



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

RESUMEN

Nuestro proyecto trata sobre la creación de un MULTICOMERCIO que se denominará “**MULTI-MARK**” de expendio de productos comestibles, aseo, ferretería, bazar y farmacia. El proyecto se desarrollará en el sector de la Cooperativa Léntag perteneciente al cantón Girón Provincia del Azuay, a 75 km de la ciudad de Cuenca por la vía Cuenca-Girón-Pasaje.

El presente trabajo comprende un estudio para determinar la factibilidad de creación del *MULTICOMERCIO*, partiendo de un estudio de mercado en el que se concluye que existe una demanda factible tanto del sector (moradores) como de los turistas que visitan este lugar. Por otro lado el estudio de factibilidad incluye también el estudio técnico en el que se pudo determinar que el lugar es el idóneo para este negocio, esto se logró reflejar a través de la respectiva evaluación de alternativas de localización, servicios y recursos necesarios para ejecutarlo.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

Con el estudio económico financiero se determinó que el proyecto con una inversión determinada presenta datos viables, estos datos se fundamentan a través de indicadores financieros que permiten avalar el proyecto.

El proyecto presenta interactividad en cuanto a las expectativas que mantienen tanto los habitantes como los turistas del sector, así como también por las cifras prometedoras que se reflejan en cuanto a lo económico.

PALABRAS CLAVES: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, ESTUDIO DE MERCADO, ESTUDIO TECNICO, ESTRUCTURA LEGAL ORGANIZACIONAL, ESTUDIO DE INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO, ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

SUMMARY

Our project has to do with the creation of a MULTICOMERCE that will be named MULTIMARK, a place to expend food products, cleanliness, hardware, bazaar and pharmacy items. The project will be developed in the area of Léntag Cooperative, located in Girón, Province of Azuay at 75 km. from Cuenca.

This work includes a study to determine the feasibility of creation of a Multicommerce starting from a market research, which concludes that there is a feasible demand both of the people who live in this area (residents) and of the tourists who visit this place. On the other hand, the feasibility study also includes a technical study, which determined that the area is suitable to set up this business, situation that was reflected by means of the corresponding evaluation of alternatives of location, services and necessary resources to carry it out.

The economic-financial study determined that the project with a determined investment presents viable data, which are based through financial indicators that allow guarantying the project.

This project presents interactivity with respect to the expectations that both the inhabitants and the tourists of this place have, as well as by the promising figures that are reflected regarding to the economic aspect.



INDICE

INTRODUCCIÓN

CAPITULO 1

ANTECEDENTES

1.1 DESCRIPCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1.1 ACTIVIDAD ECONÓMICA

1.1.2 ATRACTIVOS TURÍSTICOS

1.1.3 CENTROS EDUCATIVOS Y OTRAS ENTIDADES

1.1.4 RELIGIÓN Y CULTURA

1.1.5 SERVICIOS

1.2 MARCO CONCEPTUAL

CAPITULO 2

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

ETAPA 1

2.1 ESTUDIO DE MERCADO

2.1.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1.1.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA Y PLANTEAMIENTO DE LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1.1.1.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

2.1.1.1.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

2.1.1.2 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.1.1.3 DEFINICIÓN DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN

2.1.1.4 DEFINICIÓN DEL INFORMANTE

2.1.1.5 ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO

2.1.1.6 DEFINICIÓN DE LA EXTENSIÓN DE LA



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

INVESTIGACIÓN

2.1.1.7 RECOPILOCIÓN DE LA INFORMACIÓN

2.1.1.8 ORDENAMIENTO, SISTEMATIZACIÓN, TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

2.1.1.9 ELABORACIÓN Y PRESENTACIÓN DEL INFORME FINAL

2.1.2 EL PRODUCTO (MULTICOMERCIO)

2.1.2.1 FILOSOFÍA DE LA EMPRESA

2.1.2.1.1 MISIÓN

2.1.2.1.2 VISIÓN

2.1.2.2 TIPOS DE PRODUCTOS QUE EXPENDERÁ LA EMPRESA

2.1.3 LA DEMANDA

2.1.3.1 FACTORES QUE INCIDEN EN LA DEMANDA DE UN PRODUCTO

2.1.3.2 LA DEMANDA ACTUAL

2.1.3.3 LA DEMANDA POTENCIAL

2.1.4 OFERTA

2.1.4.1 IDENTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA

2.1.5 LOS PRECIOS

2.1.5.1 ANÁLISIS DE LOS PRECIOS

2.1.5.2 PROYECCIÓN DE LA INFLACIÓN

2.1.5.3 METODOLOGÍA DE FIJACIÓN DE PRECIOS

2.1.6 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

2.1.6.1 IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS PROVEEDORES

2.1.6.2 ALTERNATIVAS DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN

2.1.7 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

2.1.7.1 MEDIOS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ETAPA 2.2

2.2 ESTUDIO TÉCNICO

2.2.1 LOCALIZACIÓN

2.2.1.1 MACRO LOCALIZACIÓN

2.2.1.2 MICRO LOCALIZACIÓN

2.2.1.3 FACTORES CONSIDERADOS PARA DECIDIR LA
ELECCIÓN DE LA LOCALIZACIÓN

2.2.1.3.1 TABLA DE EVALUACIÓN DE LA ALTERNATIVA
DE LOCALIZACIÓN

2.2.1.4 TIPOS DE CAPACIDAD DEL MULTICOMERCIO

2.2.1.5 CAPACIDAD DE ABASTECIMIENTO DE
MERCADERÍA PARA EL MULTICOMERCIO

2.2.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

2.2.3 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

2.2.3.1 EDIFICACIÓN

2.2.3.2 DISEÑO, COSTO Y FINANCIAMIENTO

2.2.3.3 ORDENANZAS MUNICIPALES

2.2.4 PROCESO

2.2.4.1 FLUJO GRAMA DE PROCESO

2.2.4.1.1 DIAGRAMAS DE FLUJO

2.2.5 EQUIPOS E INSTALACIONES

2.2.5.1 COSTO DE LOS EQUIPOS E INSTALACIONES

2.2.5.2 MODALIDADES DE ADQUISICIÓN

2.2.6 INSUMOS

2.2.6.1 MATERIALES

2.2.6.1.1 FACTORES

2.2.6.2 PERSONAL

2.2.6.3 RECURSOS ENERGÉTICOS Y OTROS

ETAPA 2.3

2.3 ESTRUCTURA LEGAL Y ORGANIZACIONAL



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

2.3.1 ESTRUCTURA LEGAL

2.3.1.1 CONSTANCIA DE LA PROPIEDAD EN EL
MUNICIPIO

2.3.1.2 UBICACIÓN DE LA PROPIEDAD

2.3.1.3 INFORME Y CERTIFICACIÓN DE LA PROPIEDAD

2.3.1.4 LÍNEA DE FÁBRICA

2.3.1.5 CONFORMACIÓN JURÍDICA

2.3.1.5.1 PROCEDIMIENTO PARA CONSTITUIR UNA
COMPAÑÍA

2.3.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

2.3.2.1 DEFINICIÓN DE ESTRUCTURA

2.3.3. DEFINICIÓN DE FUNCIONES Y DISEÑO DE LA
ESTRUCTURA FUNCIONAL

2.3.3.1 DEFINICIÓN DE FUNCIONES

2.3.3.2 DISEÑO DE LA ESTRUCTURA FUNCIONAL

ETAPA 2.4

2.4 INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

2.4.1 PLAN DE INVERSIÓN

2.4.2 FINANCIAMIENTO

2.4.3 AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

ETAPA 2.5

2.5 ESTUDIO ECONÓMICO DEL PROYECTO

2.5.1 ESTIMACIÓN DE INGRESOS

2.5.2 ESTIMACIÓN DE COSTOS Y GASTOS

2.5.2.1 PRESUPUESTO DE COMPRAS

2.5.2.2 ESTIMACIÓN DE LOS SUELDOS Y SALARIOS

2.5.2.3 ESTIMACIÓN DE LOS GASTOS DE
ADMINISTRACIÓN, VENTAS Y PUBLICIDAD

2.5.2.4 DEPRECIACIONES

2.5.3 PUNTO DE EQUILIBRIO



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009**

2.5.4 FLUJO DE FONDOS

2.5.5 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

2.5.6 TASA INTERNA DE RETORNO

2.5.7 RELACIÓN COSTO BENEFICIO

2.5.8 PERIODO DE RETORNO

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

ANEXOS

DISEÑO DE TESIS

BIBLIOGRAFIA



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA
LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DE TÍTULO
DE INGENIERO COMERCIAL.

AUTORAS: MARY BRITO
MARISOL PESANTEZ

DIRECTORA: Ing. Com. XIMENA PERALTA

CUENCA- ECUADOR

2010



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

AGRADECIMIENTO

Quiero dejar constancia de mis más sinceros agradecimientos a Dios por permitirme cumplir con uno más de mis sueños, como también a la Arq. Fanny Brito y a mi compañera de tesis Marisol Pesantez a mis profesores y amigos, de manera especial a la directora de esta tesis Ing. Ximena Peralta quienes con paciencia, trabajo y disciplina me ayudaron para que culminara con éxito mis estudios.

Mary



DEDICATORIA

Esta tesis le dedico con mucho cariño a Dios , a mis queridos padres Manuel y Diana, a mis hermanas Lida y Azucena , a mi sobrinita Belén quienes con esfuerzo y mucha entrega me supieron guiar, acompañar e inculcaron en mi los valores más dominantes para elegir el mejor camino y terminar con éxito mi carrera universitaria .

Mary



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

AGRADECIMIENTO:

Al culminar este trabajo quiero agradecer a Dios por darme sabiduría y un sincero agradecimiento a la Directora de esta tesis, Ing. Ximena Peralta, quien ha sido nuestra guía, y al mismo tiempo, fue la maestra y amiga, que transmitió todos sus conocimientos para la realización de este trabajo.

De la misma manera agradezco a todos los profesores y amigos que de una u otra forma aportaron sus conocimientos durante mis etapas de estudio.

MARISOL



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

DEDICATORIA:

El esfuerzo, el sacrificio, la responsabilidad y el amor a lo que uno se propone son los valores que me enseñaste, por esta razón esta tesis va dedicada con todo el amor del mundo a ti querida mamá, gracias por existir.

También dedico este presente trabajo a mi esposo por su apoyo incondicional en todo momento y a mi hijo que a través de su amor me da ánimo para seguir adelante.

MARISOL



**UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009**

Las opiniones y versiones que constan en esta tesis son de absoluta responsabilidad de las autoras.

**Mary Brito
Marisol Pesantez**



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

INTRODUCCIÓN

Como jóvenes nos sentimos en la necesidad de contribuir con el desarrollo y crecimiento de fuentes de trabajo, en gratitud a la sociedad que apoya al constante progreso, considerando estos aspectos hemos creído en la necesidad de llevar a cabo un estudio de factibilidad para la creación de un *MULTICOMERCIO* en uno de los sectores de gran afluencia turística dentro del Cantón Azuayo, en el Valle de Yunguilla concretamente en la Cooperativa Léntag.

Para que este trabajo se desarrolle se ha considerado incluir los siguientes capítulos:

En el primer capítulo se detalla la descripción del lugar objeto del proyecto, así como un marco teórico, que servirá para fundamentar el contenido del trabajo. El estudio de factibilidad comprenderá, el estudio de mercado, en donde se analizan la definición del producto (*MULTICOMERCIO*), la demanda, la oferta, los precios, los diferentes canales de comercialización la promoción y publicidad, aspectos que se consideran indispensables para evaluar la apertura de un negocio. También incluye el estudio técnico en donde trataremos



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

temas como, la localización, tamaño o capacidad, especificaciones técnicas, proceso, equipo e instalaciones, disposición espacial e insumos, que se requieren para la creación de esta empresa. En el desarrollo de la estructura legal y organizacional consideramos todos los aspectos que la ley dispone para el correcto funcionamiento de las empresas. A continuación se detallan las inversiones las inversiones y formas de financiamiento, los presupuestos, estimación de ingresos costos y gastos así como los indicadores de evaluación del proyecto que sin duda alguna nos indican su factibilidad. Finalmente, se hace constar las conclusiones y recomendaciones del trabajo.

Este trabajo es realizado de forma completa, concisa y concreta aplicando los conocimientos adquiridos durante nuestra carrera como estudiantes así como la realidad que se vive en el día a día, por ello estamos seguros que servirá como una guía para quienes deseen llevar adelante este tipo de proyectos.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CAPITULO 1

ANTECEDENTES

1.1 Descripción del Objeto de Estudio

Nuestro proyecto se basa en realizar un estudio para determinar si la creación de un *MULTICOMERCIO* en el sector de la Cooperativa Léntag es factible, para ello a continuación se hará una descripción del lugar donde se llevará a cabo este proyecto.

La Cooperativa Léntag se encuentra ubicada a 75Km de la ciudad de Cuenca en la parte oeste conectada por la vía asfaltada Cuenca – Girón – Pasaje, cuenta con 2885¹ habitantes aproximadamente, con un crecimiento poblacional del 2.04%²; esta zona pertenece a la Parroquia Asunción -

¹ Diagnóstico de la comunidad la Asunción.

² INEC “bases de datos REDATAM de la provincia del Azuay 1990-2001”



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

Cantón Girón, se encuentra ubicada a una altura de 1500 m.s.n.m.



Vista de la vía de acceso a la Cooperativa Léntag

1.1.1 ACTIVIDAD ECONOMICA

La principal ocupación de sus habitantes es la agricultura con el cultivo de la caña de azúcar, maíz, fréjol, huertos de frutas de clima subtropical, etc. En esta zona existen moliendas en la que se da la producción de aguardiente, miel, panela y guarapo esto se ha constituido en una fuente de empleo y de ingresos muy importantes para la población de este sector, la producción de aguardiente se la destina a las plantas embotelladoras de licor.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

Otra de las actividades económicas que rinde ingresos económicos es el turismo con la construcción de paraderos turísticos, cabañas y hosterías que son favorecidos por el clima subtropical que brinda este sector, como una actividad alternativa se puede incursionar en la siembra de cítricos y flores.

Dentro de otros sectores como, lo es la parte alta del valle de yunguilla esta la parroquia Asunción en donde la ganadería es la fuente que proporciona mayores recursos debido a la gran producción de leche de la que se elaboran quesos de excelente calidad y a su vez estos son comercializados en los mercados de Cuenca, Pasaje y Machala.

Según los datos del último censo del año 2001 declararon pertenecer a la población económicamente activa (5 y mas años) un total de 1104 personas de los cuales el 70.7 por ciento son hombres y el 29.3 por ciento son mujeres, se dedican a la agricultura y ganadería el 69 por ciento, en las industrias manufactureras se ocupan el 4 por ciento, destacándose dentro de ella en pequeña escala a la



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

elaboración de productos alimenticios y bebidas y a la fabricación de muebles, estos datos son tomados en relación a la parroquia asunción.

La población de esta zona realiza sus compras los días domingos en el cantón Santa Isabel en donde está ubicado el mercado municipal del cantón esto en su mayor parte, debido a que los habitantes de parte alta lo realiza en el mercado de la parroquia asunción que funciona de igual forma los días domingos, teniendo en cuenta que existen familias en un porcentaje mínimo que realiza sus compras en las tiendas del sector de la Cooperativa Léntag en las mismas existe la carencia de todos los productos que son necesarios para la canasta básica.

1.1.2 ATRACTIVOS TURISTICOS

La Cooperativa Léntag se ha convertido en la actualidad en uno de los principales atractivos turísticos, por su clima acogedor, aquí se encuentra abundantes moliendas de caña de azúcar para la producción de aguardiente, miel y panela; además en este sector se han construido una gran cantidad



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

de villas vacacionales de ciudadanos del cantón Cuenca en su mayoría, existiendo también de otros lugares como lo son Machala, Girón entre otros.

Uno de los centros turísticos que tiende a la atracción de turistas de varios lugares es el parque extremo que está ubicado en el sector de Cata-viña junto a la vía Cuenca – Girón- Pasaje.

1.1.3CENTROS EDUCATIVOS Y OTRAS ENTIDADES

En el sector de la Cooperativa Léntag no se cuenta con establecimientos educativos en la actualidad se encuentra funcionando un centro en donde se educan los niños de las edades comprendidas entre el primer mes de vida hasta los cuatro años de edad los que son educados por colaboradoras del la parroquia Asunción con el apoyo de la Ilustre Municipalidad del Cantón Girón.

Cercano al sector de la Cooperativa Léntag se encuentra la escuela Benigno Jara de Léntag y el Colegio a distancia “NUESTRA TIERRA” la que está ubicada en el sector del Loma de Léntag, otra de las instituciones a donde acuden la



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

mayor parte de niños del sector de la Cooperativa Léntag es la escuela “Amador Sarmiento” que está ubicada en el caserío de Tobachirí Chico.

