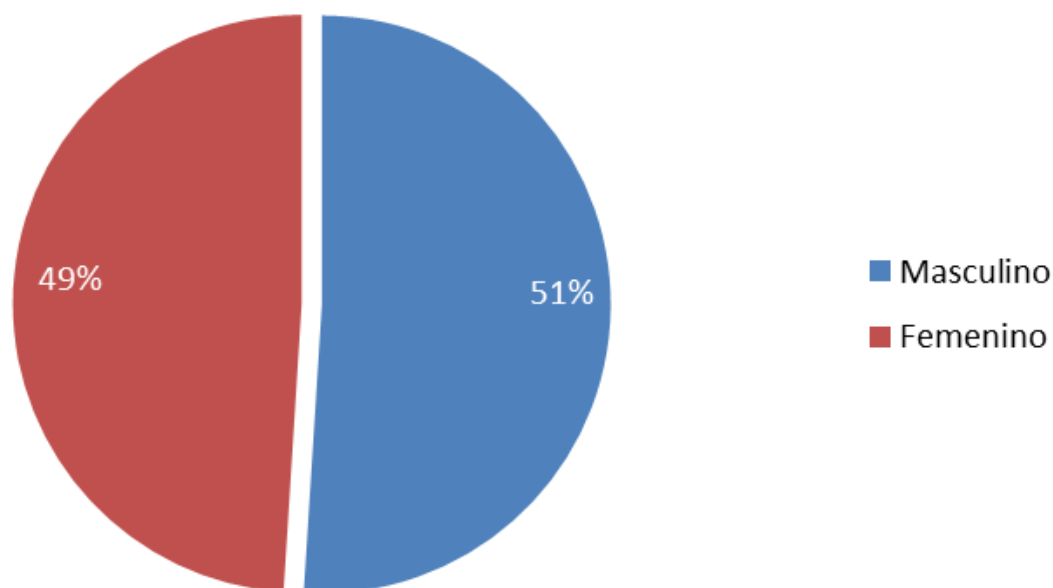


Figura 9. Género

La figura 9 indica que, al analizar el género de la muestra seleccionada establecido en los parámetros de la unidad de análisis, el resultado es parejo entre ambos géneros, la diferencia es demasiado estrecha para determinar una mayoría significativa.

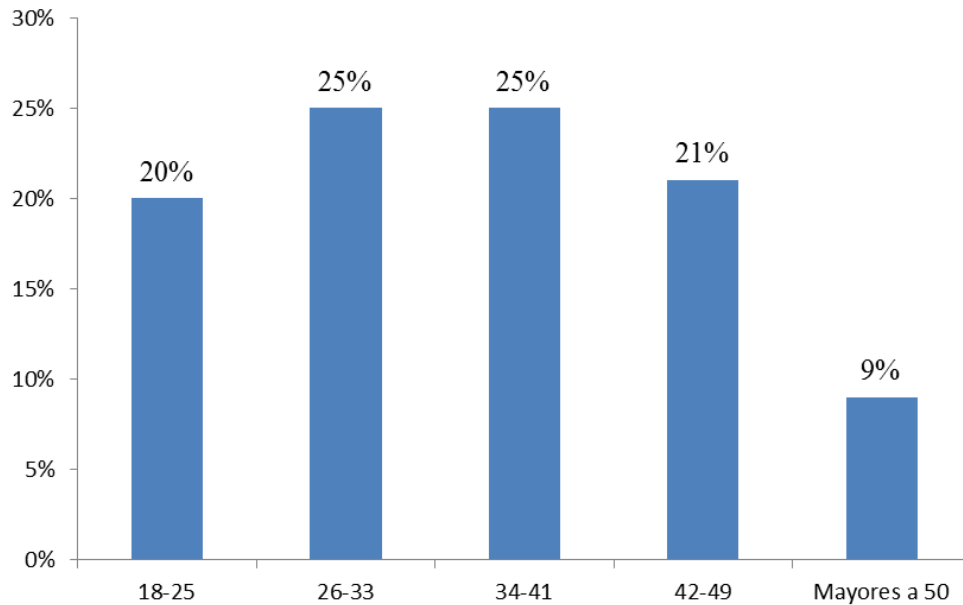


Figura 10. Rango de edades.

La figura 10 detalla el rango de edades de las personas a las que se les aplicó la encuesta, en donde se muestra que el 70% de los encuestados están en el rango de edad de 18 a 41 años, lo cual se considera una población relativamente joven por lo que hay que tomar en cuenta este dato para que en las estrategias de marketing a utilizar se fomente el cuidado de la salud.

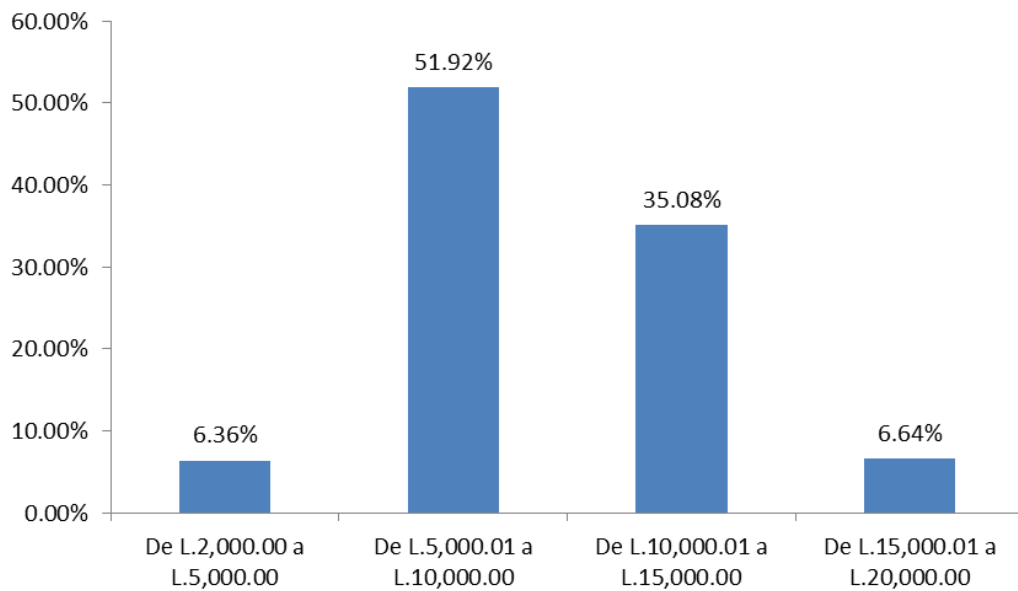


Figura 11. Ingresos mensuales.

La figura 11 muestra el nivel de ingresos de los encuestados, donde el 87% de la población económicamente activa tiene un ingreso promedio de L.5,000.00 a L.15,000.00, por lo que el segmento anda en un estatus social adecuado para adquirir los medicamentos en la farmacia.

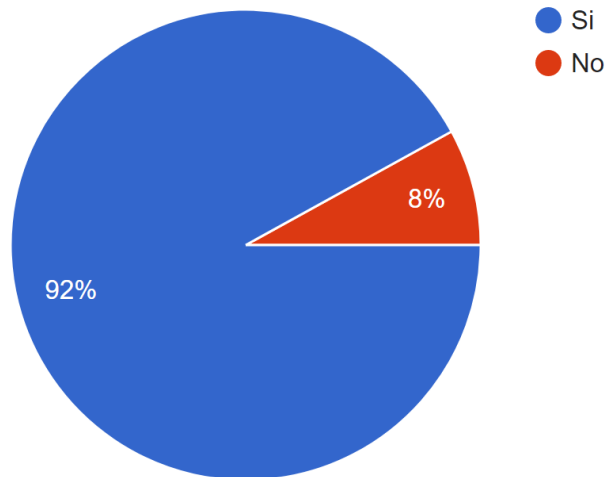


Figura 12. Consumo de productos farmacéuticos.

La figura 12 muestra el porcentaje de personas que compran productos farmacéuticos según resultados de la encuesta aplicada, en donde se muestra que el 92% de los encuestados si compran productos farmacéuticos.

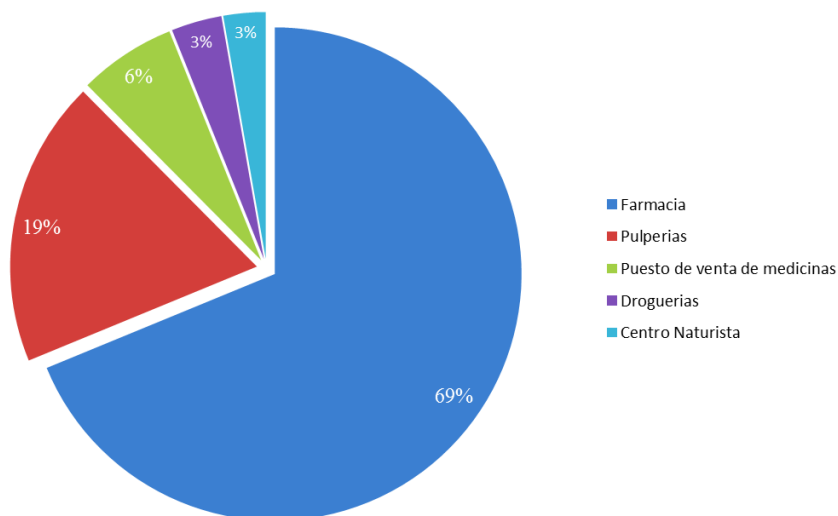


Figura 13. Establecimientos de preferencia del consumidor de medicamentos

En la figura 13 se muestra los establecimientos donde actualmente los consumidores compran los medicamentos que necesitan, se observa que el 69% de los encuestados compran en farmacias y el 19% en pulperías.

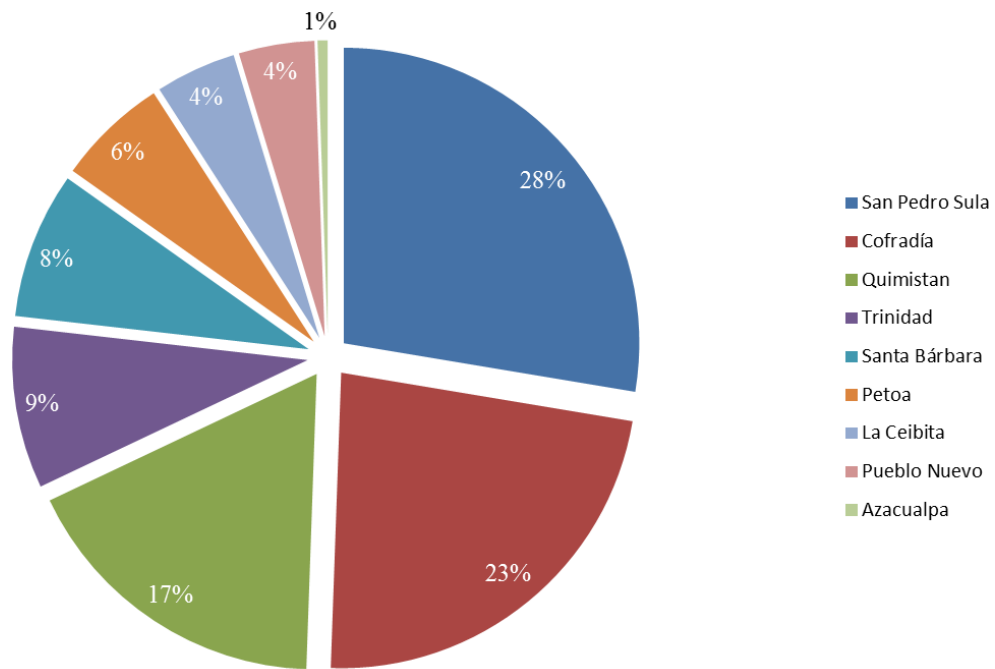


Figura 14. Ciudad de compra de medicamentos

En la Figura 14 se detallan los lugares donde los encuestados adquieren los medicamentos que buscan, se observa que el 28% de las personas encuestadas viaja hasta San Pedro Sula para adquirir el producto, 23% a Cofradía, 17% a Quimistán y el 9% a Trinidad, lo que en total representa un 77% de la población que recorre largas distancias para obtener los productos farmacéuticos que desea, lo que implica para el consumidor gasto en transporte, tiempo y recursos.