En el centro parroquial de la Asunción funciona la escuela “Alberto Muñoz Vernaza” y el Colegio nacional Mixto “Remigio Crespo Toral”, existen también otras instituciones educativas de primaria (escuelas) en las comunidades pertenecientes a la parroquia.

A los cantones de Santa Isabel y Girón en su mayoría acuden quienes aspiran prepararse en la secundaria por la facilidad que existe para trasladar a los mismos, así como también por la calidad de estudio que se da en estos establecimientos.

Dentro de otras entidades podemos mencionar las oficinas de tenencia política, jefatura de Área, Junta Parroquial estas oficinas funcionan en la parroquia Asunción, en el sector de la Cooperativa Léntag existe un dispensario médico del IESS, dos proyectos de juntas de agua potable.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

La administración de este sector está a cargo del Comité Pro-mejoras a través de su directiva la misma que se encarga de todos aquellos aspectos que la comunidad necesita, siempre buscando el adelanto y la prosperidad de la misma.

1.1.4 RELIGION Y CULTURA

En su mayor parte prevalece la religión Católica, todos los domingos en la iglesia del sector tanto moradores del sector, sus anejos y visitantes participan en la celebración eucarística a cargo del párroco de la Asunción Sr. Kleber Pañi.

En lo que hace referencia a la cultura en la zona se han venido desarrollando dos veces al año las festividades a cargo de los priostes de las fiestas; en el mes de enero en honor a la virgen de la Nube la que esta está a cargo de las señoras y señoritas del sector, en el mes de mayo los señores y jóvenes llevan a cabo las festividades en honor al Señor de los Milagros.

También como una costumbre en el mes de diciembre se celebra cada 25 del mes la pasada del divino niño con la participación de los niños que pertenecen a la catequesis y



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

demás niños que deseen participar en el mismo, otra tradición que se lleva a cabo en este mes es la despedida del año a cargo de la juventud del sector en la que se presentan comedias seda lectura al testamento y esta forma estas tradiciones han hecho que este sector se convierta en un lugar acogedor para propios y extraños. Dentro de la parroquia Asunción se organiza la vía cruces por motivo de la semana santa en la que todas las comunidades se concentran el sector de la Cooperativa Léntag para participar en la misma hasta la parroquia.



Vista de la iglesia de la Cooperativa Léntag



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

1.1.5 SERVICIOS

En este sector la comunidad cuenta con todos los servicios básicos como son agua potable (dos proyectos “Junta Administradora de Agua Potable de Léntag” y “Junta de Agua Potable de la Cooperativa Léntag”), energía eléctrica servicio que provee la empresa “Centro-Sur”, líneas telefónica a cargo de la empresa de “Pacifictel”, cable con la empresa “Chabelo TV”; transporte inter-cantonal por las empresas “Coop. Santa Isabel”, “Coop. Azuay” “Coop. Pullman Sucre”.

1.2 MARCO CONCEPTUAL

Es necesario conceptualizar las partes de cada capítulo, para tener como base al momento de desarrollar la tesis y que sirva de guía para tomar la decisión acertada cuando se presentan varias alternativas, al mismo tiempo este marco conceptual será una fuente de información confiable porque tendrá definiciones actuales y aplicables al tema que se pretende desarrollar.

De acuerdo al tema a desarrollar como es el estudio de factibilidad para la creación de un *MULTICOMERCIO* es necesario tener presente varios conceptos que se encuentran



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

relacionados y que nos ayudaran a comprender con exactitud el tema de estudio.

❖ **Microempresa**

La mayoría de negocios empiezan como microempresa porque lo pueden formar un grupo familiar, ya que ningún negocio crece de forma inmediata sino de poco a poco de acuerdo a los medios tanto físicos, económicos e intelectuales; como también de las herramientas adecuadas para establecer estrategias que logren rebasar un mundo en constante cambio por la competencia.

Al desarrollar el proyecto tenemos que tener presente el tamaño de empresa, los trámites legales que implica su legal constitución. Además tener conocimiento de cuáles son nuestros competidores directos para de esta forma aprovechar sus debilidades e irles eliminando del mercado para así no quedarnos estancados como microempresa, sino más bien crecer como negocio a un ritmo considerable y conseguir los beneficios económicos que toda empresa busca tener.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

❖ **Estudio de factibilidad**

Toda idea sin excepción de ninguna para ser llevada a cabo primero necesita que en esta se realice un estudio de factibilidad para conocer si es posible y los medios que implica llevar adelante tal idea.

El estudio de factibilidad implica desarrollar las siguientes etapas:

- ✓ Estudio de mercado
- ✓ Estudio técnico
- ✓ Estructura legal y organizacional
- ✓ Inversión y financiamiento
- ✓ Estudio económico del proyecto.

○ **ESTUDIO DE MERCADO**

Es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas [estadísticas](#) y así obtener como resultados la aceptación o no



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

y sus complicaciones de un producto dentro del mercado. Se lo realiza a través de la siguiente metodología:

- a) Definición del problema y de los objetivos de la investigación
- b) Definir los límites de la investigación
- c) Definir las fuentes de información
- d) Definir al informante
- e) Elaboración del cuestionario
- f) Definir la extensión de la información
- g) Recopilación de la información
- h) Tabulación, sistematización e interpretación de los resultados
- i) Elaboración y presentación del informe final

Con los datos obtenidos del estudio de mercado permite evaluar y determinar las variables principales del proyecto:

Producto:

El producto es cualquier cosa que se puede ofrecer al mercado para atraer la atención, para su adquisición, su empleo o consumo, que pueda satisfacer un deseo o una



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

necesidad. Puede incluir objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas.³

Demanda

Expresa la cantidad de un bien que la población o una parte de esta, bajo determinadas condiciones está dispuesta a adquirir.

Oferta:

A la oferta le corresponde estudiar la conducta de los empresarios.

Los determinantes de la oferta entre otros son:

- a. El precio del bien en cuestión: a medida que el precio aumenta la cantidad ofrecida es mayor; si el precio disminuye, la cantidad es menor.
 - ✓ Los costos de producción del bien o servicio
 - ✓ Los intereses que se pagan por el uso del capital.
 - ✓ Sueldos y salarios que son otorgados por la empresa

³ KOTLER Philip y ARMSTRONG George; fundamentos de mercadotecnia.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

- b. La tecnología, grado de flexibilidad en la producción que tenga la tecnología, a medida que se perfecciona la producción aumenta.
- c. La oferta de insumos
 - ✓ Expectativas de los productores.
 - ✓ La cantidad e empresas del sector.
- d. Otros aspectos.
 - ✓ Nivel de barreras para entrar al mercado
 - ✓ El precio de los bienes relacionados.
 - ✓ Capacidad adquisitiva de los consumidores.⁴

Canales de comercialización:

Es la ruta que sigue un producto desde el productor hasta llegar al consumidor final.⁵

Competencia:

Término empleado para indicar rivalidad entre un agente económico (productor, comerciante o comprador) contra los

⁴ ROJAS LOPEZ, Miguel David, 2007, evaluación de proyectos para ingenieros, edit. Multilibros, pág. 38.

⁵ ERAZO SORIA, José, mercadotecnia, un análisis global de gestión, pág. 357



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

demás, donde cada uno busca asegurar las condiciones más ventajosas para sí.

Por lo tanto ninguna empresa por mas grande o fuerte que sea puede dejar a un lado a la competencia ya que es una realidad que hay que enfrentarla, es por eso los negocios se ven en la obligación de mejorar cada día para no tener problemas y obstáculos en el futuro.

○ **ESTUDIO TÉCNICO**

Este estudio indica en forma explícita las etapas principales de perfeccionamiento de la idea original hasta llegar al diseño propuesto como el resultado del proyecto definitivo; presentando al mismo tiempo las justificaciones de las decisiones adoptadas y las ventajas frente las demás alternativas. También debe mostrar y justificarla alternativo técnica que mejor se ajusta a los criterios de optimización del proyecto en estudio.

Las decisiones que tomen como resultado del estudio técnico determinaran las necesidades de capital, materias primas e



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

insumos, mano de obra, gastos generales, para ejecutar y ponerle en operación el proyecto.

La localización: es determinara la ubicación optima del proyecto que permita la maximización de la rentabilidad financiera, se lo puede hacer a través de:

a) Macro-localización: consiste en la ubicación de la empresa en el país y en el espacio rural y urbano de alguna región.

b) Micro-localización: es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en esta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido.

Tamaño o Capacidad del proyecto: se refiere a la escala o nivel de producción que puede alcanzar, es decir la capacidad de producción a la que se ha decidido operar durante un periodo de tiempo determinado; dependerá por la tanto el tamaño del proyecto de las dimensiones de sus instalaciones y la capacidad máxima de producción, teniendo en cuenta los aspectos económicos y técnicos.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

Mano de Obra: constituye una de los principales ítems de los costos de operación de un proyecto, para ello se debe considerar el grado de automatización del proceso productivo, de la especialización del personal requerido, de la situación del mercado laboral, las leyes laborales, etc.

Materias Primas e Insumos: son los recursos que permiten llevar adelante el proceso productivo, para definir las características, requerimientos, disponibilidad y costos.

En todo proyecto es importante tener en cuenta los tipos de materias primas necesarias para su ejecución, lo cual nos permite prever la disponibilidad en el medio y su forma de adquisición, lo que conlleva a conocer los costos de transporte y de producción.

○ **ESTRUCTURA LEGAL Y ORGANIZATIVA**

Estructura de la Organización: se puede definir como el arreglo e interrelación de las partes componentes de las posiciones de la campaña; sirven como referencia del tamaño de la compañía, de la ubicación de las aéreas, de la posición para toma de decisiones, la coordinación de las actividades y



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

se adecua de acuerdo con los diferentes crecimientos de la compañía.

Los organigramas: son representaciones graficas de las aéreas de responsabilidad de las comunicaciones formales respectivas, para la mayoría de empresas del medio se estructura de acuerdo a la función, en donde se reúne e n un departamento a todos los que realizan una o varias actividades relacionadas entre sí, ya que permite utilizar eficientemente los recursos especializados, facilita la supervisión por que cada gerente es experto en un número pequeño de habilidades y todos los departamentos similares reportan al mismo gerente, la similitud funcional es la base para agrupar a los empleados en todos los niveles de la jerarquía.

Estructura legal: Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

- ✓ La compañía en nombre colectivo;
- ✓ La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- ✓ La compañía de responsabilidad limitada;



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

- ✓ La compañía anónima; y,
- ✓ La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas.

La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación⁶.

Generalidades: La Compañía de Responsabilidad Limitada, es la que se contrae con un mínimo de dos personas, y pudiendo tener como máximo un número de quince. En ésta especie de compañías sus socios responden únicamente por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, y hacen el comercio bajo su razón social o nombre de la empresa acompañado siempre de una expresión peculiar para que no pueda confundirse con otra compañía.

Requisitos:

El nombre.- En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía.

⁶ ART 2, Ley de Compañías de Ecuador.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Guayaquil, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías.

Solicitud de aprobación.- La presentación al Superintendente de Compañías, se la hará con tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, adjuntando la solicitud correspondiente, la misma que tiene que ser elaborada por un abogado, pidiendo la aprobación del contrato constitutivo.

Números mínimo y máximo de socios.- La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo y con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o deberá disolverse. Cabe señalar que ésta especie de compañías no puede subsistir con un solo socio.

Capital mínimo.- El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía de Responsabilidad Limitada, es de



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

cuatrocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación y su saldo deberá cancelarse en un plazo no mayor a doce meses. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. El socio que ingrese con bienes, se hará constar en la escritura de constitución, el bien, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía, y dichos bienes serán valuados por los socios o por los peritos.

NOTA: Cuando el objeto social de una compañía comprenda más de una finalidad, le corresponderá a la Superintendencia de Compañías establecer su afiliación de acuerdo a la primera actividad empresarial que aparezca en el mismo.

○ **INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO**

Inversiones: se refieren a todos aquellos activos que se necesitan para implementar y poner en marcha el proyecto.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

En términos prácticos las inversiones se deben sistematizar a través de un plan de inversiones. Dentro del plan deben constar las siguientes cuentas:

a) Inversiones fijas: son aquellas que van a servir al producto durante toda la vida del proyecto, pueden ser tangible e intangible entre ellas constan; el terreno, obras (agua potable, vías de acceso, energía eléctrica), edificaciones, equipos e instalaciones, vehículos, muebles, herramientas, franquicias, patentes, estudios de investigación, gastos de constitución, intereses durante la implementación, capacitaciones a los empleados.

b) Capital de trabajo: son el monto de recursos necesarios para comenzar la actividad económica como son mano de obra, insumos, energía, crédito, servicios básicos, arriendos, seguros.

Financiamiento: tiene como objetivo analizar y decidir acerca de la opción más conveniente en lo que se refiere a los recursos financieros que requiere el proyecto para su puesta en marcha.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

○ **ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO**

Estudio económico: consiste en identificar y ordenar todas las ideas de inversiones, costos e ingresos que pueden deducirse de los estudios previos para determinar los resultados económicos del proyecto durante su vida útil.

Ingresos: son estimaciones de dinero que dependen del rigor de estudio de mercado, están sujetos al comportamiento de mercado, pueden ser:

a) Operacionales: son los dineros que el proyecto espera recibir por su actividad de producir bienes y servicios, es decir venta o alquiler, prestación de servicios.

b) Financieros: por inversión de reservas.

Costos: es la suma de obligaciones en que incurre una persona física o moral para la adquisición de un bien o servicio, con la intención de que genere ingresos en el futuro.

- *Costos de Operación:* Los costos están divididos en; costos de producción, costos de administración, costos de ventas, costos financieros.

- *Costos de inversión:* estos costos están divididos en: activos fijos, activos nominales, capital de trabajo.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

Punto de equilibrio: es donde los ingresos son iguales a los costos; es el nivel de producción en que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y variables.

Análisis de sensibilidad: nos permite analizar los efectos que se producirían en los resultados probables del proyecto, como consecuencia de variaciones que podrían tener lugar en algunos rubros o variables claves, las variables mas analizadas son: ventas, materia prima, mano de obra, energía eléctrica.

Indicadores financieros dinámicos:

a) Valor actual neto (VAN): es un indicador de recuperación de valores, ya que compara el valor presente de los beneficios futuros esperados de un proyecto con el valor presente del costo esperado el VAN es el valor presente de los rendimientos futuros descontados al costo de capital de la empresa, menos el costo de la inversión.

b) Tasa interna de retorna (TIR): este indicador es el máximo beneficio que puede esperarse del proyecto y se basa en obtener la tasa que iguale el valor presente de los



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

beneficios con el costo, es decir es la tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero, por lo tanto la TIR es la tasa de descuento que iguala al valor presente de los flujos futuros de efectivo esperados con el costo inicial del proyecto.

- $TIR > i$ LA INVERSION INTERESA.
- $TIR = i$ LA INVERSION ES INDIFERENTE
- $TIR < i$ LA INVERSION SE RECHAZA.

❖ MARCO LEGAL

Para determinar la posibilidad de establecer el levantamiento de una estructura es necesario primero conocer y cumplir con los requerimientos de ley de acuerdo a lo que instaure cada gobierno municipal, es por eso que en esta parte del capítulo anotaremos los requisitos primordiales de construcción tales como la ubicación de la propiedad, la descripción del predio, la disponibilidad de servicios, la zonificación, entre otros; los mismos que están redactados por medio de una solicitud de Certificado de Afección y Línea de Fábrica que fue emitido



**UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009**

por el departamento de Planificación Urbana del Gobierno
Municipal del cantón correspondiente.



CAPITULO 2

2 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

La creación del *MULTICOMERCIO* que es nuestra idea, como todo otro negocio requiere de un estudio de factibilidad para conocer de forma precisa y oportuna los medios necesarios y las condiciones en las cuales vamos a trabajar para desarrollar de forma eficiente la investigación.

A continuación desarrollamos las cinco etapas que comprende el estudio de factibilidad



ETAPA 2.1

2.1 ESTUDIO DE MERCADO

2.1.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1.1.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA Y PLANTEAMIENTO DE LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.1.1.1.1 Definición del Problema

En el sector de la Cooperativa Léntag no existe una empresa que expenda productos, comestibles, aseo, ferretería, bazar y farmacia en un mismo local, es por ello que se ha visto en la necesidad de realizar un estudio para determinar si es factible la creación de un *MULTICOMERCIO*.

Actualmente en el sector existen tiendas de abarrotes que expenden algunos de los productos de consumo pero éstas carecen de algunos factores que son de vital importancia en



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

un negocio de esta naturaleza entre ellos; carecer de precios competitivos, diversidad de productos y de productos de calidad.

Por lo expuesto, es necesario crear una empresa que brinde todo tipo de productos con calidad, a precios competitivos y con un servicio al cliente efectivo.

2.1.1.1.2 Objetivos del Estudio de Mercado.

• Objetivo General:

Realizar un estudio para determinar la aceptación por parte de los clientes potenciales para la creación de un *MULTICOMERCIO* en el sector de la Cooperativa Léntag.

• Objetivos Específicos:

- ✓ Determinar el mercado actual para poder establecer la demanda potencial.
- ✓ Saber cuál es la competencia y que tanto del mercado abarca cada uno, y sobre la base de ello poder aplicar estrategias para ser reconocidos en el mercado.
- ✓ Determinar en promedio el número de clientes que ingresarían al local.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

- ✓ Proyectar la demanda potencial (futura) que tendrá la empresa, así como los ingresos, compras y utilidades.
- ✓ Conocer las expectativas que los clientes esperan de la empresa.

2.1.1.2 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

La siguiente investigación de mercados se llevará a cabo en el sector de la Cooperativa Léntag lugar donde se implantara este proyecto, teniendo en cuenta que este sector a más de sus propios habitantes tiene como mayor impulso a los turistas y propietarios de las quintas vacacionales.

2.1.1.3 DEFINICIÓN DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN

▪ **Fuente Primaria.**- estudio de mercado a través de una encuesta realizada a las familias del sector y los demás posibles clientes como son los turistas que visitan esta zona y que necesitan de estos servicios para poder satisfacer sus necesidades.



2.1.1.4 DEFINICIÓN DEL INFORMANTE

La información será recolectada a través de la encuesta que se realizará a los posibles clientes es decir, directamente a los consumidores, consideraremos también a más de los habitantes del sector a quienes visitan el sector como turistas y dueños de las quintas vacacionales quienes hacen que el comercio en este sector crezca.

2.1.1.5 ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO

Conociendo que de la elaboración del cuestionario dependerá en gran parte el cumplimiento de los objetivos de la presente investigación de mercados, es por ello que para su estructuración evitaremos toda clase de preguntas que induzcan a una respuesta y de igual forma hemos considerado las condiciones que se deben precautelar en su realización.

Para recopilar la información de forma efectiva se elaboró dos tipos de cuestionarios uno para los habitantes del sector



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

y otro para los turistas y dueños de quintas vacacionales debido a que éstos tienen diferentes perspectivas.

Las preguntas utilizadas son preguntas cerradas, y de selección múltiple. (**VER ANEXO 1**).

2.1.1.6 DEFINICIÓN DE LA EXTENSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Para llevar a cabo la investigación se tomo una muestra de la población económicamente activa de la parroquia Asunción debido a que no se cuenta con datos específicos del sector de la Cooperativa Léntag.

Para este estudio aplicamos la siguiente fórmula

$$n = \frac{(Z)^2 \cdot N \cdot P \cdot q}{E^2 (N-1) + (Z)^2 \cdot P \cdot q}$$

Donde:

N= 2885 personas (tamaño del universo)

Z= 95% ---- 1.96 (nivel de cumplimiento)

q= 50% (probabilidad de no cumplimiento)



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

$P = 50\%$ (probabilidad e cumplimiento)

$E = 5\%$ (error muestral)

$n = 339$ personas

Para llevar a cabo las encuestas nos enfocamos en dos segmentos de mercado como son:

Los moradores del sector se cálculo a través de la formula que determino una muestra de 339 personas pero para efectos de obtener una mejor visualización en las diferentes respuestas que obtengamos hemos tomado una muestra de 400 personas a encuestar.

Los turistas que visitan el mismo para ello se tomo al azar una muestra de 300 personas tomando en consideración la afluencia de estos hacia los lugares turísticos que ofrece el sector, se procedió a tomar esta muestra al azar debido a que no existen estudios previos para determinar el número de turistas que visitan este sector.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

2.1.1.7 RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para recopilar la información se utilizará la técnica de la entrevista, de esta forma se evitará que el entrevistado tenga dudas e inconvenientes al momento de llenar las preguntas del cuestionario.

2.1.1.8 ORDENAMIENTO, SISTEMATIZACIÓN, TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Una vez aplicadas las encuestas se recopiló la información, para posteriormente proceder con la respectiva tabulación, sistematización e interpretación, obteniendo los siguientes resultados.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

Resultado de las Encuestas Realizadas a los Moradores

¿Considera USTED necesaria la creación de un MULTICOMERCIO en el Sector de la Cooperativa Léntag?

CUADRO 1

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	396	99%
NO	4	1%
TOTAL	400	100%

FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS



FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

Al efectuar la primera pregunta el 99% de los moradores de la Cooperativa Léntag respondieron que si es necesaria la creación de un MULTICOMERCIO, y solo el 1% respondió negativamente.

¿A dónde acude usted con frecuencia para adquirir sus productos?

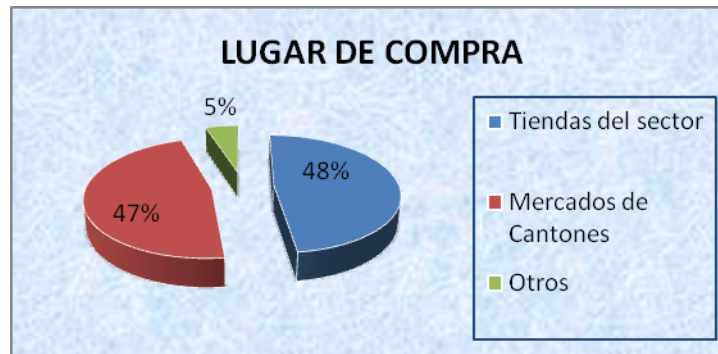
CUADRO 2

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Tiendas del sector	202	48%
Mercados de Cantones	198	47%
Otros	24	5%
TOTAL	424	100%

FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009



FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

El 48% de los moradores del Sector de la Cooperativa Léntag afirmaron que acuden para realizar sus compras a las tiendas del sector, el 47% respondieron que realizan sus compras en los mercados de los cantones y el 5% realizan sus compras en otros lugares.



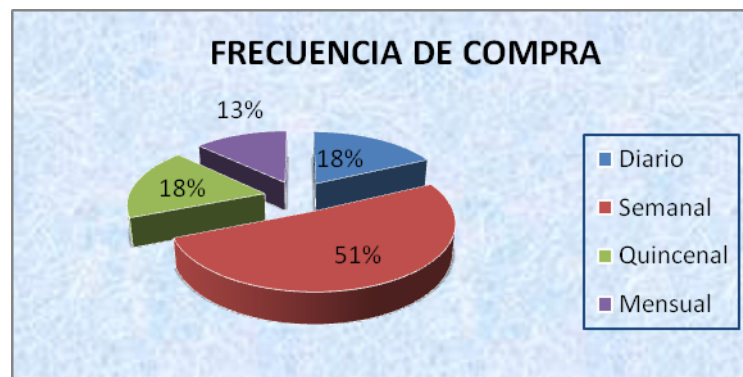
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

¿Con qué frecuencia realiza sus compras en estos
lugares?

CUADRO 3

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Diario	72	18%
Semanal	204	51%
Quincenal	72	18%
Mensual	52	13%
TOTAL	400	100%

FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS



FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

De los moradores de este sector el 18% realizan sus compras diariamente, el 51% lo realizan de forma semanal, así mismo el 18% lo realiza quincenalmente y el 13% hacen sus compras mensualmente.

¿De acuerdo a la pregunta anterior, indique cuánto USTED destina de sus ingresos en promedio para realizar sus compras?

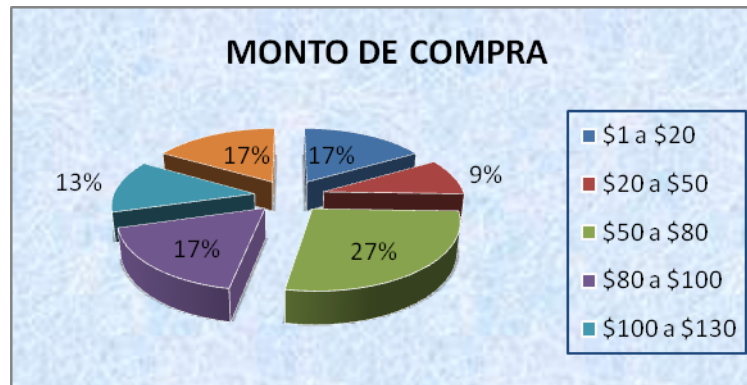
CUADRO 4

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
\$1 a \$20	68	17%
\$20 a \$50	36	9%
\$50 a \$80	110	28%
\$80 a \$100	70	18%
\$100 a \$130	50	13%
\$130 Y MAS	66	17%
TOTAL	400	100%

FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009



FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Los moradores del Sector de la Cooperativa Léntag para realizar sus compras el 17% destinan de sus ingresos entre 1 a 20 dólares, el 9% entre 20 a 50 dólares, el 28% entre 50 a 80 dólares, el 18% entre 80 a 100 dólares, el 13% entre 100 a 130 dólares y el 17% gastan más de 130 dólares.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CUADRO 5

FRECUENCIA DE COMPRA	MORADORES	%	\$ DEMANDA PROMEDIO	\$ DEMANDA MES	\$ PROMEDIO MES
DIARIO	68	17	14	14280	\$278
SEMANAL	208	52	73	30368	PROMEDIO
QUINCENAL	74	18	113	8362	SEMANAL
MENSUAL	50	13	110	2860	\$69
TOT AL	400	100		55870	

FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Al hacer la pregunta sobre la frecuencia de compra y el monto que asigna en promedio para las compras que realizan los moradores del sector se ha visto que los resultados se concentran en un monto de USD\$14.00 con un 17% cada día, un monto de USD\$73.00 con un 52% cada semana , un monto de USD\$113.00 con un 18% cada quincena y un monto de USD\$110.00 con un 13% cada mes, para su promedio todos los datos han sido proyectados al mes para sacar el promedio aproximado, lo cual resulta un



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

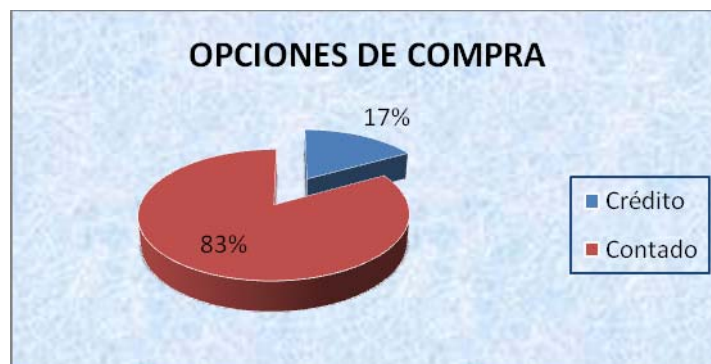
monto promedio mensual de USD\$278.00 por cliente con un
monto promedio semanal de USD\$69.00. **(VER ANEXO 2).**

¿Habitualmente cómo realiza USTED sus compras?

CUADRO 6

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Crédito	33	17%
Contado	167	84%
TOTAL	200	100%

FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS



FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

El 17% de los moradores cancelan sus compras a crédito, mientras que el 84% de los moradores efectúan el pago de sus compras al instante que adquieren los productos.

¿De acuerdo a sus expectativas cuáles son los aspectos más importantes que debería tener un *MULTICOMERCIO*?

CUADRO 7

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Personal calificado	122	14%
Parqueadero	119	14%
Higiene y correcta ubicación Productos	164	19%
Seguridad de los Clientes	123	15%
Calidad en los productos	157	19%
Calidad en el servicio	162	19%
TOTAL	847	100%

FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009



FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Los aspectos más importantes de un MULTICOMERCIO que contestaron los habitantes del sector son: personal calificado respondieron el 14%, parqueadero el 14%, higiene y correcta ubicación de los productos el 19%, seguridad de los clientes el 15%, calidad en los productos el 19% y calidad en el servicio el 19%.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

¿A los locales o centros que ha acudido usted ha encontrado todo lo que necesita?

CUADRO 8

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	184	46%
NO	72	18%
A VECES	144	36%
TOTAL	400	100%

FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS



FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

De acuerdo a las encuestas realizadas a 400 moradores del sector nos indicaron que el 46% de estos encuentran lo que necesitan, el 36% respondieron que a veces y el 18% no encuentra lo que necesita.

ENCUESTAS REALIZADAS A LOS TURISTAS

¿Considera USTED beneficioso la creación de un *MULTICOMERCIO* en el sector de la Cooperativa Léntag?

CUADRO 9

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	300	100%
NO	0	0%
TOTAL	300	100%

FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009**



FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

De un total de 300 turistas encuestados el 100% de estos respondieron respecto a esta pregunta que si consideran beneficioso la creación de un *MULTICOMERCIO* en este sector.



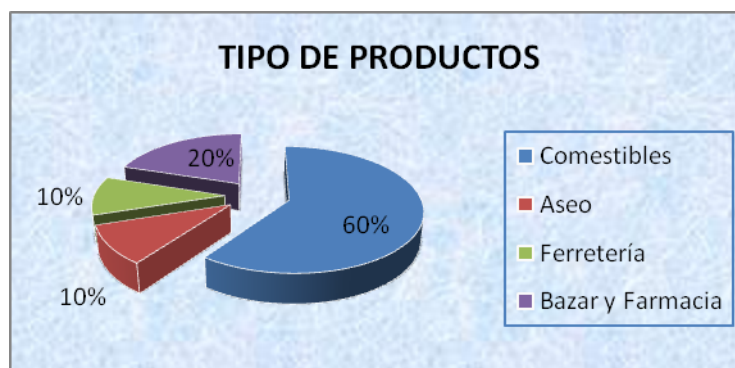
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

¿Qué productos cree USTED que debe tener un *MULTICOMERCIO* para satisfacer sus necesidades?

CUADRO 10

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Comestibles	1507	60%
Aseo	251	10%
Ferretería	251	10%
Bazar y Farmacia	505	20%
TOTAL	2514	100%

FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS



FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

De acuerdo a esta pregunta realizada a 300 turistas que visitan el sector de la Cooperativa Léntag podemos mencionar que los productos más necesarios son los de consumo masivo con un 60%, seguidos por el bazar y la farmacia con un 20%, los de aseo y ferretería corresponden a un 10%.

¿En qué lugar considera USTED adecuado y atractivo la ubicación del *MULTICOMERCIO*?

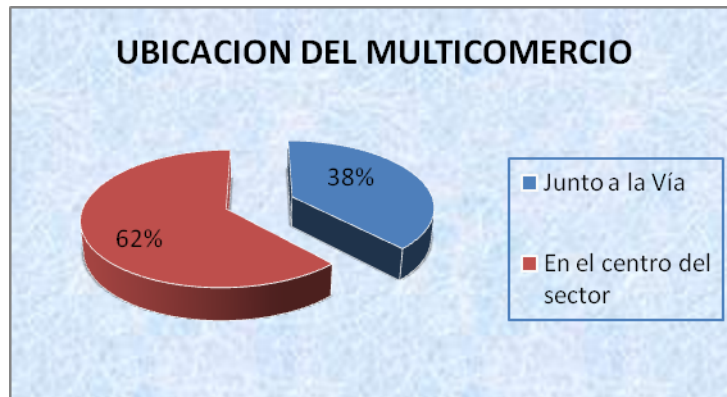
CUADRO 11

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Junto a la Vía	113	38%
En el centro del sector	187	62%
	300	100%

FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009



FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

De los 300 turistas encuestados el 62% nos respondió que el *MULTICOMERCIO* debe estar ubicado en el centro del sector y un 38% respondió que este debería estar ubicado junto a la vía asfaltada



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

¿De acuerdo a sus expectativas cuáles son los aspectos más importantes que debería tener un *MULTICOMERCIO*?

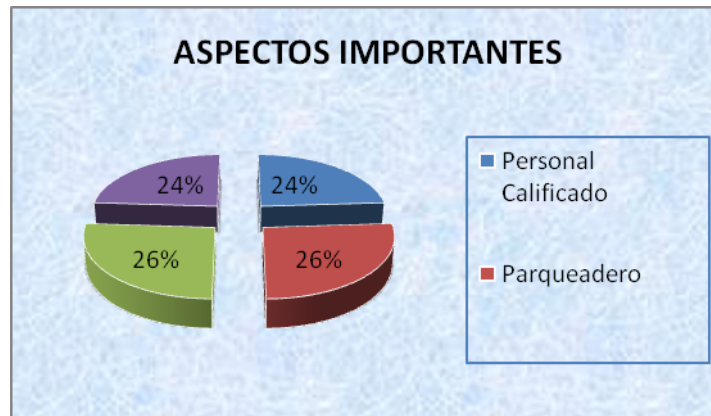
CUADRO 12

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Personal Calificado	247	24%
Parqueadero	258	26%
Higiene y correcta ubicación de productos	261	26%
Seguridad de los clientes	243	24%
	1009	100%

FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009



FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Con respecto a esta pregunta de los 300 encuestados el 24% respondió que se debería considerar para el funcionamiento del negocio a personal calificado, el 26% parqueadero, el 26% higiene y correcta ubicación de los productos y el 24% la seguridad de los clientes.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

¿Qué es lo que USTED exige dentro de un MULTICOMERCIO, para que satisfaga sus expectativas?