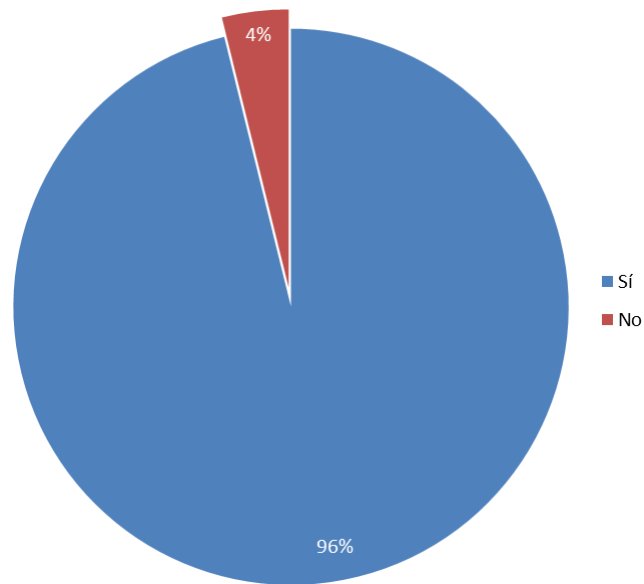


Figura 15. Intención de compra

En la figura 15 se muestra la intención de compra de los encuestados, donde el 96% afirma que, si compraría en una farmacia ubicada en el sector de La Ceibita, lo que representa un porcentaje alto de aceptación para este tipo de negocio.

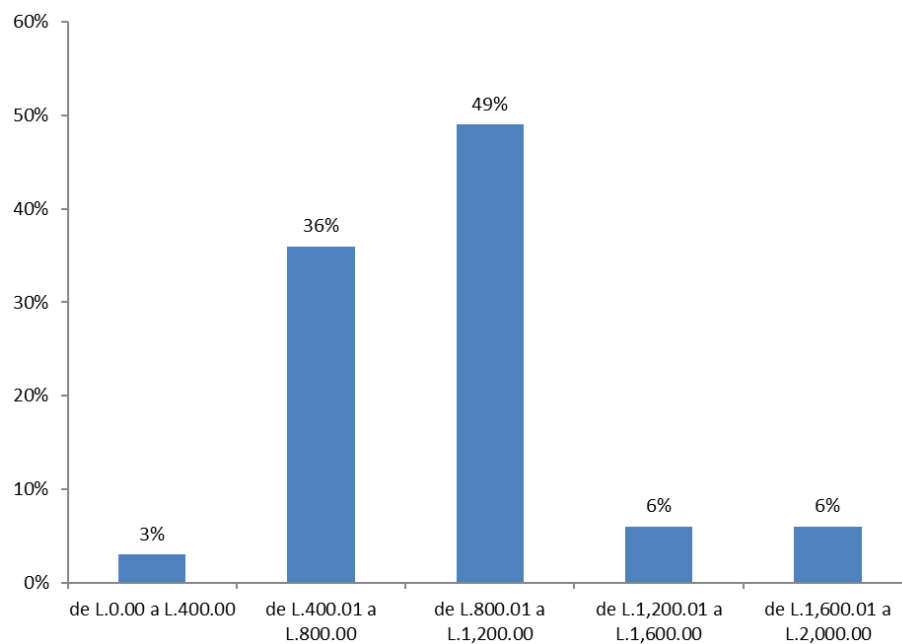


Figura 16. Monto destinado a compra de medicamentos

La Figura 16 detalla los montos que los encuestados destinan al mes para la compra de medicamentos dando como resultado que el 85% destina un aproximado de entre L.0.00 a L.800.00 al mes para la compra de medicamentos.

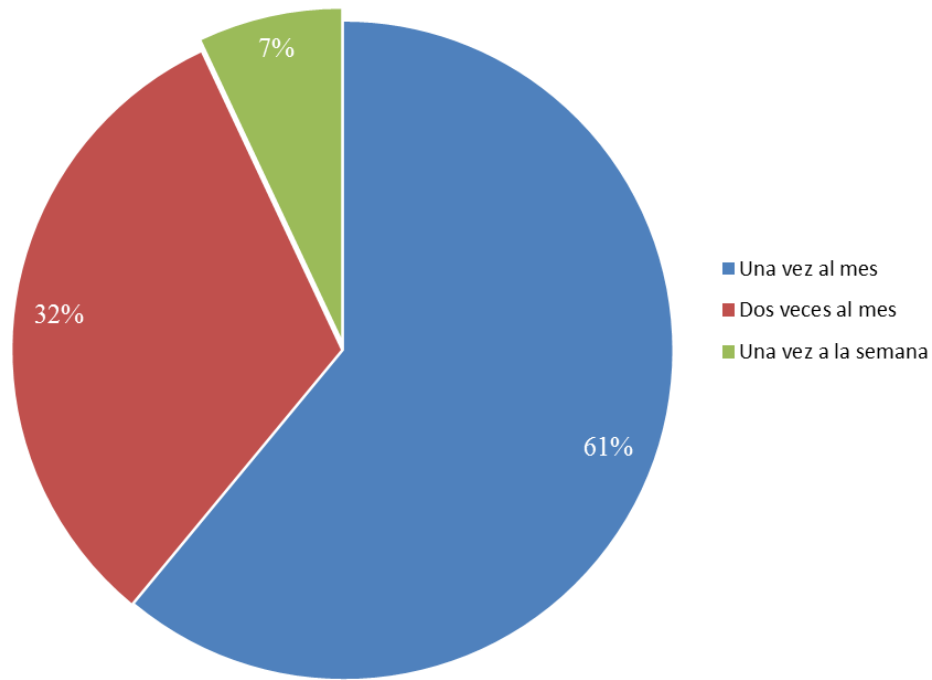


Figura 17. Frecuencia de visitas

En la figura 17 se muestra la frecuencia de visitas a farmacias realizadas por los encuestados, se observa que el 61% de los encuestados prefiere hacer sus compras en farmacias una vez al mes y 32% las realiza 2 veces al mes.

En resumen, se puede detallar que el cliente que forma parte del mercado meta para una farmacia en el sector de La Ceibita presenta las siguientes características:

- 1) Demográfico: género, edad, ingreso mensual, visitas al mes.
 - 1.1) Género: femenino y masculino
 - 1.2) Ingreso mensual: Entre L.5,000.00 a L.15,000.00
 - 1.3) Visitas al mes: una vez al mes
- 2) Conductuales: Consumo en farmacias
 - 2.1) Ha realizado compras en farmacias.

4.5.2.2 DEMANDA POTENCIAL

Al establecer el perfil del consumidor para la farmacia en La Ceibita, Quimistán, se calculó la demanda potencial de acuerdo con el instrumento final de obtención de datos, el consumidor está definido dentro de la población económicamente activa de las comunidades de La Ceibita, Petoa y Pueblo Nuevo, tal como se muestra en la tabla 7.

Tabla 7. Demanda Potencial

Criterio	Fuente	Datos	Resultados
Proyección Población La Ceibita, Petoa , Pueblo Nuevo	INE 2013	19,422	20,801
Proyección económicamente activa población	INE 2013	6,187	6,626
Visitas al mes	Muestra	60%	3,976
Error muestral		5%	3,777

Fuente: (INE,2013)

Para el cálculo de la demanda se utilizó el método de demanda potencial, Utilizando los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas, que indica que la población a la que va dirigido el proyecto es de 19,422 habitantes, de estos la población económicamente activa es de 6,187, de estos el 96% de los encuestados según muestra de la población, contestaron que si comprarían en la farmacia ubicada en La Ceibita, para este estudio y siendo más conservadores se calculó las visitas al mes en un 60%, dando como resultado 3,976 personas y a este resultado se aplicó un 5% como error muestral obteniendo la cifra de 3,777 personas que visitarían la farmacia mensualmente.

4.5.3 ESTIMACION DE TENDENCIAS DE MERCADO

En base a la información generada por el Instituto Nacional de Estadística el crecimiento poblacional promedio es de 1.73% anual, lo que significa que la población meta seguirá incrementándose con el pasar de los años, desde el punto de vista del negocio farmacéutico en el mercado del sector de La Ceibita es difícil determinar un comportamiento a futuro sin tener una oferta establecida.

4.5.4 ESTRATEGIA DE MERCADEO Y VENTAS

Las estrategias que seguir para lograr la satisfacción del consumidor y aumentar la frecuencia de visitas atrayendo más clientes están orientadas a los resultados obtenidos por las encuestas, como estrategia principal, el consumidor solicita que la farmacia cuente con una buena ubicación, así como también variedad de productos y excelente atención.

4.6 ESTUDIO TÉCNICO

Una vez finalizado y analizado el estudio de mercado se tiene una visión más clara para identificar sus características como ser: tamaño de la demanda, perfil de consumidores, competidores, proveedores y el contexto del entorno. Se procede con el estudio técnico, en el cual se describen las necesidades de mano de obra, maquinaria y equipo, logística y otros aspectos importantes que ayudan a determinar los requerimientos en cuanto a capital se refieren para la ejecución del proyecto.

En este apartado se verifica la posibilidad técnico-operativa del proyecto y se determina la localización, el tamaño, el equipo, los insumos, organización humana y jurídica de la farmacia, información que se obtendrá del estudio técnico es muy importante para el correcto desarrollo del estudio financiero.

4.6.1 LOCALIZACIÓN

Uno de los factores más importantes y que contribuyen a lograr una tasa de renta atractiva es la localización del negocio, con una ubicación estratégica se atrae un mayor número de clientes del mercado en el que se inicia operaciones.

Para determinar la mejor localización de la farmacia se desarrolló una matriz de selección que emplea un método de ponderación por criterios importantes, como se muestra en la tabla 8.

Tabla 8. Matriz de selección de localización

Criterio	Ponderación	Ubicaciones					
		Trinidad		Quimistán		La Ceibita	
		Calificación	Resultado	Calificación	Resultado	Calificación	Resultado
Preferencia	0.15	70	10.5	80	12	70	10.5
Costo	0.25	70	17.5	75	18.75	90	22.5
Seguridad	0.15	70	10.5	80	12	75	11.25
Accesibilidad	0.2	60	12	70	14	85	17
Cercanía clientes	0.15	80	12	80	12	85	12.75
Estacionamiento	0.1	80	8	85	8.5	70	7
	1		70.5		77.25		81

El sector seleccionado para este proyecto será La Ceibita, esta ubicación cuenta con mayor calificación en la matriz de selección.