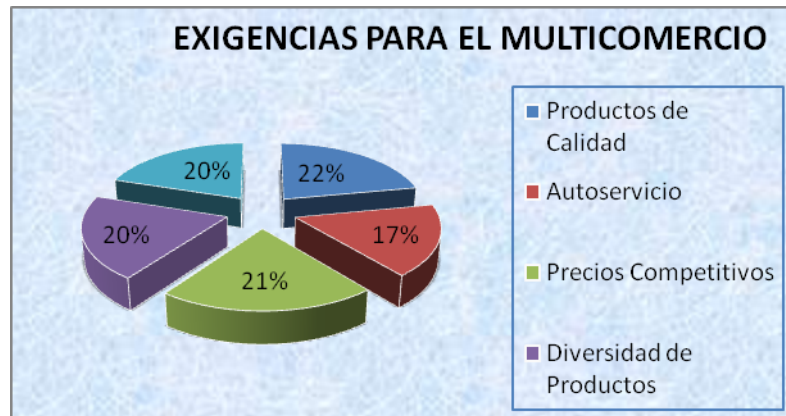
CUADRO 13

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Productos de Calidad	268	22%
Autoservicio	205	17%
Precios Competitivos	251	21%
Diversidad de Productos	244	20%
Atención al Cliente	237	20%
	1205	100%

FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009



FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Con respecto a la pregunta realizada a 300 de los turistas que visitan el sector de la Cooperativa Léntag sobre las exigencias que tienen en la creación del *MULTICOMERCIO* el 22% nos respondió que exigen productos de calidad, el 17% autoservicio, el 21% precios competitivos, el 20% diversidad de productos y el 20% atención al cliente.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

2.1.1.9 ELABORACIÓN Y PRESENTACIÓN DEL INFORME FINAL

INFORME FINAL

En función de la muestra se ha realizado 400 encuestas a los moradores y 300 encuestas a los turistas o dueños de las quintas, de ahí que el informe estará compuesto por dos partes:

✍️ ACEPTACIÓN DE LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO POR PARTE DE LOS MORADORES.

Al hacer el respectivo análisis en el sector de la Cooperativa Léntag el 99% de los moradores están de acuerdo con la creación de un *MULTICOMERCIO* debido que es un proyecto necesario y de gran importancia porque los posibles clientes esperan un local en donde a más de satisfacer sus necesidades puedan contar con productos a precios competitivos, que el servicio sea constante es decir



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

que esté disponible todos los días del año y unidades de medida legales, para así evitarse salir a comprar fuera del sector en los mercados de los cantones o en tiendas distribuidoras, puesto que este hecho de transportarse es complicado por la incomodidad de viajar y la falta de tiempo.

La compra promedio por familia es de US\$69 a la semana y de USD\$278 al mes, por lo que se cuenta con un mercado potencial medido a través de ventas promedio al mes de US\$55.870.

El lugar de compra más frecuentado por los clientes son las tiendas del sector y los mercados, de acuerdo a las respuestas de las personas encuestadas estas lo realizan en las tiendas debido a que en estos lugares se les concede las ventas a crédito, pero no es el caso en los mercados estos lo hacen y de contado por lo que nos arroja un resultado del 84% de personas que realizan sus compras de contado así como también nos indicaron que por la distancia estos lo realizan de forma semanal mensual y hasta en algunos casos de forma mensual.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

Los aspectos más importantes de acuerdo a las expectativas de los moradores, indican que la calidad en el servicio prevalece más que los otros aspectos porque según sus opiniones con un buen trato al momento de comprar da gusto y satisfacción regresar a lugar de compra, así como también el tener productos de calidad, seguridad para los clientes y un lugar para poder estacionarse.

✍️ ACEPTACIÓN DE LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO POR PARTE DE LOS TURISTAS

Al encuestar a los clientes se llega a concluir que el 100% de los turistas están de acuerdo con la creación de un MULTICOMERIO, por el hecho de que ellos tienen una cultura diferente de realizar sus compras, es por eso que estos clientes potenciales esperan un local en donde puedan satisfacer sus necesidades a plenitud con productos de calidad, diversidad en los productos, correcta ubicación, higiene y limpieza, personal calificado.

Los productos que con más frecuencia consumen son aquellos que se les puede agrupar en los productos comestibles sin descuidar los productos de aseo, ferretería,



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

bazar y farmacia esta ultima sin lugar a duda las personas encuestadas mostraron un alto grado de interés porque indicaron que es necesario ya que las enfermedades se presentan en cualquier tiempo y que han visto que en el sector en estudio no existe una farmacia.

El buscar un lugar estratégico es de vital importancia es por ello que nuestros posibles clientes nos indicaron que el centro del sector es el lugar idóneo y adecuado para llevar adelante este proyecto, porque la mayoría de los turistas van al centro del sector en busca de productos que satisfagan sus necesidades y por la facilidad de transportarse.

Como última conclusión, se puede indicar que el ofrecer un servicio de calidad es lo que hace que el negocio sea reconocido y que pueda permanecer en la mente del consumidor, por ello se prevé que el contar con personal calificado, parqueadero, higiene y correcta ubicación de los productos, seguridad para los clientes, productos de calidad, autoservicio, precios competitivos, diversidad de productos y una correcta atención a los clientes permitirá que el servicio que se brinde sea efectivo.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

2.1.2 EL PRODUCTO: “MULTICOMERCIO

❖ Definición:

El *MULTICOMERCIO* es una empresa que se dedicara a brindar el servicio de comercialización de productos comestibles, aseo, ferretería, bazar y farmacia para suministrar a los habitantes así como a los turistas y dueños de quintas vacacionales del sector de la Cooperativa Léntag, ofreciendo productos de calidad, diversidad de productos, precios competitivos, calidad en el servicio, seguridad de los clientes, higiene y correcta ubicación de los productos y personal calificado.

2.1.2.1 Filosofía De La Empresa

2.1.2.1.1 MISIÓN.- La misión del *MULTICOMERCIO* es ofrecer productos de calidad, a precios competitivos diversidad de productos y calidad en el servicio para satisfacer plenamente las necesidades de consumo de los clientes y asegurar una mayor superioridad en el mercado al cual va dirigida la empresa.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

2.1.2.1.2 VISIÓN.- Ser una empresa reconocida en el expendio de productos y demás productos de abasto en la zona de la Cooperativa Léntag, con un alto nivel de calidad y competitividad en el mercado, que proyecte una imagen de credibilidad hacia los clientes, proporcionando un servicio adecuado, permanente y oportuno, asegurando la plena satisfacción de los clientes, logrando el crecimiento de la empresa.

2.1.2.2 Tipo de Productos que Expendirá la Empresa

El *MULTICOMERCIO* como una empresa de servicio comercializará los siguientes productos:



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CUADRO 14

COMESTIBLES	CONSUMO MASIVO <ul style="list-style-type: none">• Arroz, azúcar, huevos, harinas, fideos, aceite, manteca, y más.	
	ENLATADOS, CONDIMENTOS, ESPECIES	
	MARISCOS, CARNES, EMBUTIDOS, LÁCTEOS	
	FRUTAS, VERDURAS, HORTALIZAS, LEGUMBRES	
	PANADERÍA, PASTELERÍA, HELADERÍA	
	GASEOSAS, REFRESCOS, HENERGIZANTES	
	LICORES, CIGARRILLOS, CONFITERÍA, FRITURAS	
	CEREALES, GALLETAS, SOLUBLES	
	ASEO	DETERGENTES
		PRODUCTOS DE LIMPIEZA
	PRODUCTOS DE HIGIENE PERSONAL	



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

FERRETERÍA A	DESECHABLES PLÁSTICOS HERRAMIENTAS MATERIALES
BAZAR Y FARMACIA	BAZAR PERFUMERÍA BISUTERÍA PAPELERÍA ÚTILES DE OFICINA TARJETAS TELEFÓNICAS FARMACIA

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

2.1.3 LA DEMANDA

❖ Definición e Importancia

- La demanda para la empresa es la cantidad de productos de consumo masivo y demás productos de abasto que adquieren (compran) los habitantes del sector y de sus



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

anejos, pues ésta es la demanda potencial, en la que se empresa pretende participar acaparando una parte del mismo.

- La importancia de la demanda radica en determinar cuál es la cantidad de productos que nuestra empresa debe tener durante su ciclo de vida, para nuestro análisis proyectaremos dicha demanda en unidades monetarias, es decir, por el monto promedio de compras que realizan los clientes, y para una mejor comprensión la proyección se realizará anualmente.

2.1.3.1 Factores que Inciden en la Demanda de un Producto

- ✓ **Análisis De Los Precios.-** los clientes demandan los productos cuando éstos se muestran a un nivel de precios bajos y cómodos, además cuando estos son de excelente calidad. Es importante considerar el precio de introducción en el mercado, los descuentos por compra en volumen o pronto pago, las promociones, comisiones, los ajustes de



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

acuerdo con la demanda, entre otras. Una empresa puede decidir entrar al mercado con un alto precio de introducción e ingresar con un precio bajo en comparación con la competencia o bien no buscar mediante el precio una diferenciación del producto o servicio y, por lo tanto, entrar con un precio cercano al de la competencia.

Deben analizarse las ventajas y desventajas de cualquiera de las tres opciones, cubriéndose en todos los casos los costos en los que incurre la empresa, no se pueden olvidar los márgenes de ganancia que esperan percibir los diferentes elementos del canal de distribución.

El precio de un producto o servicio es una variable relacionada con los otros tres elementos de la mezcla de mercadotecnia: plaza, publicidad y producto.

Por otra parte, es recomendable establecer políticas claras con relación a los descuentos por pronto pago o por volumen, así como las promociones, puesto que éstas constituyen parte importante de la negociación con los clientes potenciales y/o distribuidores.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

✓ **Número de Habitantes.**- La población de la zona de la Cooperativa Léntag crece en una forma moderada al igual que quienes visitan la zona, estos crecen cada vez más y más, la población influirá para que la demanda potencial de esta empresa se incremente año a año, aunque la población son clientes indirectos teóricamente, pero son los más importantes a la hora de poner la empresa.

✓ **La Competencia.**- Es uno de los factores que incide en la demanda, es decir que tanto se ofrece al mercado y cuál es su participación Debe analizarse la competencia a la luz de aspectos como volúmenes, calidad y comportamiento de los productos o servicios, precios, garantías, entre otros, también es de gran importancia la evaluación de las capacidades técnicas, financieras, de mercadeo y tendencias en la participación de ellas en el mercado total.

Conocer las estrategias de diferenciación, las barreras de protección y las estrategias de mercadeo de la competencia son elementos que permitirán definir nuestras propias estrategias de competitividad y mercadeo para capturar la



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

participación de comercializar. Igualmente definir nuestras ventajas competitivas, nuestra propia barrera de protección y detectar las debilidades de la competencia que pueden explotarse para garantizar la porción de mercado a nuestra empresa.

2.1.3.2 La Demanda Actual

La demanda actual que se da en el sector de la cooperativa Léntag es amplia debido a que es considerado como un lugar turístico denominación que ha favorecido que exista gran afluencia de gente que hacen que las ventas aumenten paulatinamente, además la actividad agrícola y ganadera hace que la población económicamente activa este comprendida entre edades de 10 y mayores de 60 años de acuerdo al INEC, razón por la que para calcular esta demanda se considera la siguiente fórmula:

$$\text{POBLACIÓN TOTAL DE GIRÓN} \times 28.7\% \times 51.5\% = \text{demanda actual}$$



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

La demanda actual es igual a 14466⁷ que es la población total del Cantón Girón multiplicado por 28.7%⁸ que representa la PEA de Girón y este resultado multiplicado por el 51.5% que corresponde a la PEA de la Parroquia Asunción.

DEMANDA ACTUAL MORADORES

CUADRO 15

REFERENCIA	0
AÑO	2009
FAMILIAS	2175

FUENTE: INEC.⁹

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

⁷ Dato obtenido de, INEC, proyecciones 2001-2010; ECUADOR cód. 3708

⁸ Este dato y el 51.5% es obtenido de los archivos de la biblioteca del cantón Girón

⁹ INEC, proyecciones 2001-2010; ECUADOR cód. 3708



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

DEMANDA ACTUAL TURISTAS

CUADRO 16

REFERENCIA	0
AÑO	2009
FAMILIAS	6994

FUENTE: TESIS¹⁰

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

2.1.3.3 La Demanda Potencial

La demanda potencial para el *MULTICOMERCIO* está calculada en función de las familias que están constituidas por cuatro miembros para los casos (moradores y turistas).

¹⁰ ARIAS Geovanny, BARZALLO Freddy, *tesis hostería en yunguilla*, pág. 46 y 47



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CUADRO 17

DEMANDA POTENCIAL TURISTAS Y MORADORES	
AÑO	DEMANDA
2009	7538
2010	7899
2011	8252
2012	8613
2013	8958
2014	9318

FUENTE: INEC, TESIS¹¹

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Para calcular los años siguientes se tomó como base el año 2009 del cual se proyectó para los años siguientes a través del método de regresión de dos variables. **(VER ANEXO 3)**.

2.1.4 OFERTA

✓ **Objetivo.-** Determinar cuáles son las empresas que ofrecen el mismo servicio o similar que el

¹¹ ARIAS Geovanny, BARZALLO Freddy, tesis *hostería en yunguilla*, pág. 46 y 47



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

MULTICOMERCIO”, es decir identificar a la competencia y cuál es su participación en el mercado actual.

2.1.4.1 Identificación de la Competencia.- La identificación de los competidores es importante al momento de querer emprender en un negocio o proyecto, ya que mediante un análisis de los mismos, podemos saber cuáles son sus fortalezas y debilidades, para que la empresa pueda establecer las respectivas estrategias para mantenerse en el mercado, los competidores del *MULTICOMERCIO*“ podríamos considerar:

Competidores directos de la “MULTICOMERCIO”

Para poder identificar a la competencia, se ha clasificado de acuerdo a los dos segmentos de mercado que nos enfocamos como son los moradores del sector y los turistas o dueños de quintas vacacionales.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CUADRO 18

COMPETENCIA (MORADORES)	DISTANCIA	COMPETENCIA (TURISTAS)	DISTANCIA
Mercado Santa Isabel	12 Km.	La Molienda	5Km.
Comercial Pando	12Km.	Mini Market Doña Tanya	6Km.
Comercial Laurita	12Km.	Moliendas del sector (Mapanagua, Estancia Tropical)	2Km.
Mercado de Girón	17Km.		

ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

2.1.5 LOS PRECIOS

✓ **Definición.**- El precio es una categoría, mediante la cual se indica el valor de los productos, expresados en unidades monetarias.

La fijación de precios es la parte más difícil dentro de la mercadotecnia, los precios de los productos que expenderá el “*MULTICOMERCIO*” ya están fijados por el mercado, dichos precios están dados por las fabricas que elaboran o producen dichos productos , pero como empresa que desea servir tanto a los moradores del sector como quienes visitan el mismo siempre se buscaran como proveedores a aquellas empresas que nos brinden los mejores descuentos y un producto de excelente calidad de esta forma las personas podrán elegirnos como sus proveedores fijos.

2.1.5.1 Análisis de precios.- El establecimiento del precio es de suma importancia, pues éste influye más en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio. Nunca se debe olvidar a qué tipo de mercado se



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

orienta el producto o servicio, debe conocerse si lo que busca el consumidor es la calidad, sin importar mucho el precio o si el precio es una de las variables de decisión principales. En muchas ocasiones una errónea fijación del precio es la responsable de la mínima demanda de un producto o servicio. Las políticas de precios de una empresa determinan la forma en que se comportará la demanda.

2.1.5.2 Proyección de la Inflación

CUADRO 19

ANO	N	TASA DE INFLACION
2005	1	2
2006	2	2,1
2007	3	3,4
2008	4	3,3
2009	5	4
2010	6	4,52
2011	7	5,04
2012	8	5,56
2013	9	6,08
2014	10	6,60

2.1.5.3 Metodología de Fijación de Precios.-

La empresa para la fijación de los precios de los productos se



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

marginará un porcentaje de ganancia de acuerdo a las diferentes secciones de productos con los que el *MULTICOMERCIO* contará, este porcentaje es obtenido de acuerdo a sondeos realizados a los diferentes proveedores:

CUADRO 20

PRODUCTO	% DESEADO
<i><u>Productos de Rotación Alta</u></i>	
Arroz	10%
Confitería y frituras	10%
Aceite	10,5%
Huevos	10,5%
Manteca	11%
Azúcar	11,5%
Fideos	11,5%
Licores y cigarrillos	12%
Harina	12,5%
Sal	12,5%
Enlatados	12,5%



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

<u>Productos de rotación</u>	
<u>media</u>	
Herramientas y materiales	13%
Carnes	15%
Embutidos y lácteos	15%
Gaseosas energizantes	refrescos 15%
Desechables y plásticos	15%
<u>Productos de rotación baja</u>	
Bazar y papelería	18%
Frutas, verduras, hortalizas y legumbres	18%
Condimentos y especias	20%
Panadería, heladería	pastelería, 20%
Cereales, galletas y solubles	20%
Mariscos	22%
Farmacia	25%

FUENTE: PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

Para fijar los precios se utilizara la siguiente formula de precio:

$$\text{COSTO ESTANDAR} = \frac{\text{Costo}}{100\% - x\% \text{ deseado}}$$

2.1.6 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

❖ **Objetivo.-** Seleccionar los canales de distribución o comercialización más adecuados, ya que el canal seleccionado condiciona todas las políticas, precios, publicidad, promoción, etc., de la empresa.

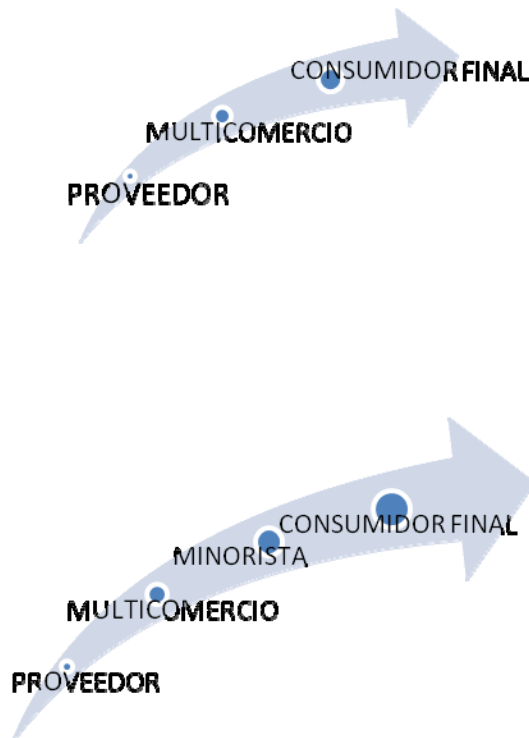
2.1.6.1 Identificación y análisis de los Proveedores:

Seleccionar el canal de distribución adecuado para un producto es de gran importancia, ya que dentro del marketing es una de las variables que condiciona el precio de los productos y de igual forma esto hará que cumplamos con el objetivo de ser líderes en precios en el mercado objetivo al cual nos estamos enfocando.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

Una forma que se aplicará con la finalidad de llegar a nuestros clientes con los diferentes productos será:



Los proveedores que nos abastecerán los productos de expendio para el MULTICOMERCIO son:

PRODUCTOS COMESTIBLES:

- LAURA NARVAEZ / Distribuciones y Representaciones de las marcas: FAMILIA, NESTLE, ISABEL, SNOB,



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

EPASENC, ECUATORIANA DE ALIMENTOS,
BALDORE,

Líneas Exclusivas: CALBAG, DROCADAS,
IMPORTADORA CONTINENTAL

- Comercial NORMAN QUEZADA de Pachar Ordóñez Silvia Consuelo. Distribuidor de: ARROZ, AZÚCAR, MANTECA TRES CORONAS, FIDEOS A GRANEL, TALLARÍN NILO, ACEITE DOS CORONAS, AZÚCAR SAN CARLOS,
- SR. EDWIN BIBANCO (distribuidor de mariscos).
- Distribuciones de Víctor Moscoso e Hijos Cía. Ltda.: pilsener, dorada, club ow, pilsener-club twists off, pony, malta, agua manantial.



- CUENCALICOR: licores del Austro Cía. Ltda.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

- CORDIALSA: nacional de chocolates.



- TIOSA S.A: Bimbo-Grile, pan, bony, chocolates, tortolines.
- PROESA S.A: proveedora Ecuatoriana S.A de CIGARRILLOS Y LICORES.



- DIPOR: distribuidora, importadora de productos lácteos



- LA EUROPEA: proveedor de embutidos, enlatados y conservas.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009



- LA ITALIANA: proveedor de embutidos.
- AGENCIA COCA COLA CATAVIÑA



- Distribuidora J.C.C. de LICORES DE LA MARCA
ZHUMIR



PRODUCTOS DE ASEO

- LAURA NARVAEZ / Distribuciones y Representaciones
de las marcas: FAMILIA
- Comercial NORMAN QUEZADA de Pachar Ordóñez
Silvia Consuelo.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

PRODUCTOS DE FERRETERIA

- AUSTRO PLASS: plásticos y descartables del austro
- IDEAL ALAMBREC
- COMTIBA Y H.
- DISTRIBUIDORA LEGMA
- ITALPISOS S.A
- DSIFERCAL DISTRIBUIDOR

PRODUCTOS DE BAZAR Y FARMACIA

- PASAMANERIA S.A.
- BAZAR SAN VICENTE
- BAZAR TOMAS ZALAMEA
- BAZAR PARIS.
- DIPROFAR
- DIFROMET
- DISTRIBUIDORA ABAD HNOS.
- DISTRIBUIDORA GIL HNOS.
- DISTRIBUIDORA VERDEZOTO
- DYSICOM
- LETERAGO



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

- MODESTO CASAJOANA CIA. LTDA.
- ORQUIFA CIA LTDA.

2.1.6.2 Alternativas de Canales de Distribución.- el “*MULTICOMERCIO*”, planteará las siguientes estrategias, con el objetivo de llegar al cliente con los productos; de mejor calidad, mejores precios y con un mejor servicio al cliente.

▪ **ESTRATEGIAS DE COMPRA:**

La empresa se abastecerá directamente de las fábricas o de las productoras y de las distribuidoras, con el objetivo de obtener buenos precios de adquisición, conseguir descuentos y mayores créditos, para que de esa manera los precios de venta sean lo más competitivos, de igual forma se verificará que el producto que estamos adquiriendo sea de buena calidad y que cumpla con todas las normas técnicas de producción y permisos de elaboración, de igual forma se tendrá presente que el traslado de los productos sean en las



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

mejores condiciones para que el producto llegue en condiciones óptimas para su distribución.

▪ **ESTRATEGIAS DE VENTA**

El proceso de la venta del producto será de la siguiente manera:

- ✓ El producto será ofrecido directamente a los clientes que visiten nuestro local en donde podrán encontrar todos los productos que nuestro negocio ofrece mediante la exhibición de los mismos mediante secciones estratégicamente ubicados.

2.1.7 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

❖ **Objetivos.-** EL “MULTICOMERCIO”, utilizará la promoción y publicidad, para dar a conocer sus servicios que prestará en la zona, y que va dirigida a los posibles clientes, es también de gran importancia que la sociedad en general sepa que dicha empresa es de la localidad y que está a su



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

servicio con los mejores precios y con productos de excelente calidad.

2.1.7.1 Medios de Publicidad y Promoción.- La empresa utilizará la publicidad radial, letreros y publicidad directa (entrega de folletos).

❖ **Publicidad radial.-** para determinar la publicidad se analizo dos alternativas de emisoras que tienen mayor acogida en yunguilla estas son:

✓ **Radio Atenas 95.7FM:** estación radial que pertenece a la localidad del cantón Santa Isabel , tiene un costo mensual de 130 USD, por 10 cuñas por día y cada cuña dura 45 segundos con horarios estratégicos.

✓ **Génesis Premium 93.3 FM:** estación radial con amplia señal, debido a que posee una antena repetidora en Tarqui, tiene costos de cuñas que van desde 150 a 500 dólares cada semana dependiendo del número de días y la cantidad de años; también ofrecen paquetes especiales, cuñas



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ocasionales y menciones “3 menciones del nombre o la actividad de la empresa por un día” a cambio de la entrega de un premio semanalmente, el mismo que se sorteado en cualquier programa”. (**VER ANEXO 4**).

De acuerdo a este análisis la publicidad radial del *MULTICOMERCIO* se lo realizara por medio de la estación radial GENESIS PREMIUM 93.3, utilizando el paquete especial de cinco cuñas distribuidas en un programa especial de las transmisiones con duración de tres horas de lunes a viernes con un costo de \$ 150USD.

❖ **Letreros.**- La empresa colocará un letreros el mismo que estará ubicado en el *MULTICOMERCIO*, para dar a conocer el servicio que presta a la sociedad, este tienen un costo aproximado de \$60.00, con una medida de 3m X 70cm.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009



❖ **“Boca a boca” y entrega de folletos.-** Este tipo de publicidad se la utilizará únicamente con antelación al funcionamiento de la empresa, se entregará folletos en la cual va detallado todos los servicios que brindará a sus clientes y de igual forma una lista de los principales productos que ofrecerá, este tipo de publicidad tiene un costo aproximado de \$60.00, en estos se dará a conocer los diferentes productos que ofrece el *MULTICOMERCIO*.





ETAPA 2.2

2.2 ESTUDIO TÉCNICO

La realización de un estudio técnico es importante porque permitirá indicar en forma explícita las etapas principales de perfeccionamiento de la idea original, con el objeto de llegar al diseño final considerando las alternativas de localización, los procesos de las actividades que tendrá el *MULTICOMERCIO*, las edificaciones respectivas, los equipos necesarios, las instalaciones básicas y los recursos necesarios para llevar con eficiencia las actividades que conduzcan a la completa satisfacción de los clientes como son los moradores del sector y los turistas.

2.2.1 LOCALIZACIÓN:

2.2.1.1 MACROLOCALIZACIÓN:

El área que se plantea para la creación de un *MULTICOMERCIO* es en la región sierra, de manera



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

específica en el valle de yunguilla, perteneciente a la provincia del Azuay.





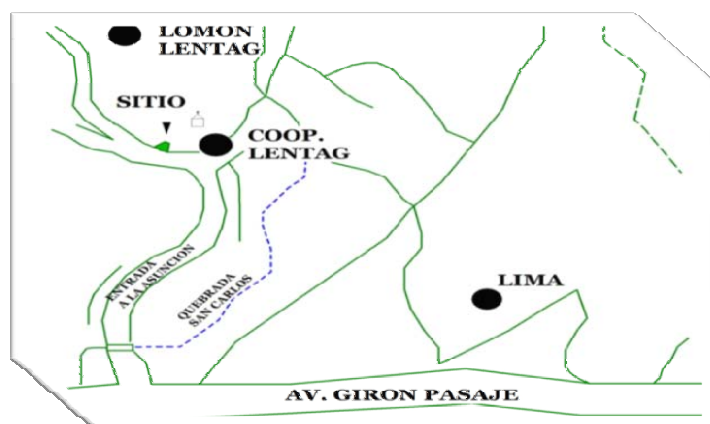
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

2.2.1.2 MICROLOCALIZACION:

Es el lugar específico donde estará ubicado el *MULTICOMERCIO* para llevar a cabo sus funciones, para ello se deberá elegir la comunidad y el sitio.

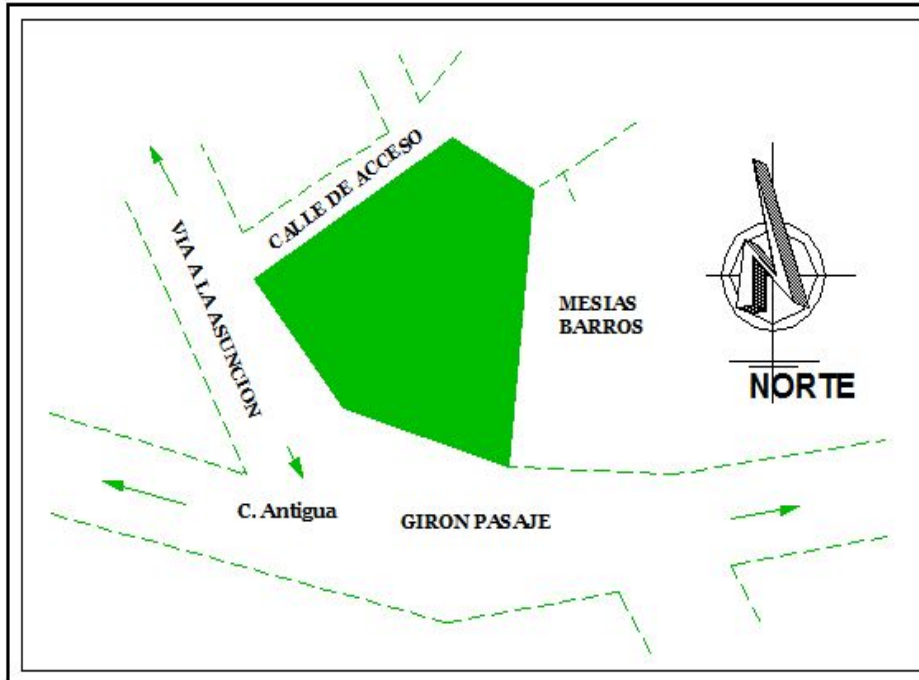
Este se desarrollara en el sector de la Cooperativa Léntag, parroquia Asunción del cantón Girón debido a que este lugar acoge a todos los anejos que forman parte de nuestros clientes potenciales para el proyecto en cuestión.

Es por ello que para la elección del sitio se tiene dos alternativas como son en el centro del sector de la Cooperativa Léntag y en el mismo sector junto a la vía pavimentada.





**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009**



2.2.1.3 Factores considerados para decidir la elección de la localización.

Para evaluar y decidir la elección del sitio se considerará los siguientes factores:

- ✓ El Mercado
- ✓ Dotación de Infraestructura
- ✓ Costos de Transporte
- ✓ Disponibilidad de RRHH



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

- ✓ Disponibilidad de RRMM
- ✓ Condiciones del Entorno
- ✓ Regulaciones Legales

2.2.1.3.1 Tabla de evaluación de la alternativa de localización.

CUADRO 21

FACTORES	POND ERACI ON	ALTERNATIVAS			
		PON D.	CENTR O.	PON D.	JUNTO. VIA
El Mercado	40	100	$100 \cdot 0.4$ $0=40$	100	$100 \cdot 0.40$ $=40$
Dotación de Infraestructura	30	100	$100 \cdot 0.3$ $0=30$	70	$70 \cdot 0.30=$ 21
Costos de Transporte	14	40	$40 \cdot 0.14$ $=5.6$	40	$40 \cdot 0.14=$ 5.6
Disponibilidad de RRHH	5	60	$60 \cdot 0.05$ $=3$	50	$50 \cdot 0.05=$ 2.5



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

Disponibilidad de RRMM	5	50	$50 \times 0.05 = 2.5$	50	$50 \times 0.05 = 2.5$
Condiciones del Entorno	3	70	$70 \times 0.03 = 2.1$	75	$75 \times 0.03 = 2.25$
Regulaciones Legales	3	30	$30 \times 0.03 = 0.9$	35	$35 \times 0.03 = 1.05$
TOTAL:	100		84.1		74.9

FUENTE: DISPOSICIONES DEL SECTOR

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

- ✓ Cada factor tiene una ponderación según la importancia que requiere cada uno de éstos, para llevar a cabo el funcionamiento del proyecto.
- ✓ De acuerdo a la tabla de evaluación se puede observar que la mejor alternativa para la creación del *MULTICOMERCIO* es en el centro del sector de la Cooperativa Léntag, ya que en este lugar a más de poseer la infraestructura (terreno) necesaria, se cuenta con la mayor



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

parte de población tanto de moradores como turistas del mismo.

Para llevar adelante el levantamiento de la estructura es necesario cumplir con varios requisitos que son otorgados por el departamento de planificación urbana del gobierno municipal del Cantón Girón entre estos están:

TAMAÑO O CAPACIDAD DEL MULTICOMERCIO

El tamaño del *MULTICOMERCIO* es la capacidad de abastecimiento en la unidad de tiempo, mencionando también el número de personas a beneficiarse tanto en el presente como en el futuro.

2.2.1.4 Tipos de Capacidad del MULTICOMERCIO

✍ CAPACIDAD IDEAL

La capacidad ideal para el *MULTICOMERCIO* sería el atender a toda la demanda actual y potencial, es decir siempre y cuando no existan restricciones de ninguna índole



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

tales como la competencia, restricciones legales y la crisis económica.