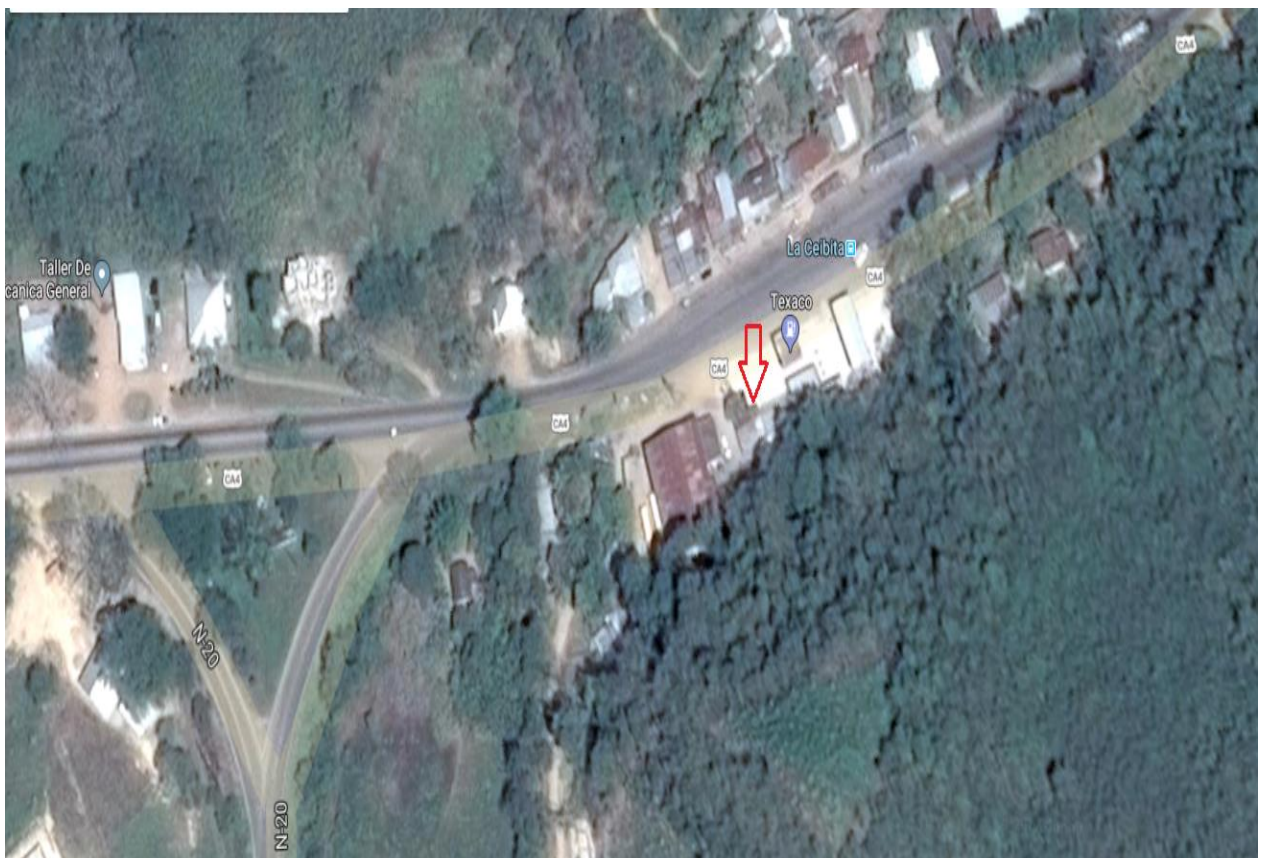


Figura 18. Localización.

La figura 18 muestra el lugar de localización de la farmacia en el sector de La Ceibita, la cual estará ubicada en uno de los locales de la gasolinera Texaco, pocos metros antes de llegar al desvío a Quimistán y a Santa Bárbara, una zona segura y de alto tránsito de vehículos debido a que es una de las vías principales para dirigirse a las ciudades antes mencionadas.

4.6.2 TAMAÑO

Una vez determinada el área de localización se tomó en cuenta la infraestructura y el costo del local, se llegó a un acuerdo para el alquiler bajo contrato de arrendamiento, por lo que se pagará una mensualidad de L.6,000.00 con vigencia de un año renovado automáticamente si ambas partes no tienen algún inconveniente, el local cuenta con un área de 30 metros cuadrados.

4.6.3 EQUIPO

La farmacia debe contar con el mobiliario y equipo adecuado para el inicio de operaciones y ofrecer el servicio esperado por los clientes, en la tabla 9 se detalla el mobiliario y equipo necesario para llevar a cabo todas las actividades del negocio.

Tabla 9. Mobiliario y Equipo

Mobiliario y Equipo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Estantes	6	L. 4,000.00	L. 24,000.00
Vitrinas	2	L. 5,000.00	L. 10,000.00
Vitrina Pequeña	1	L. 2,800.00	L. 2,800.00
Escritorio	1	L. 1,800.00	L. 1,800.00
Silla ejecutiva	1	L. 1,900.00	L. 1,900.00
Silla alta para Caja	1	L. 1,000.00	L. 1,000.00
Sillas para espera	3	L. 575.00	L. 1,725.00
Computadora	1	L. 18,787.96	L. 18,787.96
Caja registradora	1	L. 10,641.30	L. 10,641.30
Refrigerador para medicamentos	1	L. 3,900.00	L. 3,900.00
Aire acondicionado 24,000 BTU	1	L. 21,500.00	L. 21,500.00
Teléfono	1	L. 1,050.00	L. 1,050.00
Extintor	1	L. 470.00	L. 470.00
Dispensador de agua	1	L. 2,500.00	L. 2,500.00
Total			L. 102,074.26

La Tabla 10 muestra los gastos de constitución, los cuales son requisitos legales importantes para el inicio de operaciones de la farmacia en el sector de La Ceibita.

Tabla 10. Gastos de Constitución

Gastos de Constitución	Costo total en Lps.
Obtención de escritura publica	L. 5,000.00
Honorarios de abogado	L. 5,000.00
Inscripción del Registro Mercantil	L. 20.00
Registro en la Cámara de Comercio	L. 3,000.00
Afiliación en la Cámara de Comercio	L. 1,800.00
Permiso de operación	L. 5,000.00
Licencia sanitaria	L. 800.00
Constancia de ubicación por apertura Colegio Químico Farmacéutico	L. 200,000.00
Contrato de prestación de servicio profesional químico farmacéutico	L. 100,000.00
Total	L. 320,620.00

Como se observa en la tabla 10, los gastos de constitución ascienden a L.320,620.00, un monto considerable debido a los requerimientos establecidos por el Colegio Químico Farmacéutico de Honduras, el cual indica que para la apertura de la farmacia se debe contar con los servicios de un regente por lo cual se debe cancelar L.100,000.00 y L.200,000.00 por el permiso que otorga el Colegio Químico para el inicio de operaciones.

Tabla 11. Servicios Operativos

Servicios Operativos	Meses	Mensual	Anual
Energía Eléctrica	12	L. 8,000.00	L. 96,000.00
Agua	12	L. 100.00	L. 1,200.00
Internet	12	L. 711.00	L. 8,532.00
Teléfono	12	L. 474.00	L. 5,688.00
Alquiler del Local	12	L. 6,000.00	L. 72,000.00
Total		L. 15,285.00	L. 183,420.00

En la tabla 11 se detallan los gastos en servicios básico en los que incurrirá la farmacia, el costo de energía eléctrica y agua potable se obtuvo de la investigación con locales vecinos, dando

como resultado un promedio de L.8,000.00 mensuales de energía eléctrica y L.100.00 de agua potable.

4.6.4 PROCESO DE SERVICIO

El proceso de operaciones de una empresa de producción o servicios conlleva una serie de pasos que permiten de forma sistemática realizar la operación, para la farmacia en La Ceibita será representado por el flujo de procesos de servicio que se muestra a continuación.

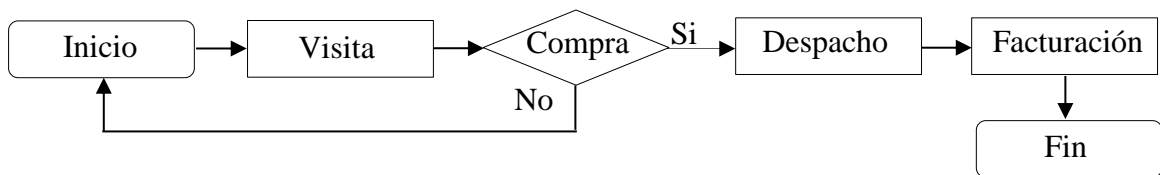


Figura 19. Diagrama de Proceso de Servicio

4.6.5 PLANIFICACIÓN ORGANIZACIONAL

La planificación organizacional es una de las bases más importantes en el desarrollo y ejecución de un proyecto porque de ello depende la estabilidad y éxito del mismo, el personal con el que se contratará para el proyecto debe tener todas las habilidades necesarias para desarrollar cada actividad de la mejor manera, utilizando siempre los más altos estándares de calidad y servicios.

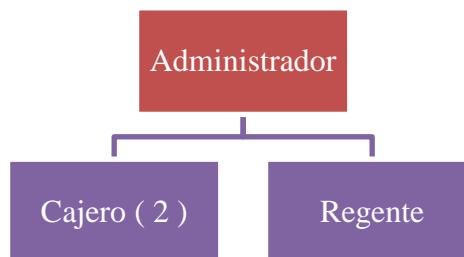


Figura 20. Organigrama de la farmacia.

La figura 20 presenta el organigrama para la farmacia, siendo una estructura simple debido a que está compuesto por poco personal, los cuales son el administrador(a), cajero (a) y

regente, no será necesario el personal de limpieza, esta actividad será realizada por el administrador y cajero.

4.6.5.1 DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

La descripción de puestos es una de las actividades claves del proceso de reclutamiento que enlista y define las funciones y responsabilidades de cada uno de los puestos de la estructura organizacional de la empresa, además incluye los conocimientos, habilidades y actitudes que debe presentar las personas que ocupen los cargos en la empresa.

4.6.5.1.1 ADMINISTRADOR

El administrador deberá contar como mínimo con 1 año de experiencia en el área de farmacia y servicio al cliente.

Sus responsabilidades son las siguientes:

- a) Liderar el funcionamiento óptimo del proyecto.
- b) Es el encargado de asegurar que los procedimientos se cumplan de acuerdo con los objetivos estratégicos de valor agregado, diferenciación, profesionalismo e higiene y seguridad.
- c) Planifica, supervisa, y evalúa procesos y personal de la farmacia.
- d) Administrar los ingresos y egresos de la farmacia.
- e) Llevar control sobre inventarios mensual.
- f) Mantener buena comunicación con los proveedores.
- g) Encargado de abrir y cerrar la farmacia de acuerdo con los horarios establecidos.
- h) Arqueo de Caja

4.6.5.1.2 REGENTE

Es la persona encargada de ejecutar labores de control y vigilancia de los inventarios físicos de los medicamentos y dispositivos médicos de acuerdo con los procedimientos establecidos.

Sus responsabilidades son las siguientes:

- a) Vigilar y salvaguardar los medicamentos y dispositivos médicos.
- b) Velar por la organización constante de la farmacia.
- c) Llevar un adecuado control de medicamentos controlados.
- d) Verificar las normas de almacenamiento para cada medicamento según normas establecidas para su adecuada conservación.
- e) Determinar las necesidades de medicamentos.
- f) Dar información sobre el uso de medicamentos al público en general.
- g) Registrar la fecha de vencimiento, número de lote, registro sanitario y no conformidades de cada recepción.

4.6.5.1.3 CAJERO

Es la persona encargada de garantizar las operaciones de una unidad de caja, efectuando actividades de recepción, entrega y custodia de dinero en efectivo a fin de lograr la recaudación de ingresos a la empresa producto de la venta diaria y atención al cliente.