✍ **CAPACIDAD REAL**

La capacidad real del *MULTICOMERCIO* será el prestar el servicio de comercialización considerando tanto la competencia directa e indirecta, las restricciones legales y la crisis económica.

✍ **CAPACIDAD INSTALADA**

Es la capacidad técnica del *MULTICOMERCIO* de acuerdo al área libre disponible para prestar el servicio de comercialización, por lo tanto, de acuerdo con los estudios técnicos realizados por la Arq. Fanny Brito éste cuenta con una capacidad de 230 personas en cada una de las dos plantas permitiendo de esta forma que los clientes ingresen al local sin ninguna dificultad, la capacidad es calculada considerando que por cada metro cuadrado ingresan dos personas, es decir que se ocupe el espacio en su totalidad.

✍ **CAPACIDAD UTILIZADA**

Es la capacidad efectiva que tendrá el *MULTICOMERCIO* en función al número de personas que ingresarán al local ya



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

sea diario, semanal, quincenal o mensual, y aquellos días de feriado.

2.2.1.5 Capacidad de abastecimiento de mercadería para el *MULTICOMERCIO*.

Esta capacidad de abastecimiento estará en función del espacio disponible para:

- ✓ Los equipos (para mariscos, carnes, verduras, frutas, lácteos, embutidos y de los estantes para bienes alimenticios, ferretería, limpieza, bazar y farmacia),
- ✓ Las edificaciones (área de bodega y área de comercialización)

Se tiene que considerar el costo de inversión que implica cada uno de estos equipos y edificaciones, para definir las fuentes de financiamiento.

2.2.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

❖ **Definición.-** Las especificaciones técnicas del proyecto que se plantea es la infraestructura en donde se instalará el MULTICOMERCIO, debido a que el proyecto es un servicio



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

de abastecimiento de productos de primera necesidad y de consumo masivo.

✍ Características Físicas de la infraestructura donde se instalará el proyecto:

✓ El local donde funcionará nuestro proyecto tiene un área bruta de 972,80 m², con un área neta de 680,97 m², es decir un área libre descontada el espacio de circulación y paredes.

✓ Constará con un subterráneo con una área de 298.60 m², dos plantas vistas la primera con un área de 173,95 m², y la segunda con 158,58 m² y una buhardilla con un área de 49,84 m².

✓ Poseerá las siguientes especificaciones de la construcción.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ESPECIFICACIONES TECNICAS	
PISOS	CERAMICOS Y PISO FLOTANTE
LOSAS	HORMIGON ARMADO
CUBIERTA	HORMIGON ARMADO
TERRAZA	CERAMICAS
PUERTAS	MADERA, VIDRIO, ALUMINIO
VENTANAS	ALUMINIO
PAREDES	MAMPOSTERIA DE LADRILLO
CIMIENTOS	MAMPOSTERIA DE PIEDRA
GRADAS	H° A° Y CERAMICOS
PASAMANOS	ALUMINIO Y HIERRO
COLUMNAS	HORMIGON ARMADO
ENLUCIDOS	EMPASTADO
PINTURAS	CAUCHO
FACHADAS	MIXTO LADRILLO VISTO, EMPASTADO

- ✓ Tendrá un garaje en el área del subterráneo para 9 carros a lo mucho.
- ✓ Contará con la construcción de veredas permitidas por el municipio.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

2.2.3 DISTRIBUCION DE PLANTA

2.2.3.1 Edificación



Áreas necesarias. Son las áreas que tendrá el *MULTICOMERCIO* tales como un área administrativa, área de comercialización, área de almacenamiento y un área de parqueo, especificación de cada área (**VER ANEXO 5**)



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

❖ **Emplazamiento del *MULTICOMERCIO***



2.2.3.2 Diseño, costo y financiamiento. El diseño estará a cargo de la Arquitecta Fanny Brito, el costo final de la construcción será aproximadamente de \$204,288.00 el mismo que será financiado con aporte propio, a través de entidades financieras que otorguen la mejor alternativa de préstamo.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

2.2.3.3 Ordenanzas municipales. La construcción de las edificaciones se hará de acuerdo a los permisos de construcción que confiera el Municipio del cantón Girón.

2.2.4 PROCESO

❖ **Definición.-** El proceso del MULTICOMERCIO “MULTIMARK”, son todas aquellas actividades que se realizarán para dar el servicio de ofrecer productos de primera necesidad y de consumo masivo.

- ✓ Recibir los productos en el almacén de la empresa
- ✓ Clasificación de los productos de acuerdo a su naturaleza física como por ejemplo de limpieza, alimentos, etc.
- ✓ Administración del almacén de inventarios
- ✓ Tratamiento adecuado de productos que sean perecibles.
- ✓ Políticas de realizar el pedido
- ✓ La forma de cobro: efectivo o crédito



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

2.2.4.1 El Flujo grama del Proceso

A través de los diagramas de flujo se presenta el flujo-grama de proceso para prestar el servicio de comercialización que tendrá el *MULTICOMERCIO* y el proceso de compra los clientes.



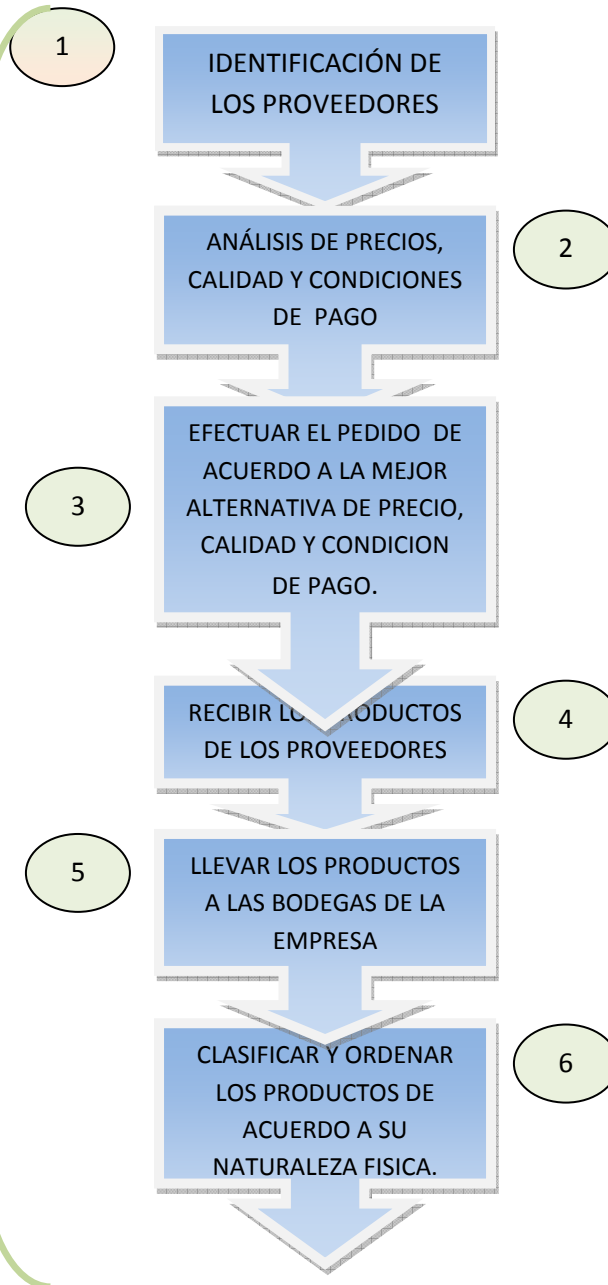
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

Diagramas de Flujo

➤ DIAGRAMAS DE FLUJO DEL *MULTICOMERCIO* EN EL PROCESO DE COMPRA - VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD Y ABASTO.

**P
R
O
C
E
S
O
D
E
C
O
M
E
R
C
I
O**

Este diagrama indica el proceso de compra es decir, aquellas actividades que debe realizar la empresa para adquirir los productos. De acuerdo a esta indicación el proceso de compra comienza desde el paso 1 hasta el paso 6 para después pasar al proceso de venta.





ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009



Este diagrama indica el proceso de venta para el MULTICOMERCIO, después de realizar el proceso de compra, continuando desde el paso 7 hasta el paso final 12, en este proceso están todas las actividades del MULTICOMERCIO para con los clientes en el momento de vender los productos

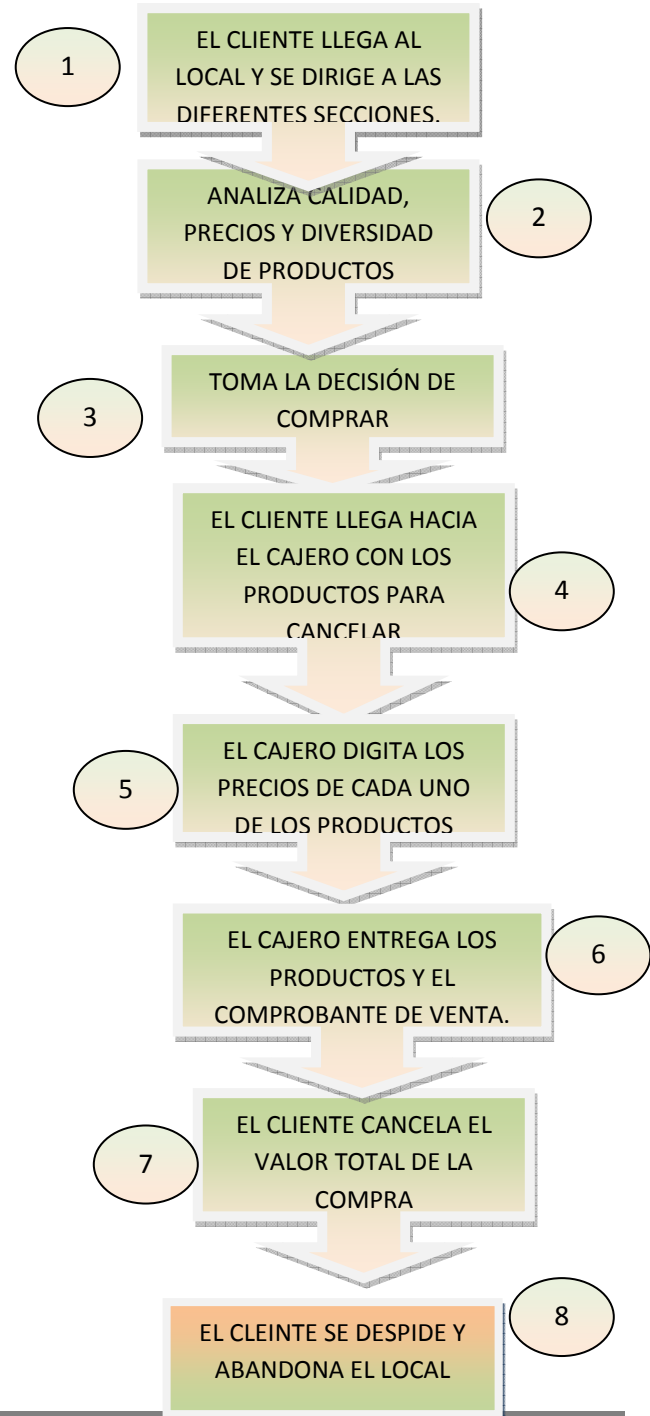


ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

DIAGRAMAS DE FLUJO DE LOS CLIENTES POTENCIALES DEL *MULTICOMERCIO* EN EL PROCESO DE COMPRA - VENTA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD Y ABASTO.

PROCESO DE VENTA

Este proceso indica aquellas actividades que los clientes van a realizar al momento de adquirir los productos en el *MULTICOMERCIO*, comenzando desde el paso 1 hasta el paso 8 del respectivo diagrama.





2.2.5 EQUIPOS E INSTALACIONES

❖ **DEFINICIÓN.** Son todos aquellos equipos e instalaciones que necesita el *MULTICOMERCIO* “MULTIMARK”, con el objeto de llevar a cabo sus actividades y su normal funcionamiento, para brindar el correcto y adecuado servicio a los posibles clientes satisfaciendo sus necesidades, es por esa razón que a continuación se detallan los equipos e instalaciones que la empresa deberá tener:

- ✓ Un espacio que sirva de local comercial, en donde se desarrollarán las actividades descritas en el proceso de compra – venta, para el *MULTICOMERCIO* y para los clientes.
- ✓ Contar con 6 computadoras completas y con el software apropiado que facilite el procesamiento de datos de forma eficiente y eficaz.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

- ✓ Deberá tener frigoríficos para las carnes, mariscos y lácteos; además de otros aparatos eléctricos para aquellos productos que necesiten de su uso tales como bebidas, gaseosas entre otros.
- ✓ Deberá contar con estantes de acuerdo a las diferentes secciones que se clasifiquen en función de la naturaleza de los productos.
- ✓ Deberá tener las instalaciones de agua, energía eléctrica y teléfono (línea telefónica con acceso al servicio de fax).
- ✓ Deberá poseer las instalaciones de alcantarillado y desagües respectivos.
- ✓ Para el área de comercialización deberá contar con 2 lectores de código de barra y con el programa de que permita procesar información.
- ✓ Poseerá además con los respectivos muebles y enseres para las áreas de comercialización, compras, bodega, administración y farmacia.

2.2.5.1 Costo de los equipos e instalaciones

Para definir el costo de cada uno de los equipos e instalaciones, se investigó en los diferentes almacenes y



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

luego de analizar las diferentes proformas se obtuvo los siguientes costos:

CUADRO 22

DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<u>Equipos</u>		
6 computadoras	520.00	3120.00
1 frutero al ambiente	6800.00	6800.00
1 mueble para verduras	1990.00	1990.00
1 armario enfriador	3400.00	3400.00
1 armario congelador	4200.00	4200.00
12 canastillas plásticas	9.00	108.00
10 Coches metálicos	11.3	113.00
27 estantes	55.00	1485.00
14 góndolas rectas	150.00	2100.00
2 puntos de cobro	430.00	860.00
1 estación de gerente	210	210
2 estaciones contador	168	336
3 sillones	85	170



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

1 tanden de 4 puestos	192	192
1 tanden de 3 puestos	165	165
3 archivos 5 gavetas	190	570
5 estantes elite	158	790
<u>Instalaciones</u>		
1 línea telefónica (teléfono y fax)	150	150
Instalación de energía eléctrica		
Instalación de agua potable	1000	1000
Alcantarillado	180	180
1 programa de recopilación de datos	1250.00	1250.00
2 Lectores de código de barra	170.00	340.00

FUENTE: PROFORMAS

ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

Es importante indicar que estos valores pueden variar con el tiempo porque algunas proformas tienen hasta cierto tiempo de validez.

Los locales que se visitaron para investigar los diferentes costos son los siguientes:

- ✓ MUNDY COMPU
- ✓ ECUA FRIO
- ✓ INDUFRIGO
- ✓ ESTAN VIT
- ✓ GAMA MODUL

Todos los equipos e instalaciones tienen proformas que verifican lo conveniente y el verdadero costo. **(VER ANEXO 6)**

2.2.5.2 Modalidades de Adquisición

✓ **Compras.** Los equipos e instalaciones que se detallaron anteriormente se los comprará en los locales mencionados, considerando el costo apropiado y conveniente para la empresa.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

2.2.6 INSUMOS

2.2.6.1 Materiales. El *MULTICOMERCIO* requerirá de materiales aquellos que se clasifican como productos comestibles, de aseo, ferretería, bazar y farmacia para prestar el servicio de comercialización; la cantidad de adquisición será de acuerdo a la capacidad de las áreas de almacenamiento y de comercialización en función de la naturaleza de los productos.

2.2.6.1.1 Factores. Para adquirir los productos que expondrá el *MULTICOMERCIO* se considerará los siguientes factores:

- ✓ Costo de los diferentes productos
- ✓ Calidad y garantía de los productos
- ✓ Costo de transporte
- ✓ Naturaleza física de los productos

2.2.6.2 Personal. Son todas aquellas personas que laborarán dentro del empresa, en las diferentes áreas, en la



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

siguiente tabla se muestran los cargos con su respectivo salario:

CUADRO 23

CARGO		# DE PERSONAS	SALARIO
GERENTE		1	500
CONTADOR		1	350
CAJERA		2	225.74
BODEGUERO		1	223.27
REGISTRADOR DE VENTAS REPOSICION DE PERCHAS	Y DE	2	222.87
JEFE DE VENTAS		1	237.93
JEFE DE COMPRAS		1	237.93
QUIMICO FARMACEUTICO		1	222.87

FUENTE: TABLAS SECTORIALES (INSPECTORIA DE TRABAJO)

ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

- ✓ Los cargos que están mencionados en la tabla recibirán a más de sus salarios todos los beneficios de ley. (**VER ANEXO 7**)
- ✓ El nivel de estudios que deben poseer las personas que trabajarán en el *MULTICOMERCIO* son: el gerente deberá tener título universitario al igual que el contador; el cajero, bodeguero, empleado, y comprador deberán tener al menos título de secundaria en la especialidad de contabilidad y administración.
- ✓ La experiencia que se exigirá para cumplir un cargo es por lo menos que tenga realizadas las pasantías y mucho mejor si los aspirantes tienen otras experiencias que se asemejen a dichas actividades.