Sus responsabilidades son las siguientes:

- a) Apertura y cierre diario de caja.
- b) Recibo y entrega de dinero producto de la venta diaria.
- c) Registrar los movimientos de entrada y salida de dinero de caja.
- d) Manejo transparente del efectivo.
- e) Atención de clientes.
- f) Apoyar en el aseo de la farmacia.

g) Mantener ordenada y aseada su área de trabajo.

4.6.6 SALARIOS

En base a las necesidades de personal con diferentes conocimientos, habilidades y experiencias en la industria farmacéutica, se determinó la siguiente tabla salarial que toma en consideración las exigencias del negocio y amparados en el código de trabajo que exige un salario mínimo según sea el rubro, en la tabla 12 se detalla los sueldos y salarios por cada puesto de la farmacia.

Tabla 12. Sueldos y salarios.

Posición	Cantidad	Salario Mensual	IHSS patronal y empleado	INFOP patronal y empleado	Total Salario a Pagar
Administradora	1	L. 9,000.00	L. 490.00	L. 180.00	L. 8,665.00
Cajero	2	L. 16,260.18	L. 980.00	L. 650.41	L. 15,444.98
Regente	1	L. 12,000.00	L. 490.00	L. 240.00	L. 11,635.00
Guardia de Seguridad	1	L. 8,130.09	L. 490.00	L. 162.60	L. 7,803.79
Total	5	L. 45,390.27	L. 2,450.00	L. 1,233.01	L. 43,548.77

La tabla 12 muestra el valor total que se pagará mensualmente por concepto de sueldos y salarios cuyo monto asciende a L.45,390.27 mensual, la cantidad determinada de colaboradores necesarios para llevar a cabo el servicio en la farmacia es de cinco personas, quienes contarán con contrato laboral permanente y gozarán de los beneficios sociales como ser Seguro Social e INFOP.

Tabla 13. Derechos Laborales

Posición	Cantidad	Décimo tercer mes	Décimo cuarto mes	Vacaciones	Total derechos Laborales
Administradora	1	L. 9,000.00	L. 9,000.00	L. -	L. 18,000.00
Cajero	2	L. 16,260.18	L. 8,130.39	L. -	L. 24,390.57
Regente	1	L. 12,000.00	L. 12,000.00	L. -	L. 24,000.00
Guardia de Seguridad	1	L. 8,130.09	L. 12,000.00	L. -	L. 20,130.09
Total	5	L. 45,390.27	L. 45,390.27	L. 0.00	L. 45,390.27

La tabla 13 detalla los derechos adquiridos por el recurso humano de la farmacia al cierre del primer año, como ser décimo tercer mes, y décimo cuarto mes de salario, es oportuno señalar que en la tabla no se muestra información de vacaciones debido a que estas se pagaran hasta en enero del segundo año.

Tabla 14. Resumen de salarios y beneficios sociales.

Posición	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salarios	L. 544,683.24	L. 574,640.82	L. 606,246.06	L. 639,589.60	L. 674,767.02
IHSS	L. 14,700.00	L. 14,700.00	L. 14,700.00	L. 14,700.00	L. 14,700.00
INFOP	L. 7,398.05	L. 7,804.95	L. 8,234.22	L. 8,687.10	L. 9,164.89
Décimo Tercer mes	L. 45,390.27	L. 47,886.73	L. 50,520.51	L. 53,299.13	L. 56,230.59
Décimo Cuarto mes	L. 45,390.27	L. 47,886.73	L. 50,520.51	L. 53,299.13	L. 56,230.59
Vacaciones	L. 0.00	L. 15,962.24	L. 20,208.20	L. 26,649.57	L. 37,487.06
Total	L. 657,561.83	L. 708,881.48	L. 750,429.49	L. 796,224.53	L. 848,580.14

En la tabla 14 se muestra un resumen de los sueldos y salarios como también los beneficios sociales del recurso humano de la farmacia durante el horizonte de tiempo del proyecto, se establece un incremento salarial anual de 5.5%.

4.7 ESTUDIO FINANCIERO

En el estudio financiero se determinan variables económicas para verificar la factibilidad del proyecto mediante el análisis de flujo de efectivo, estructura de capital, balance general, estado de resultados, para evaluar la tasa interna de retorno, el valor presente del proyecto y el periodo de recuperación de la inversión.

4.7.1 INVERSIÓN INICIAL

Para dar marcha a una empresa es necesario estimar la inversión inicial que permita detectar las necesidades de financiamiento, incluye los costos de equipo así como también los gastos organizativos que la farmacia necesita para iniciar operaciones.

Tabla 15. Inversión inicial

Inversión		Monto (L.)	%
Activos no Corrientes			
Mobiliario y Equipo	Tabla 9	L. 102,074	2%
Sub-Total		L. 102,074	2%
Capital de Trabajo			
Compras		L. 5,463,053	91%
Gastos de administración	Anexo 4	L. 97,695	2%
Gastos de ventas	Anexo 3	L. 22,658	0.4%
Sub total		L. 5,583,405	93.4%
Gastos Pre-operativos nominales			
Gastos de organización	Tabla 10	L. 320,620	4.6%
Sub-total		L. 320,620	4.6%
Total		L. 6,006,100	100%

En la tabla 15 se enlista lo necesario para el inicio de operaciones de la farmacia en La Ceibita, dando como resultado una inversión inicial de L.6,006,100 en la que se incluye activos de la empresa con un 2% de la inversión inicial, capital de trabajo con 93.4%, aquí se toma en cuenta compras para dos meses, gastos de organización con un 4.6%.

Tabla 16. Capital de trabajo mensual

Compras	L. 2,731,526
Gastos de Administración	L. 97,695
Gastos de Venta	L. 22,658
Capital de trabajo mensual	L. 2,851,879

La tabla 16 muestra cómo se estructura el capital de trabajo mensual de la farmacia en la que se incluye las compras, gastos de administración y gastos de venta.

4.7.2 ESTRUCTURA Y COSTO DE CÁPITAL

Luego de estimar la inversión inicial del proyecto, es necesario establecer las fuentes de financiamiento del mismo, para este proyecto de inversión la estructura de capital de 70% con financiamiento bancario y 30% con fondos propios.

Tabla 17. Estructura y costo de capital de la inversión

Descripción	Monto	%	Costo	ISR	CCPP
Fondos Propios	1,802,000	30%	20%		6.0%
Fondos Financiados	4,205,000	70%	17%	25%	8.9%
Inversión Inicial	6,007,000	100%			14.93%

Para obtener el cálculo del costo de capital promedio ponderado mostrado en la tabla 17, se multiplica el costo de capital de cada fuente, por la participación de los mismo, luego se suman los dos resultados, la tabla nos muestra que la tasa mínima aceptable de rendimiento es del 20% y la tasa de financiamiento es de 17% por lo que al realizar la ponderación de ambas tasas se obtiene el costo de capital promedio ponderado de 14.93%.

4.7.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS

El presupuesto de ingresos es el computo anticipado de los ingresos, es el primer paso en implantación de todo programa presupuestal, este renglón es el que proporciona los medios para poder llevar a cabo las operaciones.

Tabla 18. Presupuesto de ingresos anuales

Año	1	2	3	4	5
Demanda Anual	45,324	46,108	46,906	47,717	48,543
Consumo Promedio	L 904	L 949	L 996	L 1,046	L 1,098
Ventas en lempiras anuales de contado	L.40,972,896	L.43,756,492	L.46,718,376	L.49,911,982	L.53,300,214

La tabla 18 muestra el promedio anual de ventas para los primeros cinco años del proyecto de inversión, dichas ventas se determinaron de acuerdo con una demanda mensual de 3,777 personas y un promedio de consumo de L.904.00 en el primer año, incrementándose anualmente en un 1.73% de tasa de crecimiento poblacional según datos proporcionados por el INE para la determinación de la demanda potencial del estudio de mercado.

4.7.4 DEPRECIACIÓN

La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste y pérdida de valor que sufre un bien o un activo por el uso que se haga de él con el paso del tiempo.

Tabla 19. Depreciación de equipo

Mobiliario y Equipo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil	Valor residual	Valor a Depreciar	Depreciación Anual	Depreciación acumulada al 5to año
Estantes	6	L. 4,000.00	L. 24,000.00	10	L. 240.00	L. 23,760.00	L. 2,376.00	L. 11,880.00
Vitrinas	2	L. 5,000.00	L. 10,000.00	10	L. 100.00	L. 9,900.00	L. 990.00	L. 4,950.00
Vitrina Pequeña	1	L. 2,800.00	L. 2,800.00	10	L. 28.00	L. 2,772.00	L. 277.20	L. 1,386.00
Escritorio	1	L. 1,800.00	L. 1,800.00	10	L. 18.00	L. 1,782.00	L. 178.20	L. 891.00
Silla ejecutiva	1	L. 1,900.00	L. 1,900.00	5	L. 19.00	L. 1,881.00	L. 376.20	L. 1,881.00
Silla alta para Caja	1	L. 1,000.00	L. 1,000.00	5	L. 10.00	L. 990.00	L. 198.00	L. 990.00
Sillas para espera	3	L. 575.00	L. 1,725.00	10	L. 17.25	L. 1,707.75	L. 170.78	L. 853.88
Computadora	1	L. 18,787.96	L. 18,787.96	5	L. 187.88	L. 18,600.08	L. 3,720.02	L. 18,600.08
Caja registradora	1	L. 10,641.30	L. 10,641.30	10	L. 106.41	L. 10,534.89	L. 1,053.49	L. 5,267.44
Refrigerador para medicamentos	1	L. 3,900.00	L. 3,900.00	10	L. 39.00	L. 3,861.00	L. 386.10	L. 1,930.50
Aire acondicionado 24,000 BTU	1	L. 21,500.00	L. 21,500.00	10	L. 215.00	L. 21,285.00	L. 2,128.50	L. 10,642.50
Teléfono	1	L. 1,050.00	L. 1,050.00	3	L. 10.50	L. 1,039.50	L. 346.50	L. 1,039.50
Dispensador de agua	1	L. 2,500.00	L. 2,500.00	10	L. 25.00	L. 2,475.00	L. 247.50	L. 1,237.50
Totales Generales			L. 101,604.26		L. 1,016.04	L. 100,588.22	L. 12,448.48	L. 61,549.40

De acuerdo con la tabla 19 la empresa cuenta con L.101,604.26 en equipo y el monto de depreciación se estima en L.12,448.48 anualmente.

4.7.5 AMORTIZACIONES

La amortización es la distribución del coste de una inversión como gasto a lo largo de los períodos en que esa inversión va a permitir obtener ingresos, para el presente proyecto se amortizaran los gastos de constitución y el financiamiento bancario.

Tabla 20. Amortización de gastos de constitución

Detalle	años	Total	amortización anual
Gastos de Constitución	5	L. 320,620.00	L. 64,124.00

La tabla 20 muestra que la amortización de los gastos de constitución asciende a L.64,124.00 al año, durante 5 años.

Tabla 21. Amortización de financiamiento

Años	Capital	Cuota	Capital	Intereses	Saldo
1	4,205,000	1,254,061	583,273	670,788	3,621,727
2	3,621,727	1,254,061	690,532	563,529	2,931,195
3	2,931,195	1,254,061	817,515	436,546	2,113,679
4	2,113,679	1,254,061	967,850	286,211	1,145,829
5	1,145,829	1,254,061	1,145,829	108,232	0

La tabla 21 muestra la amortización anual del financiamiento bancario de L.4,205,000 a una tasa del 17% anual con Banco de Occidente, pagando durante los cinco años un monto de L.1,254,061.00 por año.

4.7.6 ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 22. Estado de Resultados

Años		1	2	3	4	5
Ingresos Por Ventas	Tabla 18	40,972,896	43,756,492	46,718,376	49,911,982	53,300,214
Costo de ventas	Anexo 5	32,778,317	34,875,995	37,253,581	39,792,575	42,505,472
Utilidad bruta		8,194,579	8,880,497	9,464,795	10,119,407	10,794,742
Gastos de operación						
Gastos de ventas	Anexo 3	271,895	281,708	297,956	315,794	336,054
Gastos de administración	Anexo 4	1,172,337	662,090	699,278	739,717	784,918
Depreciaciones y amortizaciones	Tabla 19, Tabla 20	76,572	76,572	76,572	76,226	76,226
Utilidad antes de intereses e impuesto		6,673,775	7,860,127	8,390,989	8,987,671	9,597,545
Gastos financieros	Anexo 2	670,788	563,529	436,546	286,211	108,232
Utilidad antes de impuesto		6,002,987	7,296,598	7,954,443	8,701,459	9,489,313
Impuesto		1,500,747	1,824,150	1,988,611	2,175,365	2,372,328
Utilidad Neta		4,502,240	5,472,449	5,965,832	6,526,095	7,116,985

La tabla 22 muestra el estado de resultados proyectado a cinco años, se observa que para el primer año se obtiene una utilidad de L.4,502,240 y un incremento constante durante los próximos 4 años, hasta llegar al año 5 con una utilidad de L.7,116,985.

4.7.7 PRESUPUESTO DE EFECTIVO

El presupuesto de efectivo realiza un pronóstico que refleja las futuras entradas y salidas de efectivo de la farmacia, este se puede generar contando con la información brindada por el presupuesto de efectivo proyectado, el estado de resultados y el balance general.

Tabla 23. Presupuesto de efectivo

Detalle		0	1	2	3	4	5
Ingresos de Efectivo							
Fondos Financiado	Tabla 17	4,205,000					
Fondos Propios	Tabla 17	1,802,000					
Ventas al contado	Tabla 18		40,972,896	43,756,492	46,718,376	49,911,982	53,300,214
Total Ingresos		6,007,000	40,972,896	43,756,492	46,718,376	49,911,982	53,300,214
Egresos en efectivo							
Compra de activos fijos	Tabla 9	102,074					
Activos Nominales	Tabla 10	320,620					
compras de productos al contado			14,203,937	14,024,876	14,980,987	16,002,007	17,092,959
Pago a Proveedores crédito a 30 días			9,765,207	10,529,848	11,175,983	11,937,692	12,751,534
Pago a Proveedores crédito a 60 días			8,877,461	10,541,039	11,116,226	11,873,878	12,683,350
Gastos de administración	Anexo 4		1,172,337	662,090	699,278	739,717	784,918
Gastos de ventas	Anexo 3		271,895	281,708	297,956	315,794	336,054
Impuesto sobre la renta pagos a cuenta			0	1,125,560	1,368,112	1,491,458	1,631,524
Impuesto sobre la renta anterior			0	1,500,747	698,589	620,499	683,907
Abono a Capital	Anexo 2		583,273	690,532	817,515	967,850	1,145,829
Intereses	Anexo 2		670,788	563,529	436,546	286,211	108,232
Total egresos		422,694	35,544,898	39,919,929	41,591,193	44,235,105	47,218,306

La tabla 23 muestra el flujo de efectivo proyectado a cinco años para la farmacia en La Ceibita, en este escenario se consideran todas las entradas y todas las salidas de dinero que el negocio puede tener, para poder cuantificar cual es la cantidad que se manejara en un determinado periodo, se observa que los resultados obtenidos son positivos desde el año 1.

4.7.8 BALANCE GENERAL PROYECTADO

El balance general es el estado financiero que muestra el valor contable de una empresa en una fecha específica, mostrando la equidad entre los activos, pasivos y capital con el que cuenta la empresa para operar.

Tabla 24. Balance General Proyectado

Detalle		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Corrientes							
Caja y bancos	Tabla 23	5,584,306	11,012,304	14,848,867	19,976,050	25,652,926	31,734,834
Inventario	Anexo 5		2,731,526	2,917,721	3,116,607	3,329,051	3,555,976
Total Activo corriente		5,584,306	13,743,830	17,766,588	23,092,657	28,981,977	35,290,810
Activos No Corrientes							
Mobiliario y Equipo	Tabla 9	102,074	102,074	102,074	102,074	102,074	102,074
(-) Depreciación acumulada de mobiliario y Equipo	Tabla 19		12,448	24,897	37,345	49,447	61,549
Gastos de Constitución	Tabla 10	320,620	320,620	320,620	320,620	320,620	320,620
(-) Amortización acumulada de Gastos de Constitución	Tabla 21		64,124	128,248	192,372	256,496	320,620
Total Activo No Corriente		422,694	346,122	269,549	192,977	116,751	40,525
Total Activos		6,007,000	14,089,952	18,036,137	23,285,634	29,098,728	35,331,335
Pasivos Corrientes							
Cuentas por pagar			2,663,238	2,629,664	2,808,935	3,000,376	3,204,930
Impuesto sobre la renta por pagar			1,500,747	698,589	620,499	683,907	740,805
Pasivos No Corrientes							
Prestamos por pagar a Largo Plazo		4,205,000	3,621,727	2,931,195	2,113,679	1,145,829	0
Total Pasivo			7,785,712	6,259,448	5,543,113	4,830,112	3,945,734
Patrimonio							
Capital		1,802,000	1,802,000	1,802,000	1,802,000	1,802,000	1,802,000
Utilidad Fin de año retenidas			4,502,240	9,974,689	15,940,521	22,466,616	29,583,600
Pasivo + Capital		6,007,000	14,089,952	18,036,137	23,285,634	29,098,728	35,331,335

4.7.9 FLUJOS DE EFECTIVO OPERATIVO

El flujo de efectivo operativo es un parámetro contable que nos brinda información acerca del flujo de efectivo que la empresa genera en sus operaciones normales al vender un bien o servicio, comprende todos los ingresos y egresos reales de efectivo que se espera se generen a partir de la puesta en marcha de un proyecto de inversión.

Tabla 25. Flujo de efectivo

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	L.6,007,000					
Entradas de Efectivo		L.40,972,896	L.43,756,492	L.46,718,376	L.49,911,982	L.53,300,214
Salidas de Efectivo		L.35,544,898	L.39,919,929	L.41,591,193	L.44,235,105	L.47,218,306
Capital de Trabajo						L. 3,555,976
Flujo de Efectivo	L. 6,007,000	L. 5,427,998	L. 3,836,563	L. 5,127,183	L. 5,676,877	L. 9,637,883

Tabla 26. Flujo de efectivo operativo

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Inicial	-6,007,000					
Utilidad Neta		4,502,240	5,472,449	5,965,832	6,526,095	7,116,985
(+) Depreciaciones y amortizaciones		76,572	76,572	76,572	76,226	76,226
(+) Gastos Financieros		670,788	563,529	436,546	286,211	108,232
Flujo de Efectivo Operativo	-6,007,000	5,249,601	6,112,550	6,478,950	6,888,532	7,301,442

Las tablas 25 y 26 muestran los flujos operativos del proyecto para cada uno de los 5 años proyectados en base a las utilidades, ingresos y egresos realizados por la empresa.

4.7.10 TÉCNICAS DE EVALUACIÓN FINANCIERA

Existen varias técnicas de evaluación financiera, las cuales son muy importantes a la hora de evaluar un proyecto de inversión, entre las más utilizadas se encuentran el valor presente neto, tasa interna de retorno, índice de rentabilidad y el periodo de recuperación.

4.7.10.1 VALOR PRESENTE NETO

El valor presente neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial, este equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias (Baca Urbina, 2013, p. 207)

La tabla 27 muestra el valor presente neto, calculado con los flujos del proyecto descontados a la tasa mínima esperada.

Tabla 27. Valor Presente Neto

Descripción	Valores
Inversión Inicial	-6,007,000
Año 1	5,249,601
Año 2	6,112,550
Año 3	6,478,950
Año 4	6,888,532
Año 5	7,301,442
Tasa	14.93%
Valor Presente Neto	13,093,765

En la tabla 27 se observa que el valor presente del proyecto calculado con flujos de efectivo descontados a una tasa de 14.93% es mayor que cero por lo tanto se considera aceptable para la operación.

4.7.10.2 TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno es un indicador de la rentabilidad económica del proyecto que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Tabla 28. Tasa Interna de Retorno

Descripción	Valores
Inversión Inicial	-6,007,000
Año 1	5,249,601
Año 2	6,112,550
Año 3	6,478,950
Año 4	6,888,532
Año 5	7,301,442
TIR	93.39%

En la tabla 28 se observa que la suma de los flujos descontados a la inversión inicial del proyecto de inversión refleja una tasa interna de retorno de 93.39% la cual es mayor a la tasa de descuento esperada por los inversionistas.

4.7.10.3 ÍNDICE DE RENTABILIDAD

Es el valor presente de los flujos de efectivo esperados de una inversión dividido entre el costo de inversión, se calcula sumando el valor presente neto y la inversión inicial dividiendo el resultando entre la inversión inicial.

$$\text{Indice de Rentabilidad} = \frac{\text{Valor presente neto} + \text{Inversion Inicial}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$\text{Indice de Rentabilidad} = \frac{13,093,765 + 6,006,100}{6,006,100}$$

$$\text{Indice de Rentabilidad} = \frac{19,099,864.75}{6,006,100}$$

$$\text{Indice de Rentabilidad} = 3.18$$

El índice de rentabilidad refleja un resultado positivo, para que un proyecto de inversión se considere factible se requiere que el índice sea mayor a 1.

4.7.10.4 PERÍODO DE RETORNO

Es el tiempo requerido para que la empresa recupere la inversión inicial de un proyecto calculado a partir de las entradas de efectivo.

Tabla 29. Período de recuperación

Años	Flujos Futuros	Valor Presente	Acumulado
0	-6,007,000	-6,007,000	-6,007,000
1	5,249,601	4,567,849	-1,439,151
2	6,112,550	5,318,729	3,879,579
3	6,478,950	5,637,546	9,517,125
4	6,888,532	5,993,937	15,511,062
5	7,301,442	6,353,224	21,864,285
Periodo de recuperación			1.27

En la tabla 29 se observa que el período de recuperación de la inversión es aproximadamente 1 año y 3 meses.

4.7.11 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es un concepto financiero que hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables de una empresa se encuentran cubiertos, es el punto que indica que la empresa, tiene un beneficio que es igual a cero, es decir, no gana ni pierde dinero y solo se recupera la inversión.

Tabla 30. Punto de Equilibrio

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio de venta unitario	904	949	996	1,046	1,098
costo de venta unitario	723	759	797	837	879
Ventas	40,972,896	43,756,492	46,718,376	49,911,982	53,300,214
Costos Fijos	1,444,232	943,798	997,234	1,055,511	1,120,972
Costos variables	32,778,317	34,875,995	37,253,581	39,792,575	42,505,472
Punto de Equilibrio	7,221,159	4,722,972	4,999,421	5,287,522	5,621,604
Punto de equilibrio Unidades	9985	6220	6270	6316	6395

La tabla 30 muestra un resumen de punto de equilibrio por año, siendo para el año uno en 9,985 unidades que representan un monto de L.7,221,159 y para el año cinco 6,395 unidades que representa un monto de L.5,621,604.