2.2.6.3 Recursos energéticos y otros. Se refiere a aquellos tipos de energía que requiere la empresa para llevar a cabo sus actividades, los cuales se detallan con su respectivo costo promedio aproximado para un mes en la siguiente tabla:



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CUADRO 24

SERVICIOS	COSTO MENSUAL
Telefónico	\$30.00
Energía eléctrica	83.18
Internet	25.00
Agua potable	4.00
TOTAL	\$ 142.18

FUENTE: CENTROS DE VENTA DE SERVICIO
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

El costo de la energía fue calculada en función de cuanto consume cada artículo (**VER ANEXO 8**)



ETAPA 2.3

2.3 ESTRUCTURA LEGAL Y ORGANIZACIONAL

Dado que las empresas y las personas enfrentan proyectos de variado tamaño y complejidad, es preciso diseñar estructuras organizativas que permitan su completa ejecución y marcha, de las cuales se deberá determinar las actividades y responsabilidades del equipo y al mismo tiempo se deberán definir las funciones y procedimientos de cada unidad administrativa. También es importante que toda empresa esté constituido de forma legal, es decir que adopte una modalidad adecuada de acuerdo a una estructura y a una ley de compañías del país en donde va a desarrollar las actividades, para que de esta forma cumpla con todos los requisitos y sea ejemplo para el resto de empresas.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

2.3.1 ESTRUCTURA LEGAL.

2.3.1.1 CONSTANCIA DE LA PROPIEDAD EN EL MUNICIPIO.

La propiedad está legalmente inscrita en el Registro de Propiedad, el número de la carta de pago es 10288-1/1, la clave catastral es 0102510306001071, siendo el propietario el señor Manuel Enrique Brito Serrano, el objeto de la solicitud es para la planificación de una construcción.

2.3.1.2 UBICACIÓN DE LA PROPIEDAD

La propiedad está ubicada en la parroquia La Asunción, en la calle 1 y tiene un frente de 55 metros.

Además la propiedad no forma parte de urbanización o lotización aprobada por el Gobierno Municipal, el número de Inscripción de Escritura es el 46, Adjudicación I. N.D.A y la fecha de inscripción fue en octubre 29 de 1998.

2.3.1.3 INFORME Y CERTIFICACIÓN DE LA PROPIEDAD

La descripción del predio comprende la longitud de los linderos y el nombre de los Colindantes que son los



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

siguientes: al norte lindera con una área verde y tiene una longitud de 8.50 metros; la sur lindera con la vía a la Asunción y calle antigua Girón Pasaje y tiene una longitud de 29.50 metros; al este lindera con el señor Mesias Barros con una longitud de 25.00 metros y al oeste lindera con la calle de acceso con una longitud de 22.50 metros.

El motivo de la afección es por las calles y es parcial para ensanchamiento de la vía, el predio pertenece al sector de la zona Periférica y no tiene ninguna infracción.

2.3.1.4 LINEA DE FÁBRICA

El señalamiento de la línea de fábrica es que se deberá dejar un retiro de 3.00 metros hacia el camino de acceso, el uso del suelo es para construcción de vivienda y el tipo de construcción es continua con un retiro frontal de 5 metros, no tiene retiros lateral y un retiro posterior de 4 metros.

La construcción deberá disponer de los servicios de agua potable, luz eléctrica, alcantarillado, calzada y reciclaje de basura.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

La zonificación comprende que la construcción deberá tener una altura máxima de 6 metros a lo mucho de 2 pisos, también que se deberá dejar el ancho de la vía de 10 metros a la vía a la Asunción.

Nota: Es importante indicar que este documento no autoriza ningún trabajo es solo para determinar si es posible o no llevar adelante el estudio de factibilidad para la creación de un *MULTICOMERCIO* en el sector de la Cooperativa Léntag. Para verificar datos (**VER ANEXO 9**).

2.3.1.5 CONFORMACIÓN JURÍDICA

Para conformar la empresa como una sociedad de derecho, de acuerdo a los requisitos legales señalados para sociedades mercantiles, esta se establecerá con la naturaleza de una compañía limitada.

Los requisitos legales que deberá cumplir en primera instancia, para que la futura empresa entre en funcionamiento, es el contrato por escritura pública, celebrada ante un abogado, y luego notariado para su



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ejecución, además se deberá cumplir con los siguientes requisitos de ley:

- **Obtención del RUC** (Registro Único del Contribuyente) en el SRI.

Para obtener el RUC se necesita lo siguiente:

- a) Copia del estatuto de creación, con la certificación de la inscripción correspondiente.
- b) Nombramiento del representante legal, con la certificación de la inscripción correspondiente.
- c) Copia de la cedula de identidad.
- d) Original y copia del certificado de votación.
- e) Copia del documento que certifique la dirección del establecimiento donde se desarrolla la actividad económica, puede ser recibo de luz, agua o teléfono.

- **Obtener los respectivos permisos de Salud**

De acuerdo al Artículo 7 de la Ley Orgánica de la Salud que dice lo siguiente:

Art. 7. A las Direcciones Provinciales de Salud les corresponde otorgar el permiso de funcionamiento anual,



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

para lo cual el interesado deberá presentar una solicitud dirigida al Director Provincial de Salud de la jurisdicción a la que pertenece el domicilio del establecimiento, con los siguientes datos:

- ✓ Nombre del propietario o representante legal;
- ✓ Nombre o razón social o denominación del establecimiento;
- ✓ Número del Registro Único de Contribuyentes (RUC) y cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal del establecimiento;
- ✓ Actividad o actividades que se realizan en el establecimiento; y,
- ✓ Ubicación del establecimiento: cantón, parroquia, sector, calle principal número e intersecciones, teléfono, fax, correo electrónico si lo tuviere.

A la solicitud debe adjuntar:

- a) Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC);
- b) Copia de la cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal del establecimiento;
- c) Documentos que acrediten la personería jurídica cuando corresponda;



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

- d) Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los registros específicos así lo señalen;
- e) Plano del establecimiento a escala 1:50;
- f) Croquis de ubicación del establecimiento;
- g) Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos;
- h) Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.¹²

▪ **Permiso de Bomberos de la Localidad**

Para obtener este permiso se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- ✓ Plano de las instalaciones eléctricas;
- ✓ Contar con un extintor por cada local, dependiendo del área;
- ✓ Detectores de humo, uno o mas dependiendo del aérea;

¹² Artículo de la LEY ORGANICA DE SALUD, CONTROL SANITARIO Y PERMISO DE FUNCIONAMIENTO, CAPITULO 1, art 7.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

- ✓ Gabinete con extintor, mangueras de 1^{1/2}” y pitón;
 - ✓ Definición de un reservorio;
 - ✓ Ventilación apropiada para cada local;
 - ✓ Inspección de constatación por el “Departamento de Prevención”.¹³
- **Obtención de la patente y permiso de funcionamiento:**

Para obtener el permiso de funcionamiento se necesita:

- a) Contar con un lugar adecuado con todas las construcciones adecuadas para el funcionamiento de la empresa.
- b) Aprobación del cuerpo de bomberos para el funcionamiento de la empresa.
- c) Copia de la carta de pago del predio rústico.
- d) Presentar una memoria técnica, suscrita por el responsable de la empresa en la que se indica, los días, horas de trabajo y el servicio que se presta.
- e) Presentar las medidas que se tomaran en caso de emergencia.

¹³ cuerpo de BOMBEROS VOLUNTARIOS DE GIRÓN, departamento de prevención.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

Obtención de la patente:

De acuerdo a lo expuesto por la Ilustre Municipalidad del Cantón Girón en el TITULO III del registro de patentes ARTÍCULO 4 dice:

Art 4.- la Dirección Financiera a través de la Jefatura de Avalúos y Catastros estructurará el catastro o registro de patentes, el mismo que contendrá los datos básicos que identifiquen al contribuyente de acuerdo con su declaración de impuesto a la renta o a su contabilidad.

El formulario de declaración contendrá la siguiente información:

1. Numero del registro.
2. Nombre del contribuyente o Razón Social.
3. Numero de cedula de identidad y del RUC.
4. Dirección del establecimiento.
5. Tipo de actividad económica del sujeto pasivo.
6. Monto del capital en giro con el cual opera (Capital propio más ajeno).
7. Valor del impuesto a pagar.
8. Fecha de inicio de actividad.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

9. Columna de observaciones.
 10. Firma del sujeto pasivo o/y Representante Legal.
 11. Cualquier otro dato que posteriormente se crea necesario para mejor identificación y manejo de las patentes.
- Al ser Compañía limitada, la empresa se registrará por la Ley de compañías, para registrarse y poder funcionar legalmente, para ello necesita inscribirse con ciertos requisitos, entre el principal tenemos: el acta de constitución de la compañía notariada, etc. ¹⁴

2.3.1.5.1 PROCEDIMIENTO PARA CONSTITUIR UNA COMPAÑÍA

1. Reservar el nombre de la compañía en la Superintendencia de Compañías.
2. Si la suscripción se realiza con dinero en efectivo (numérico) se tiene que abrir una “Cuenta de Integración de Capital” en cualquier banco y si es con especies, se tiene que sacar un Certificado en el Registro Mercantil de que no

¹⁴ reglamento de la I Municipalidad del Cantón Girón, título III de registro de patentes, art 4.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

se encuentran gravados dichos bienes. La cuenta de Integración pasa a formar parte de la Escritura como documento habilitante.

3. Otorgar en cualquier Notaria la escritura de constitución de la compañía cuyo borrador o minuta deberá ser elaborada previamente por un abogado.

4. Presentar a la Superintendencia de Compañías tres ejemplares de la escritura pública con una solicitud de aprobación firmada por el Abogado y la persona autorizada (que puede ser el mismo abogado).

5. Si cumple con las disposiciones de Ley se procede a emitir la Resolución de Aprobación y Extracto correspondiente.

6. Se publica por una sola vez en un diario de mayor circulación en el domicilio de la compañía el extracto respectivo.

7. Se margina la resolución aprobatoria en la Notaria.

8. Se afilia la compañía a una de las Cámaras de la Producción (si la compañía debe afiliarse a la Cámara de Industrias o Pequeña Industria, Construcción, Agricultura).



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

9. Se inscribe la escritura de constitución en el Registro Mercantil.

10. Se emiten los nombramientos de administradores y se los inscribe en el Registro Mercantil.

11. Remitir a la Superintendencia de Compañías la siguiente documentación.

- Publicación por la prensa
- Un ejemplar de la Escritura y la Resolución ya marginada e inscrita.
- Copia del formulario 01-A RUC y 01-B RUC que el SRI emite para el efecto.
- Nombramiento de Administradores.

12. La SC emite una hoja de Datos Generales, para que el interesado pueda obtener RUC en el SRI.

13. La SC autoriza la devolución del capital de la compañía depositado en el Banco.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

REQUISITOS:

	CAPITAL MINIMO	No. DE SOCIOS
COMPAÑÍA LIMITADA Máximo 15 ¹⁵	USD 400.00	Mínimo 2

❖ **REQUISITOS PARA AFILIARSE A LA CÁMARA DE COMERCIO DE CUENCA**

- ✓ Asesórese legalmente en la Cámara de Comercio de Cuenca.
- ✓ Defina el nombre de su Compañía y reserve la razón social o denominación en la Superintendencia de Compañías.
- ✓ Constituya la Compañía en una Notaría, mediante Escritura Pública.
- ✓ Aprobación de la escritura de constitución por parte de la Superintendencia de Compañías (presentación de tres copias notariales de la escritura).
- ✓ Publicación en prensa de un extracto de la escritura de la constitución.
- ✓ Asociación a la Cámara de Comercio de Cuenca.

¹⁵ Superintendencia de compañías



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

- ✓ Marginación en la escritura matriz en al Notaría que se celebró.
- ✓ Inscripción en el Registro Mercantil de la constitución.
- ✓ Nombramiento de representante legal y administradores.

Obtención del R.U.C. ante SRI, acompañando copias de escritura, nombramiento, copia de cédula de representante legal y certificado de registro de sociedades de la Superintendencia de Compañías¹⁶

2.3.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

❖ **OBJETIVO:** Analizar, definir y diseñar la modalidad organizacional mas adecuada para el proyecto; que indique, la asignación de responsabilidades de trabajo a las personas que la integran, el grado de especialización, las relaciones formales, líneas de autoridad, responsabilidad para las decisiones, número de niveles dentro de la jerarquía, niveles de control de los gerentes y supervisores, y con el agrupamiento conjunto de las personas formar

¹⁶ Cámara de Comercio de Cuenca



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

departamentos que a través del diseño de sistemas y mecanismos se establezcan los lineamientos de comunicación y coordinación de forma horizontal y vertical.

2.3.2.1 DEFINICIÓN DE ESTRUCTURA

Se puede definir como el arreglo e interrelación de las partes componentes y de las posiciones de la compañía¹⁷

Las estructuras sirven como referencia para definir el tamaño de la compañía, la ubicación de las áreas, las líneas de autoridad, las posiciones para la toma de decisiones, la coordinación de las actividades y se ajusta con los diferentes crecimientos de la empresa.

Estructura del MULTICOMERCIO

El *MULTICOMERCIO* tendrá una estructura funcional debido a que, esta modalidad ofrece cierto número de ventajas.¹⁸

¹⁷ ROJAS LOPEZ, Miguel David, 2007, evaluación de proyectos para ingenieros, edit. Multilibros, pág. 46.

¹⁸ Duncan, "What Is the Right", Galbraint, Organization Design.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

- ✓ Los recursos escasos se emplean de manera eficiente, las tareas comunes se agrupan de manera que sea posible lograr economías de escala. Los empleados se agrupan de acuerdo con su habilidad, la cual puede servir eficientemente al resto de la organización. Debido a que todos los expertos están ubicados en un mismo lugar, no ocurre ninguna duplicación de personal o recursos.

- ✓ Las decisiones e instrucciones están centralizadas. Las decisiones estratégicas se toman en el nivel más alto, lo cual ofrece unidad de dirección para la organización. La estructura funcional canaliza las decisiones importantes hacia los gerentes de alto nivel, quienes suministran una coordinación y control centralizados para las metas y estrategias de la organización.

- ✓ Es posible lograr una excelente coordinación en las funciones. La comunicación y coordinación primarias se llevan a cabo entre aquellos departamentos dentro de la misma función general. Estos departamentos comparten instalaciones físicas, tienen capacitación y experiencia



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

similares, se identifican con las metas funcionales y, por lo general, intercambian información según se necesite para cumplir con sus labores funcionales.

- ✓ Es factible usar esta modalidad cuando el proyecto se va a desarrollar en un entorno estable, cierto y cuando el tamaño es pequeño o mediano.

2.3.3. DEFINICIÓN DE FUNCIONES Y DISEÑO DE LA ESTRUCTURA FUNCIONAL.

2.3.3.1 Definición de Funciones

A. FUNCIÓN ADMINISTRATIVA. Esta función está encaminada a buscar la coordinación y armonía entre las diferentes funciones, durante el desarrollo de las actividades tales como:

- ✓ Planeación administrativa. El gerente tiene que planificar estrategias viables y diseñar los mecanismos que facilite la asignación de todos los recursos.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

- ✓ Organización. Es la acción que le permite al gerente determinar las líneas de autoridad, responsabilidad y compromiso entre las diferentes jerarquías.
- ✓ Coordinación. Le permitirá al gerente determinar el proceso que concilie los intereses y metas fijadas con las diferentes áreas funcionales para alcanzar los objetivos de la empresa.
- ✓ Monitoreo y control. El gerente tiene que comprobar lo ejecutado con lo planeado, con el objeto de precisar las posibles desviaciones y ejecutar las acciones correctivas adecuadas.

B. FUNCIÓN DE COMPRAS. Tiene que ver con todas las actividades orientadas a la adquisición de los productos para el *MULTICOMERCIO*, y las personas encargadas en esta función tienen que cumplir con las siguientes tareas:

- ✓ Solicitud, estudio de cotizaciones y factibilidad de expendio de los productos.
- ✓ Elaboración de listas de proveedores.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

- ✓ Elaboración de listas de precios.
- ✓ Control y verificación de los productos comprados y sus respectivos comprobantes de venta.
- ✓ Reclamos entre proveedores.
- ✓ Entregar a la bodega los suministros recibidos.

C. FUNCIÓN FINANCIERA. El objetivo es administrar todas las acciones encaminadas a determinar el nivel de recursos necesarios, la distribución de los mismos entre los distintos usos y la localización de fuentes para garantizar la ejecución oportuna de las actividades, esta función comprende contabilidad y análisis financiero, las inversiones, las fuentes de financiación y el presupuesto, por lo tanto las principales tareas son las siguientes:

- ✓ Proyección y elaboración de presupuestos.
- ✓ Fijación de políticas en torno al comportamiento de los activos circulantes, como la cuenta caja, bancos y el control de inventarios.
- ✓ Planeación y definición de la estructura de financiamiento.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

- ✓ Garantiza que los estados financieros sean confiables y se elaboren oportunamente.
- ✓ Estar al día en cuanto al comportamiento del mercado, cambios continuos de la legislación comercial y desarrollos tecnológicos al momento de realizar los presupuestos.

D. FUNCIÓN DE COMERCIALIZACIÓN. Tiene como objetivo garantizar un adecuado servicio al cliente, las personas encargadas deben realizar lo siguiente:

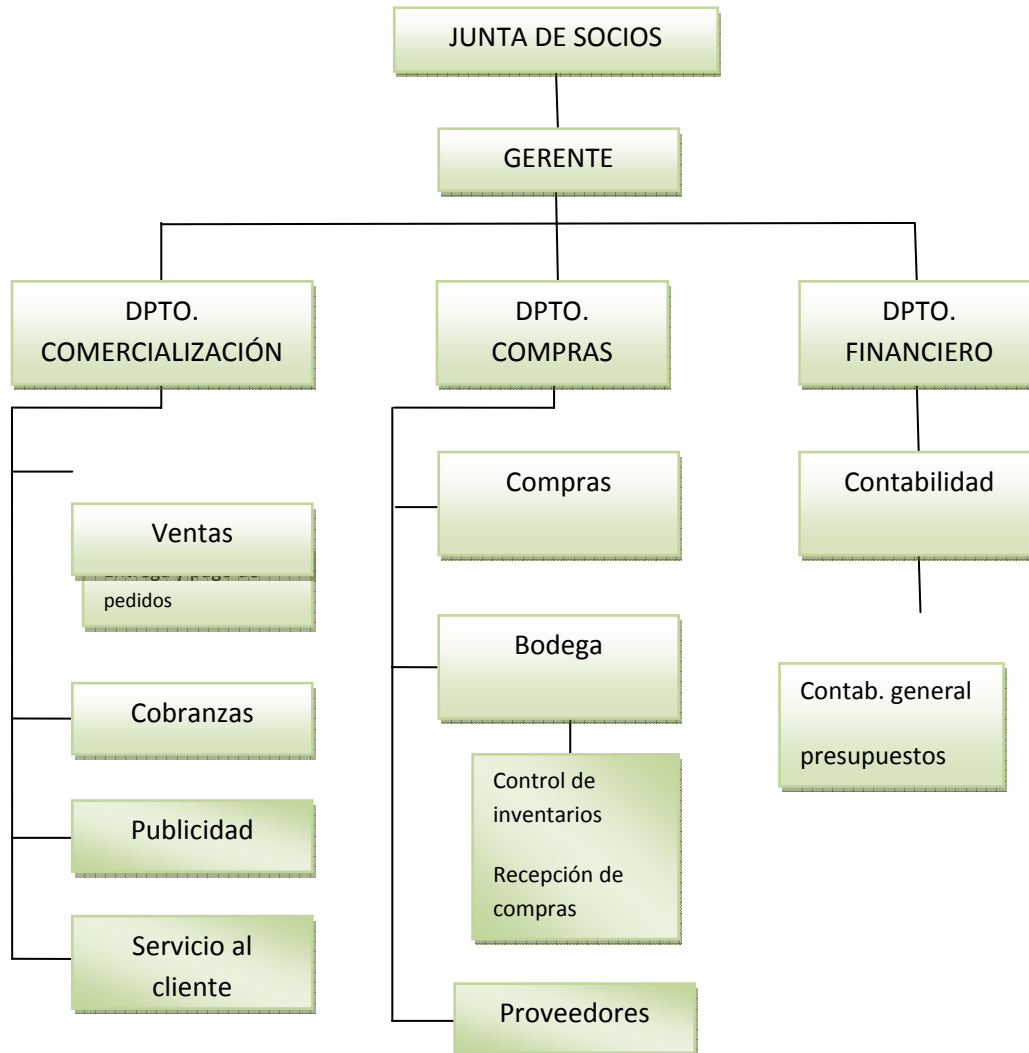
- ✓ Higiene y limpieza de los productos y del local.
- ✓ Clasificación de los productos de acuerdo a su naturaleza física.
- ✓ Seguridad del cliente.
- ✓ Fijación de precios de cada producto de forma clara.
- ✓ Información al cliente cuando lo requiera.
- ✓ Orden de los productos en los estantes



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

2.3.3.2 DISEÑO DE LA ESTRUCTURA FUNCIONAL

MODELO FUNCIONAL





ETAPA 2.4

2.4 INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

Para determinar de forma precisa la inversión total que se requiere, es necesario establecer todos aquellos activos para implementar y poner en marcha el proyecto, clasificando las inversiones de carácter tangible e intangible.

Por esta razón en términos prácticos las inversiones se deben sintetizar a través de un plan de Inversiones en donde constarán las inversiones fijas que van a servir a la empresa durante toda su vida útil y el capital de trabajo.

Con el resultado total de las inversiones plasmado en el plan, facilita analizar y decidir la opción más conveniente en lo que concierne a los recursos financieros que requiere el proyecto.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

2.4.1 PLAN DE INVERSIONES

Permite esquematizar aquellas inversiones fijas clasificadas en tangibles e intangibles y el capital de trabajo necesario para un mes.

CUADRO 25

CÓDIGO	DESCRIPCION	VAL-TOTAL
1	(A) INVERSIONES FIJAS	242.871,41
1.1	TERRENO	6.398,55
1.2	EDIFICACIONES	204.288,00
1.3	MUEBLES Y ENSERES	23.674,46
1.4	EQUIPOS	3.508,40
1.5	INSTALACIONES	4.002,00
1,6	CONSTITUCION LEGAL Y COMPL.	1.000,00
2	(B) CAPITAL DE TRABAJO	113.273,84
2.1	SUELDOS Y SALARIOS	2.438,98
2.2	MERCADERIAS	109.894,18
2.3	GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS	570,68
2.4	Otros gastos	120,00
2.5	GASTOS DE PUBLICIDAD	250,00
TOTAL (A)+(B)		356.145,25

FUENTE: PROFORMAS LOCALES COMERCIALES,
PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

El detalle de las inversiones se explica en el **(ANEXO 10)**

2.4.2 FINANCIAMIENTO

Para que el *MULTICOMERCIO* cumpla con sus actividades requiere de un financiamiento propio y ajeno; se tiene como capital propio la aportación de tres socios cada uno con \$35.000 y se requiere un préstamo de \$150.000.

Para realizar un préstamo se han determinado tres alternativas de fuentes de financiamiento, siendo las siguientes:

- Banco del Austro
- Banco del Pacifico
- Corporación Financiera Nacional (CFN)

❖ BANCO DEL AUSTRO

Esta entidad ofrece préstamos de \$500 hasta \$100000 en inversiones, los plazos para todos los préstamos son de tres años con pagos mensuales, la tasa de interés anual es del 10.75%, se debe contar con un garante con casa propia y el deudor debe tener un terreno a su nombre.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

❖ BANCO DEL PACIFICO

Esta entidad ofrece préstamos comprendidos desde \$3500 hasta y \$200000 cuando se trata de créditos comerciales, los plazos para el pago del crédito son de 2 años con cuotas mensuales, la tasa de interés es del 11.75% y Esta alternativa al igual que la anterior no sirve para financiar el proyecto, porque el tiempo que nos dan para pagar el proyecto es muy corto.

❖ CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL

Las condiciones de los préstamos que brinda la CFN son las siguientes:

Tipo de crédito: Credi Pyme con fondos de la CFN .

Monto: La CFN financia proyectos nuevos hasta el 70% del total de la inversión.

Tasa de Interés y plazo: 8.75% a 5 años plazo.

Período de Gracia: Se fijará de acuerdo a las características del proyecto y su flujo de caja proyectado.

Desembolso: De acuerdo a cronogramas aprobado por la CFN y conforme avance de la inversión. Para cada



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

desembolso deberán estar constituidas garantías por el 125% del monto total acumulado de la deuda.

Garantías: Negociada entre la CFN y el cliente; de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero a satisfacción de la Corporación Financiera Nacional. Dichas garantías no podrán ser inferiores al 125% de la obligación garantizada.

- ✓ Las inversiones que se financian se incorporan al valor de la garantía, previo informe técnico de la CFN.
- ✓ Las inversiones fijas que se efectúen en bienes inmuebles hipotecados a la CFN, podrán considerarse como mayor valor de la garantía, previo el análisis técnico que efectúe la Corporación.

La CFN se reserva el derecho de aceptar las garantías de conformidad con los informes técnicos pertinentes.

Condiciones especiales: Para créditos de hasta US \$150.000 no se requiere proyecto de evaluación.

Requisitos:

- ✓ Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

- ✓ Carta de pago de los impuestos.
- ✓ Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda.
- ✓ Planos aprobados de construcción, en el caso de obras civiles.
- ✓ Proformas de la maquinaria a adquirir.
- ✓ Proformas de materia prima e insumos a adquirir.
- ✓ Al hacer el análisis de las tres entidades financieras, la mejor alternativa es la CFN, porque brinda un plazo amplio, la tasa de interés más baja, pero es importante indicar que el préstamo se hará con fondos de la CFN a través del banco del Austro.

Por lo tanto el préstamo es de \$150.000, la tasa anual del 8.75%, el plazo es de 5 años, con pagos fijos y mensuales.

2.4.3 AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

De acuerdo a las condiciones propuestas por la Corporación Financiera Nacional, cada cuota fija mensual a pagarse será de \$3095.58, las cuales deberán pagarse durante 60 periodos. En la tabla de amortización se muestra de forma



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009**

detallada los intereses, pagos, amortización del capital y el
saldo final. **(VER ANEXO 11)**



ETAPA 2.5

2.5 ESTUDIO ECONÓMICO DEL PROYECTO

❖ OBJETIVOS

- Estimar los ingresos, costos y gastos que tendrá el *MULTICOMERCIO* durante los próximos cinco años.
- Determinar el flujo neto de efectivo de los diferentes años durante el desarrollo de las actividades de la empresa.
- Fijar el punto de equilibrio para cada año.

2.5.1 ESTIMACIÓN DE INGRESOS

Los ingresos dependerán directamente de la venta de los diferentes productos (cantidad de mercadería por el precio) a los clientes potenciales, de esta forma se estima los ingresos para los próximos cinco años considerando las tasas de crecimiento poblacional del 2.04% promedio anual y de inflación proyectadas (VER CUADRO 19).



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

Los precios de cada producto están calculados de acuerdo al costo que dan los proveedores mas una ganancia que oscila desde el 10% hasta el 25% (VER CUADRO 20) dependiendo de la naturaleza de los productos.

Los ingresos están calculados para cada ítem que se pretende vender. **(VER ANEXO 12)**

INGRESOS PROYECTADOS

CUADRO 26

AÑOS	INGRESOS
2010	1.474.969,14
2011	1.620.131,42
2012	1.734.625,74
2013	1.865.942,40
2014	2.016.727,39



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

2.5.2 ESTIMACIÓN DE COSTOS Y GASTOS

Los costos y gastos son calculados considerando el valor de la mano de obra, mercadería, gastos de publicidad, las depreciaciones, los servicios de la deuda y los gastos de administración y ventas.

Para estimar las compras se realizó un presupuesto de compras de acuerdo a cada categoría de productos que ofrecerá el *MULTICOMERCIO*.

2.5.2.1 PRESUPUESTO DE COMPRAS

Para estimar las compras se realizó:

- 1) Lista de todos los productos, que contiene el costo unitario y la demanda que multiplicando los dos resulta el costo total.
- 2) Fórmula para determinar el inventario final, que resulta en primer lugar encontrar la cantidad óptima de compra y con este dato encontrar el inventario final.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
 DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

FÓRMULA:

$$q^* = \sqrt{\frac{2CaQ}{CmT}}$$

CUADRO 27

PRODUCTO: MERCADERIAS					
PERIODO: AÑO 2010 A 2014					
UNIDAD DE MEDIDA: DOLARES					
AÑO	2010	2011	2012	2013	2014
Inventario inicial	109894,18	6126,74	7276,66	8097,66	7087,30
Compras	1163590,31	1413344,91	1522361,68	1647865,12	1792458,76
Disponibles	1273484,48	1419471,65	1529638,34	1655962,78	1799546,06
Inventario final	6126,74	7276,66	8097,66	7087,30	7940,47
Reducciones *	1111,82	1300,01	1400,28	1515,72	1648,72
	1266245,93	1410894,99	1520140,39	1647359,75	1789956,87

FUENTE: ANALISIS DE LA COMPETENCIA, DEMANDA
 POTENCIAL Y PROVEEDORES
 ELABORADO POR: LAS AUTORAS

*Reducción del 5% a los productos perecibles, fuente
 proveedores.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

El detalle de los presupuestos por categorías de los productos se ven en el **ANEXO 13**.

2.5.2.2 ESTIMACION DE LOS SUELDOS Y SALARIOS.

Son los sueldos más los beneficios de ley que se van a pagar a los empleados durante los cinco años (**VER ANEXO 14**)

2.5.2.3 ESTIMACIÓN DE LOS GASTO DE ADMINISTRACIÓN, VENTAS Y PUBLICIDAD.

Para proyectar, la estimación de los gastos de administración y ventas, publicidad y mano de obra se consideró las tasas de crecimiento poblacional y de inflación proyectada para los próximos cinco años. (**VER ANEXO 15**).

2.5.2.4 DEPRECIACIONES

Nos indican el desgaste físico de los activos tangibles, para estimar estos costos se fue depreciando de acuerdo a las normas de contabilidad vigentes del Ecuador. (**VER ANEXO 16**).



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CUADRO 28

ESTIMACION DEL BALANCE DE INGRESOS, COSTOS Y GASTOS						
RUBROS	AÑOS	1	2	3	4	5
INGRESOS		1.474.969,14	1.620.131,42	1.734.625,74	1.865.942,40	2.016.727,39
VENTAS		1.474.969,14	1.620.131,42	1.734.625,74	1.865.942,40	2.016.727,39
EGRESOS		1.351.583,82	1.502.435,15	1.616.225,65	1.749.065,31	1.897.886,96
SUELDOS Y SALARIOS		27.658,72	33.709,43	38.091,65	43.424,48	49.503,91
MERCADERIA		1.266.245,93	1.410.894,99	1.520.140,39	1.647.359,75	1.789.956,87
GAS. ADMINISTRACIÓN Y VENTAS		2.373,51	2.422,26	2.478,76	2.629,47	2.617,11
GASTOS DE PUBLICIDAD		2.040,00	2.142,82	2.249,19	2.385,94	2.543,41
SERVICIOS DE LA DEUDA		37.147,02	37.147,02	37.147,02	37.147,02	37.147,02
DEPRECIACIONES		16.118,64	16.118,64	16.118,64	16.118,64	16.118,64
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		123.385,32	117.696,27	118.400,09	116.877,09	118.840,43
15% PARTIC. DE TRABAJADORES		18.507,80	17.654,44	17.760,01	17.531,56	17.826,06
25% IMPUESTO A LA RENTA		26.219,38	25.010,46	25.160,02	24.836,38	25.253,59
UTILIDAD LIQUIDA		78.658,14	75.031,37	75.480,06	74.509,15	75.760,77

FUENTE: PRESUPUESTOS DE COMPRAS, VENTAS Y GASTOS

ELABORADO POR LAS AUTORAS

2.5.3 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es aquel punto en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir la utilidad es igual a cero. Para calcular el punto de equilibrio del *MULTICOMERCIO* se expresa a



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

través de las ventas de equilibrio, debido a la diversidad de productos. Por lo tanto las ventas de equilibrio es igual a:

$$V_e = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{Vm}}$$

En la tabla se muestran los ingresos, el costo fijo y variable de los cinco años en estudio. Así mismo se muestra las ventas y cantidad equilibrio para cada año. **(VER ANEXO 17)**

La cantidad de equilibrio para el primer año se da cuando en el *MULTICOMERCIO* visitan 7899 (familias) clientes y cada uno gasta en promedio \$278.00 El \$278.00 se tomo de una pregunta de las encuestas realizadas.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CUADRO 29