4.7.12 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad es un término financiero utilizado en las empresas para tomar decisiones de inversión, este consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el valor presente neto cambiando una variable y verificar que tanto afecta dicho cambio en los indicadores financieros de la empresa y por ende la factibilidad del proyecto.

4.7.12.1 ESCENARIO 1 REDUCCION EN LA DEMANDA

Tabla 31. Análisis de sensibilidad: escenario 1

Año/descripción	Demanda Anual		Diferencia	%
	Real	Escenario		
1	45,324	15,896	29,428	64.93%
2	46,108	16,172	29,936	64.93%
3	46,906	16,452	30,454	64.93%
4	47,717	16,737	30,980	64.92%
5	48,543	17,027	31,516	64.92%

Tabla 32. Valor Presente Neto Escenario 1

Descripción	Valores	
	Real	Escenario
Inversión Inicial	- 6,007,000	-6,007,000
Año 1	5,249,601	1,259,230
Año 2	6,112,550	1,854,752
Año 3	6,478,950	1,941,182
Año 4	6,888,532	2,036,934
Año 5	7,301,442	2,126,218.55
Tasa	14.93%	14.93%
Valor Presente Neto	13,093,765	0

En las tablas 31 y 32 se observa que la reducción de demanda máxima que soporta el proyecto es de un 64.93% lo que significa que reduciendo la demanda mensual de 3777 clientes a 1,324 el valor presente neto es de 0, un nivel de sensibilidad bastante alto para el proyecto.

4.7.12.2 ESCENARIO 2 REDUCCION EN EL CONSUMO PROMEDIO

Tabla 33. Análisis de sensibilidad: escenario 2

Año/descripción	Consumo Promedio		Diferencia	%
	Real	Escenario		
1	904	787	117	12.97%
2	949	826	123	12.96%
3	996	867	129	12.95%
4	1046	910	136	13.00%
5	1098	956	142	12.93%

Tabla 34. Valor Presente Neto Escenario 2

Descripción	Valores	
	Real	Escenario
Inversión Inicial	-6,007,000	-6,007,000
Año 1	5,249,601	1,262,810
Año 2	6,112,550	1,859,087
Año 3	6,478,950	1,940,795
Año 4	6,888,532	2,021,398
Año 5	7,301,442	2,131,613
Tasa	14.93%	14.93%
Valor Presente Neto	13,093,765	0

En la tabla 33 y 34 se observa que la reducción máxima de consumo promedio para hacer su valor presente neto cero es de un 12.97% lo que en lempiras es una reducción de L.117.00 en el consumo.

4.7.12.3 ESCENARIO 3 AUMENTO EN EL COSTO DE VENTA

Tabla 35. Análisis de sensibilidad: escenario 3

Descripción	Real	Escenario	Diferencia	%
Compras	35,509,843	53,105,357	17,595,514	49.55%
(-) Inventario Final	2,731,526	2,731,526	-	
(=) Costo de venta	32,778,317	55,836,883	23,058,567	49.55%

Tabla 36. Valor Presente Neto Escenario 3

Descripción	Valores	
	Real	Escenario
Inversión Inicial	-6,007,000	-6,007,000
Año 1	5,249,601	-
Año 2	6,112,550	12,044,324
Año 3	6,478,950	6,112,550
Año 4	6,478,950	6,478,950
Año 5	6,888,532	6,888,532
Año 5	7,301,442	7,301,442
Tasa	14.93%	14.93%
Valor Presente Neto	13,093,765	0

Las tablas 35 y 36 muestran que el aumento máximo en los costos de venta que el proyecto puede soportar es un 49.55%, para convertir el valor presente neto en cero, nivel de sensibilidad alto.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Después de analizar los resultados obtenidos de los estudios de mercado, técnico y financiero descrito en los capítulos anteriores, es necesario presentar las conclusiones basados en dichos resultados, de igual manera se presentan las recomendaciones apropiadas, sugiriendo las alternativas más acertadas para la implementación y desarrollo del proyecto de inversión.

5.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos en el capítulo IV para el estudio de prefactibilidad de una farmacia en el sector de La Ceibita, Quimistan, Santa Bárbara, se concluye lo siguiente:

- 1) La hipótesis nula es rechazada dado que de acuerdo con los estudios de mercado, técnico y financiero realizados el costo de capital del proyecto (14.93%) es superado por la tasa interna de retorno calculada con los flujos de efectivo proyectado a cinco años.
- 2) La demanda no ha sido atendida en su totalidad, el estudio de mercado realizado indica que no existe una farmacia en el sector que cubra por completo las necesidades de medicamentos de los pobladores de la comunidad, por lo que existe un mercado que puede ser explotado al no tener competencia en la localidad.
- 3) Los resultados obtenidos mediante la aplicación del estudio técnico, la inversión inicial para el proyecto es de L.6,006,100 de los cuales el 93% corresponde al capital de trabajo y el 5% a gastos de organización, dicho gasto es considerablemente alto debido a los pagos que se deben realizar como requisito en el Colegio Químico Farmacéutico de Honduras.
- 4) El estudio financiero dio como resultado la viabilidad del proyecto de inversión, la tasa interna de retorno obtenida es de 93.39% frente al 14.93% del costo de capital del proyecto y el valor presente neto es de L.13,093,765 lo que indica que el proyecto es rentable, además se describieron varios escenarios en donde se determinó la sensibilidad del proyecto al momento de modificar diferentes variables.

5.2 RECOMENDACIONES

Para la aplicación de este proyecto de inversión se recomienda lo siguiente:

- 1) Se recomienda dar marcha al proyecto de farmacia “La Ceibita” en el sector de La Ceibita, Quimistan, Santa Bárbara, con el fin de que los pobladores del sector cuenten con una farmacia que cumpla más allá de sus expectativas dado que la hipótesis nula fue rechazada y se obtuvo una TIR mayor al costo de capital promedio ponderado y un valor presente neto positivo, además de generar beneficios sociales a la comunidad creando fuentes de empleo.
- 2) Se recomienda cubrir la demanda insatisfecha ofreciendo a los pobladores variedad de productos de diferentes marcas, dado la oportunidad de que adquieran medicamentos originales o genéricos de alta calidad, controlar los precios del mercado y en la farmacia para evitar que los habitantes del sector viajen largas distancias para adquirir su producto.
- 3) Se recomienda cumplir con todos los requisitos y obligaciones que solicita el Colegio Químico Farmacéutico de Honduras y la región sanitaria para evitar multas y sanciones, además de controlar el inventario de medicamentos para evitar pérdidas por el vencimiento de los mismos, realizando el cambio con el proveedor en el tiempo establecido.
- 4) Se recomienda realizar los escenarios financieros que sean convenientes cuando sea necesario realizar cambios estratégicos para atracción de clientes, promociones, bajar precios, ingreso de nuevos competidores o baja en la demanda, a fin de verificar si dichos cambios son viables o no.

CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD

Con los resultados obtenidos en la investigación de pre factibilidad de la farmacia en el sector de La Ceibita, se comprobó que es factible, con las conclusiones y recomendaciones acordadas se procede al plan de proyecto para la implementación y apertura de dicha farmacia.

Tabla 37. Matriz de aplicabilidad.

Titulo	Objetivos		Conclusiones	Recomendaciones	Plan de Acción
	General	Específicos			
<p>PREFACTIBILIDAD DE FARMACIA EN EL SECTOR DE LA CEIBITA, QUIMISTAN, SANTA BÁRBARA</p>	<p>Determinar la factibilidad mediante un estudio de mercado, técnico y financiero para una farmacia en la comunidad de La Ceibita en el municipio de Quimistan, Santa Bárbara.</p>	<p>Realizar un estudio de mercado que permita definir demanda para la apertura de una farmacia en la comunidad de La Ceibita, Quimistan, Santa Bárbara.</p>	<p>La demanda no ha sido atendida en su totalidad, el estudio de mercado realizado indica que no existe una farmacia en el sector que cubra por completo las necesidades de medicamentos de los pobladores de la comunidad, por lo que existe un mercado que puede ser explotado al no tener competencia en la localidad.</p>	<p>Se recomienda cubrir la demanda insatisfecha ofreciendo a los pobladores variedad de productos de diferentes marcas, dado la oportunidad de que adquieran medicamentos originales o genéricos de alta calidad, controlar los precios del mercado y en la farmacia para evitar que los habitantes del sector viajen largas distancias para adquirir su producto.</p>	<p>Constitución como sociedad e inscripción de la escritura pública en el registro de la propiedad, e inscripción en la cámara de comercio e industria. Gestión para la obtención del financiamiento con la entidad bancaria, este es un paso muy importante, sin el recurso monetario no se podría encaminar el proyecto. En este caso la entidad bancaria que nos financiara es Banco del País. Gestión para la obtención de permisos municipales y colegio químico farmacéutico. Arrendamiento del local, al cual no se le hará ningún acondicionamiento en su estructura. Solamente se realizará algunas modificaciones, como rótulos y que los tomacorrientes estén en el lugar correcto.</p>
		<p>Calcular el costo de la inversión para crear este negocio.</p>	<p>Los resultados obtenidos mediante la aplicación del estudio técnico, la inversión inicial para el proyecto es de L.6,007,000.00 de los cuales un 91% corresponde a las compras para iniciar, operaciones, la inversión en la compra inicial más los pagos que se deben realizar como requisito en el Colegio Químico Farmacéutico de Honduras son los más altos.</p>	<p>Se recomienda cumplir con todos los requisitos y obligaciones que solicita el Colegio Químico Farmacéutico de Honduras y la región sanitaria para evitar multas y sanciones, además de controlar el inventario de medicamentos para evitar pérdidas por el vencimiento de los mismos, realizando el cambio con el proveedor en el tiempo establecido.</p>	
		<p>Desarrollar un estudio financiero que indique la rentabilidad de invertir en una farmacia en el sector de La Ceibita.</p>	<p>El estudio financiero dio como resultado la viabilidad del proyecto la tasa interna de retorno obtenida es de 93.39% frente al 14.93% del costo de capital del proyecto y el valor presente neto es de L. 13, 093,765 lo que indica que el proyecto es rentable, además se describieron varios escenarios en donde se determinó la sensibilidad del proyecto al momento de modificar diferentes variables.</p>	<p>Se recomienda realizar los escenarios financieros que sean convenientes cuando sea necesario realizar cambios estratégicos para atracción de clientes, promociones, bajar precios, ingreso de nuevos competidores o baja en la demanda, a fin de verificar si dichos cambios son viables o no.</p>	

6.1 TÍTULO DE LA PROPUESTA

Estudio de prefactibilidad de farmacia en el sector de La Ceibita, Quimistan, Santa Bárbara

6.2 INTRODUCCIÓN

Este capítulo presenta la propuesta del plan de puesta en marcha para la apertura de una Farmacia en el sector de La Ceibita, Quimistan, Santa Bárbara, para cumplir con el objetivo de cubrir la demanda sin atender en el sector antes mencionado, por lo que se señala una serie de actividades, que van desde la obtención del financiamiento, los permisos y licencias correspondientes hasta la apertura e inicio de operaciones.

Se presenta un cronograma con los eventos a realizar, donde se describen los responsables de la misma y el tiempo requerido para que su realización.

6.3 PLAN DE ACCION

Para iniciar el plan de acción se deberá establecer las actividades detalladas ordenándolas de acuerdo a la prioridad e importancia de las mismas.

1) Constitución como sociedad e inscripción de la escritura pública en el registro de la propiedad, e inscripción en la cámara de comercio e industria.

2) Gestión para la obtención del financiamiento con la entidad bancaria, este es un paso muy importante, sin el recurso monetario no se podría encaminar el proyecto. En este caso la entidad bancaria que nos financiara es Banco del país, los requisitos solicitados por el banco para pequeñas y medianas empresas son:

- Solicitud de crédito completa y debidamente firmada
- Fotocopia de identidad de la persona o representante legal de la empresa
- Fotocopia de RTN numérico.
- Recibo de pago de servicio público actual
- Apertura de cuenta.

3) Gestión para la obtención de permisos municipales y colegio químico farmacéutico.

4) Arrendamiento del local, al cual no se le hará ningún acondicionamiento en su estructura. Solamente se realizará algunas modificaciones, como rótulos y que los tomacorrientes estén en el lugar correcto.

5) Gestión para la obtención de la Licencia Sanitaria.

6) Compra de material y equipo para abrir operaciones y brindar el mejor servicio a los pobladores de La Ceibita y lugares aledaños.

7) Afiliarse a los banco con mayor presencia en la zona, para obtención de los POS, y así brindar al cliente la comodidad de hacer el pago con dinero plástico.

8) Realizar la gestión para la obtención de la línea de crédito con los proveedores, llenado cada uno de los requisitos.

9) Contratación del personal

10) Compra del inventario inicial, para poner en marcha el proyecto.

11) Entrenamiento del personal.

12) Apertura de la Farmacia.

6.3.1. PUBLICIDAD Y CONOCIMIENTO DE LA FARMACIA

Con esta actividad se busca dar a conocer a la comunidad de La Ceibita y lugares aledaños de la apertura de la farmacia, ubicación y horarios, los cuales se harán por medio de volantes y perifoneo.

Esta actividad se hará una semana antes de la apertura, buscando los puntos estratégicos y de mayor circulación de personas para la entrega de los volantes informativos como ser paradas

de buses, centro de salud, centros educativos y mercados. La actividad del perifoneo de igual manera de hará una semana antes, cubriendo las comunidades de La Ceibita, Petoa, pueblo nuevo y el tablón, estas comunidades son el mercado, con la demanda a cubrir.

Para la apertura se buscará el apoyo de los proveedores, las casas farmacéuticas para que estén presentes el día de la apertura, con apoyo materiales y regalías para los clientes que nos visiten, así mismo brindarles algunas degustaciones de bocadillos y muestras médicas.

6.4.1 CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

El cronograma de ejecución detalla todas las actividades y el tiempo en que deben de realizarse cada una de ellas, esto contribuirá en gran manera que el plan de acción se cumpla a cabalidad, o en su defecto si alguna actividad no está en tiempo y forma establecido, poder identificarle fácilmente y aplicar las correctivas necesarias para poder llevar a cabo la cronología planeada.

Como nos muestra la tabla # 34 el proyecto dará inicio en el mes de junio con los tramites de constitución y gestión del financiamiento para terminar en el mes de febrero con la apertura he inicio de operaciones de la Farmacia La Ceibita.

Figura 21. Cronograma de Ejecución

Actividades	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero
Constitución de la Sociedad									
gestión para obtención del financiamiento									
Permisos Municipales y Colegio Químico Farmacéutico									
Arrendamiento del local y acondicionamiento.									
Obtención de Licencia Sanitaria									
Compra de materiales y equipo para inicio de operaciones									
Afiliación a los Bancos para obtención de POS									

Continuación figura 21.

Actividades	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero
Obtención de Línea de Crédito con proveedores									
Contratación de Personal									
Compra de Inventario de inicial									
Entrenamiento del personal									
Apertura de la farmacia.									

Tabla 38. Costo del Proyecto.

Tarea y Subtarea	Costo
Constitución de la sociedad	L. 10,000
Obtención de Escritura Publica	L. 10,000
Gestión para la obtención de Financiamiento	L. -
Permisos municipales y colegio Químico Farmacéutico	L. 309,820
Inscripción del registro Mercantil	L. 20
Registro y afiliación en la cámara de comercio	L. 4,800
Permiso de Operación	L. 5,000
Constancia y contrato de Colegio Químico farmacéutico	L. 300,000
Arrendamiento del Local e Instalación de A/C	L. 6,400
Obtención de Licencia Sanitaria	L. 800
Compra de Equipo	L. 102,074
Compra de Materiales	L. 1,097
Afiliación a los bancos y alquiler de POS	
Obtención de línea de crédito con Proveedores	L. -
Contratación de Personal	L. 99,861
Compra de Inventario Inicial	L. 5463,053
Entrenamiento del personal	L. -
Apertura de la farmacia	L. 12,995
Gastos de Publicidad	L. 3,150
Servicios Básicos	L. 9,845
Total Costo del Proyecto	L. 6006,100

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS

Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. México, D.F.: McGraw-Hill Interamericana.

Recuperado a partir de <http://public.ebib.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=3214384>

Benassini, M. (2009). *Introducción a la investigación de mercados: enfoque para América Latina*.

Naucalpan de Juárez: Pearson Educación.

David, F. R. (2008). *Conceptos de administración estratégica (11a. ed.)*. Distrito Federal:

Pearson Educación. Recuperado a partir de

<http://public.ebib.com/choice/PublicFullRecord.aspx?p=4850014>

David, F. R., & Sánchez Carrión, M. Á. (2003). *Conceptos de administración estratégica (9a.*

ed.). Distrito Federal: Pearson Educación. Recuperado a partir de

<http://public.ebib.com/choice/PublicFullRecord.aspx?p=4850015>

Estudio de mercado del sector farmacéutico en el mundo - ITC. (2015, noviembre 30).

Recuperado 9 de diciembre de 2017, a partir de <http://www.int-team.com/el-sector-farmaceutico-en-el-mundo/>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación (5a ed.)*. México, D.F: McGraw-Hill.

La evolución farmacéutica. (s.f.). Recuperado 9 de diciembre de 2017, a partir de

<http://www.cursosdesdecasa.com/sanidad/articulos/evolucion-farmaceutica.html>

LAS FARMACIAS DEL AYER - Diario La Tribuna. (s. f.). Recuperado 9 de diciembre de 2017,
a partir de <http://www.latribuna.hn/2016/08/02/las-farmacias-del-ayer/>

Meza Orozco, J. de J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos 10 casos prácticos resueltos en excel*. Bogota: Ecoe Ed.

Pérez Urquía, R. (2014). *Gestión de recursos laborales, formativos y análisis de puestos de trabajo para la inserción sociolaboral de personas con discapacidad: MF1034*.
Recuperado a partir de <http://site.ebrary.com/lib/interpuertoricosp/Doc?id=10889523>

Sánchez Soto, G. A., & Thompson, A. A. (2016). *Administración estratégica: teoría y casos*.
México [etc.: McGraw-Hill Education.

who_constitution_sp.pdf. (s. f.). Recuperado a partir de
http://www.who.int/governance/eb/who_constitution_sp.pdf

ANEXOS

ANEXO 1. ENTREVISTA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

(UNITEC)

MAESTRÍA EN FINANZAS

ENCUESTA SOBRE FARMACIA EN LA CEIBITA

ENCUESTA

Buenos días, somos estudiantes de maestría de UNITEC y estamos realizando una investigación con el propósito de conocer su opinión acerca de la instalación de una farmacia en el sector de La Ceibita, su opinión es de mucho interés para nosotros, gracias por su colaboración.

Instrucciones:

- La encuesta es anónima para garantizar la viabilidad y confidencialidad de la información.
- Marque con una **X** en el espacio que crea conveniente.
- En las preguntas abiertas sea claro, preciso y utilice el espacio correspondiente.

Edad:_____

Sexo: Masculino_____

Femenino_____

1. ¿Cuántas personas viven en su hogar actualmente?

Especifique:_____

2. ¿Compra usted productos farmacéuticos?

- a) Si
- b) No

3. Al momento de adquirir productos farmacéuticos, ¿Dónde prefiere comprar?
- a) Farmacia
 - b) Centro naturista
 - c) Droguerías
 - d) Mercado
 - e) Pulpería
 - f) Otros:_____
4. ¿Compra medicamentos con receta médica?
- a) Si
 - b) No
5. Además de medicamentos ¿Qué otro producto le gustaría encontrar en una farmacia?
- a) Suplementos alimenticios
 - b) Productos para bebé
 - c) Dulce y confitería
 - d) Cosméticos y maquillaje
 - e) Otros:_____
6. ¿Existe alguna farmacia en su sector?
- a) Si
 - b) No
7. ¿Qué farmacia visita usted con mayor frecuencia?
- Especifique:_____
8. ¿En qué ciudad realiza las compras de productos farmacéuticos?
- Especifique:_____

9. De los siguientes aspectos ¿Cuál considera el mas importante al momento de visitar una farmacia?

- a) Ubicación _____
- b) Horarios _____
- c) Seguridad _____
- d) Atención _____

10. ¿Al momento de adquirir sus productos lo que más le atrae es?

- a) Calidad
- b) Precio
- c) Variedad

11. Al comprar medicamentos ¿Qué tipo de producto prefiere?

- a) Marca Reconocida
- b) Genéricos
- c) Ambos

12. ¿Con qué frecuencia compra productos en farmacias?

- a) Una vez a la semana
- b) Dos veces al mes
- c) Una vez al mes

13. ¿Cuál es su ingreso mensual?

- a) De L.2,000.00 a L.5,000.00
- b) De L.5,000.01 a L.10,000.00
- c) De L.10,000.01 a L.15,000.00
- d) De L.15,000.01 a L.20,000.00
- e) Mas de L.20,000.00

14. ¿Cuánto dinero al mes destina para la compra de medicamentos?

Especifique: _____

15. ¿Haría sus compras en una farmacia ubicada en el sector de La Ceibita?

- a) Si
- b) No

ANEXO 2. AMORTIZACIÓN DE FINANCIAMIENTO

Préstamo:	559,466			
Plazo (años):	5			
tasa:	19%			
Cuota:	14,513			
Mes	Cuota	Capital	Interés	Saldo
0				559,466
1	14,513	5,655	8,858	553,812
2	14,513	5,744	8,769	548,068
3	14,513	5,835	8,678	542,233
4	14,513	5,928	8,585	536,305
5	14,513	6,021	8,491	530,284
6	14,513	6,117	8,396	524,167
7	14,513	6,214	8,299	517,953
8	14,513	6,312	8,201	511,641
9	14,513	6,412	8,101	505,230
10	14,513	6,513	7,999	498,716
11	14,513	6,617	7,896	492,100
12	14,513	6,721	7,792	485,378
13	14,513	6,828	7,685	478,551
14	14,513	6,936	7,577	471,615
15	14,513	7,046	7,467	464,569
16	14,513	7,157	7,356	457,412
17	14,513	7,271	7,242	450,141
18	14,513	7,386	7,127	442,756
19	14,513	7,503	7,010	435,253
20	14,513	7,621	6,892	427,632
21	14,513	7,742	6,771	419,890
22	14,513	7,865	6,648	412,025
23	14,513	7,989	6,524	404,036
24	14,513	8,116	6,397	395,920
25	14,513	8,244	6,269	387,676
26	14,513	8,375	6,138	379,302
27	14,513	8,507	6,006	370,794

CONTINUACIÓN ANEXO 2

28	14,513	8,642	5,871	362,152
29	14,513	8,779	5,734	353,374
30	14,513	8,918	5,595	344,456
31	14,513	9,059	5,454	335,397
32	14,513	9,202	5,310	326,194
33	14,513	9,348	5,165	316,846
34	14,513	9,496	5,017	307,350
35	14,513	9,646	4,866	297,704
36	14,513	9,799	4,714	287,905
37	14,513	9,954	4,558	277,950
38	14,513	10,112	4,401	267,838
39	14,513	10,272	4,241	257,566
40	14,513	10,435	4,078	247,131
41	14,513	10,600	3,913	236,531
42	14,513	10,768	3,745	225,764
43	14,513	10,938	3,575	214,825
44	14,513	11,111	3,401	203,714
45	14,513	11,287	3,225	192,426
46	14,513	11,466	3,047	180,960
47	14,513	11,648	2,865	169,313
48	14,513	11,832	2,681	157,481
49	14,513	12,019	2,493	145,461
50	14,513	12,210	2,303	133,251
51	14,513	12,403	2,110	120,848
52	14,513	12,599	1,913	108,249
53	14,513	12,799	1,714	95,450
54	14,513	13,002	1,511	82,448
55	14,513	13,207	1,305	69,241
56	14,513	13,417	1,096	55,824
57	14,513	13,629	884	42,195
58	14,513	13,845	668	28,351
59	14,513	14,064	449	14,287
60	14,513	14,287	226	0

ANEXO 3. GASTOS DE VENTA

Detalle	1	2	3	4	5
Salarios y beneficios Depto. de Ventas	102,972.50	116,099.58	123,408.55	131,470.96	140,700.72
Gastos por Publicidad	37,800.00	20,790.00	21,829.50	22,920.98	24,067.02
Mantenimiento de A/C	4,800.00	5,040.00	5,292.00	5,556.60	5,834.43
Otros Gastos	6,787.77	6,840.86	6,896.91	6,956.04	7,018.43
Total Gastos de Ventas	152,360.27	148,770.44	157,426.96	166,904.58	177,620.60

ANEXO 4. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Detalle	1	2	3	4	5
Salarios y beneficios administración	269,361.39	303,279.16	322,158.21	342,983.16	631,462.12
Papelería y Útiles	5,900.00	5,783.40	6,072.57	6,376.20	6,695.01
Energía Eléctrica	96,000.00	100,800.00	105,840.00	111,132.00	116,688.60
Agua	1,200.00	1,260.00	1,323.00	1,389.15	1,458.61
Internet	8,532.00	8,958.60	9,406.53	9,876.86	10,370.70
Teléfono	5,688.00	5,972.40	6,271.02	6,584.57	6,913.80
Alquiler del Local	72,000.00	75,600.00	79,380.00	83,349.00	87,516.45
Material de Higiene y limpieza	7,262.40	7,625.52	8,006.80	8,407.14	8,827.49
Agua Purificada	6,720.00	7,056.00	7,408.80	7,779.24	8,168.20
Otros Gastos	14,138.61	14,275.84	14,420.62	14,573.35	14,734.49
Total Gastos de Administración	486,802.40	530,610.92	560,287.55	592,450.67	892,835.47

ANEXO 5. COSTO DE VENTA

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inventario Inicial	-	323,271.43	679,678.19	1,072,616.63	1,505,831.27
(+) Compras	2,262,949.92	2,494,902.29	2,750,629.77	3,032,569.32	3,343,407.68
(-) Inventario Final	323,271.43	679,678.19	1,072,616.63	1,505,831.27	1,983,450.41
(=) Costo de venta	1,939,678.49	2,138,495.53	2,357,691.33	2,599,354.69	2,865,788.54

ANEXO 6. CONSUMO PROMEDIO EN LEMPIRAS.

	12. ¿Con qué frecuencia compra productos en farmacias?	Total	Promedio de consumo	Lempiras
14. ¿Cuánto dinero al mes destina para la compra de medicamentos?	de L.0.00 a L.400.00	8	200.00	1,600.00
	de L.400.01 a L.800.00	107	600.00	64,200.00
	de L.800.01 a L.1,200.00	146	1,000.00	146,000.00
	de L.1,200.01 a L.1,600.00	18	1,400.00	25,200.00
	de L.1,600.01 a L.2,000.00	18	1,800.00	32,400.00
Total		297	907.07	269,400.00

ANEXO 7. COTIZACIÓN COMPUTADORA

www.dell.com/hn/empresas/p/optiplex-3050-aiow/pd?oc=la_smo3050aiow10p010us&ref=PD_OC

OptiPlex 3050 Todo en Uno

[Escribir la primera reseña](#)

Diseñada para brindar funcionalidad y flexibilidad.

Computadora todo en uno esencial de 19,5" con rendimiento de clase empresarial y elegante diseño que ahorra espacio.

Precio **\$789.41**
Precio incluye descuentos



[Email](#)

Configuraciones

Características y diseño

Accesorios y servicios

Controladores, manuales y soporte

Procesador

Séptima generación del Procesador Intel® Core™ i5-7500T (6MB/4T/2.7GHz)

[Más Detalles](#)

Sistema operativo (Dell recomienda Windows 10 Pro.)

Windows 10 Pro, 64-bit, Inglés, Francés, Español

[Más Detalles](#)

Memoria¹

4GB de Memoria DDR4 a 2400MHz (1 DIMM x 4GB)

[Más Detalles](#)

Disco duro

[Más Detalles](#)

OptiPlex 3050 Todo en Uno

Subtotal **\$789.41**


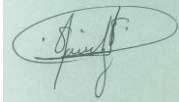

Precio incluye descuentos

Código E-Value:
LA_SMO3050AIOW10P010US

[Configurar](#)

[Agregar al carrito](#)

ANEXO 8. COTIZACIÓN MOBILIARIO Y EQUIPO

COTIZACION						
						
RTN # 05019995122957						
CLIENTE : MARIO SOLORZANO REQ. FECHA 25/11/2017 Nombre de Quien Cotiza: JULIO SANCHEZ <u>csevilla@diunsa.hn</u> Telefono del PROVEEDOR: 2553-3721 EXT.1406 33927962						
Item	Cantidad	Especificaciones	Precio normal tienda	Precio Mayoreo	Precio Especial	Valor Total
416922	1	SILLA EJECUTIVA C/NEGRO C1-1	L. 2,773.91	L. 2,100.00	L. 1,900.00	L. 1,900.00
510756	1	SILLA P/BAR CLR NEGRO+BLCO	L. 1,538.26	L. 1,200.00	L. 1,000.00	L. 1,000.00
411778	1	SILLON TUXEDO CHOCOLATE	L. 860.37	L. 680.00	L. 575.00	L. 575.00
424413	1	REFRIG/MINIBAR AVANTI 4.4FT 1PTA NEGRO	L. 5,208.70	L. 4,100.00	L. 3,900.00	L. 3,900.00
451380	1	AIRE MINISPLIT MCQUAY 24000BTU 1	L. 22,600.00	L. 22,500.00	L. 21,500.00	L. 21,500.00
456308	1	TELEFONO INALAMBRICO PANASONIC	L. 1,129.57	L. 1,100.00	L. 1,050.00	L. 1,050.00
79721	1	ENFRIADOR P/AGUA AVANTI HELADO/CALIENTE	L. 3,034.78	L. 2,900.00	L. 2,500.00	L. 2,500.00
246486	1	EXTINGUIDOR PORTATIL 8KG	L. 738.26	L. 565.00	L. 470.00	L. 470.00
Sub Total Lps.						L. 32,895.00
15% Impuesto Lps.						L. 2,865.00
Gran Total Lps.						L. 35,760.00
Valida por 5 dias						
<u>JULIO SANCHEZ</u> Nombre de Quien Cotiza					 Sello y Firma de la Empresa	
<u>CONTADO</u> condiciones de pago y fecha de entrega			<u>25/11/2017</u> FECHA DE COTIZACION			

CONTRATO PRIVADO DE SERVICIOS PROFESIONALES

Nosotros: _____de nacionalidad_____con número de identidad _____, estado civil:_____con domicilio en la Ciudad o Municipio de _____y _____de nacionalidad: _____con número de identidad _____,estado civil:_____, con domicilio en la Ciudad o Municipio de _____, el primero lo hace en Su condición de Representante Legal del Establecimiento Farmacéutico denominado _____, tal como obra en el documento o instrumento público _____(describir el documento); en el cual consta la condición aludida y quien en lo sucesivo se denominara **EL CONTRATANTE** y el segundo comparece como profesional de las Ciencias Químicas Farmacéuticas, quien en lo sucesivo se denominara **EL CONTRATADO** ;, por este acto acuerdan celebrar, **EL PRESENTE CONTRATO PRIVADO DE SERVICIOS PROFESIONALES**, el que se regirá por la clausulas siguientes: **CLAUSULA PRIMERA:** manifiesta **EL CONTRATADO**, que en este acto ha sido requerido por **EL CONTRATANTE**, para que le preste sus servicios profesionales en su condición de Aperturante del Establecimiento Farmacéutico _____ubicado _____en _____de la Ciudad o Municipio de _____ Departamento _____, propiedad del **CONTRATANTE**, con el objetivo de llevar a cabo todo el proceso administrativo a sustanciarse dentro del Colegio de Químico-Farmacéuticos de Honduras (CQFH) para la solicitud encomendada. **CLAUSULA SEGUNDA:** continúa manifestando **EL CONTRATADO** que por tenerlo convenido con **EL CONTRATANTE**, han llegado de mutuo acuerdo que los honorarios devengados ascienden a la suma de **L. 200, 000.00 (Doscientos Mil Lempiras)** pagaderos como mínimo el cincuenta por ciento (50%) una vez presentada ante El Colegio Químico-Farmacéuticos de Honduras (CQFH), la solicitud de Constancia de Ubicación por Apertura correspondiente y el restante cincuenta por ciento (50%) a la

entrega de la Resolución mediante la cual el Colegio, autorice la Constancia de Ubicación por Apertura del establecimiento farmacéutico.- **CLAUSULA TERCERA:** Continúa manifestando **EL CONTRATADO**, que la cantidad pactada es la ordenada en la XXXIX Asamblea General Ordinaria Dr. Héctor Raúl Alvarado celebrada el 2 y 3 de mayo del 2003, en la ciudad de San Pedro Sula, Departamento de Cortes, en la cual en el Punto No. Cuatro (4), se Acordó: que los honorarios profesionales por apertura de establecimiento farmacéutico, sea de Lps. 200,000.00. (Doscientos Mil Lempiras) **CLAUSULA CUARTA:** Duración del servicio, Una vez presentada la solicitud de Constancia de Ubicación por Apertura, el procedimiento quedará supeditado al tiempo que duren las actuaciones administrativas que al efecto evacúe el Colegio Químico-Farmacéuticos de Honduras (CQFH) desde su presentación hasta la emisión de la Resolución Final. **CLAUSULA QUINTA:** Por su parte manifiesta **EL CONTRATANTE**, que es cierto lo manifestado por **EL CONTRATADO**, por lo que acepta el presente contrato privado de servicios profesionales en toda y cada una de sus cláusulas, Obligándose al pago total de los honorarios pactados, teniendo pleno conocimiento que el incumplimiento de la presente clausula facultara al Colegio Químico-Farmacéuticos de Honduras (CQFH) a denegar la autorización o en su caso a revocar la autorización otorgada al establecimiento por violación al artículo 5, letra b del Estatuto Laboral del Químico Farmacéutico Empleado de Honduras, firmando para constancia en la Ciudad o Municipio de _____, a los _____ días del mes _____ del año _____.

FIRMA DEL CONTRATANTE

No. Identidad:

FIRMA Y SELLO PROFESIONAL

No. Identidad: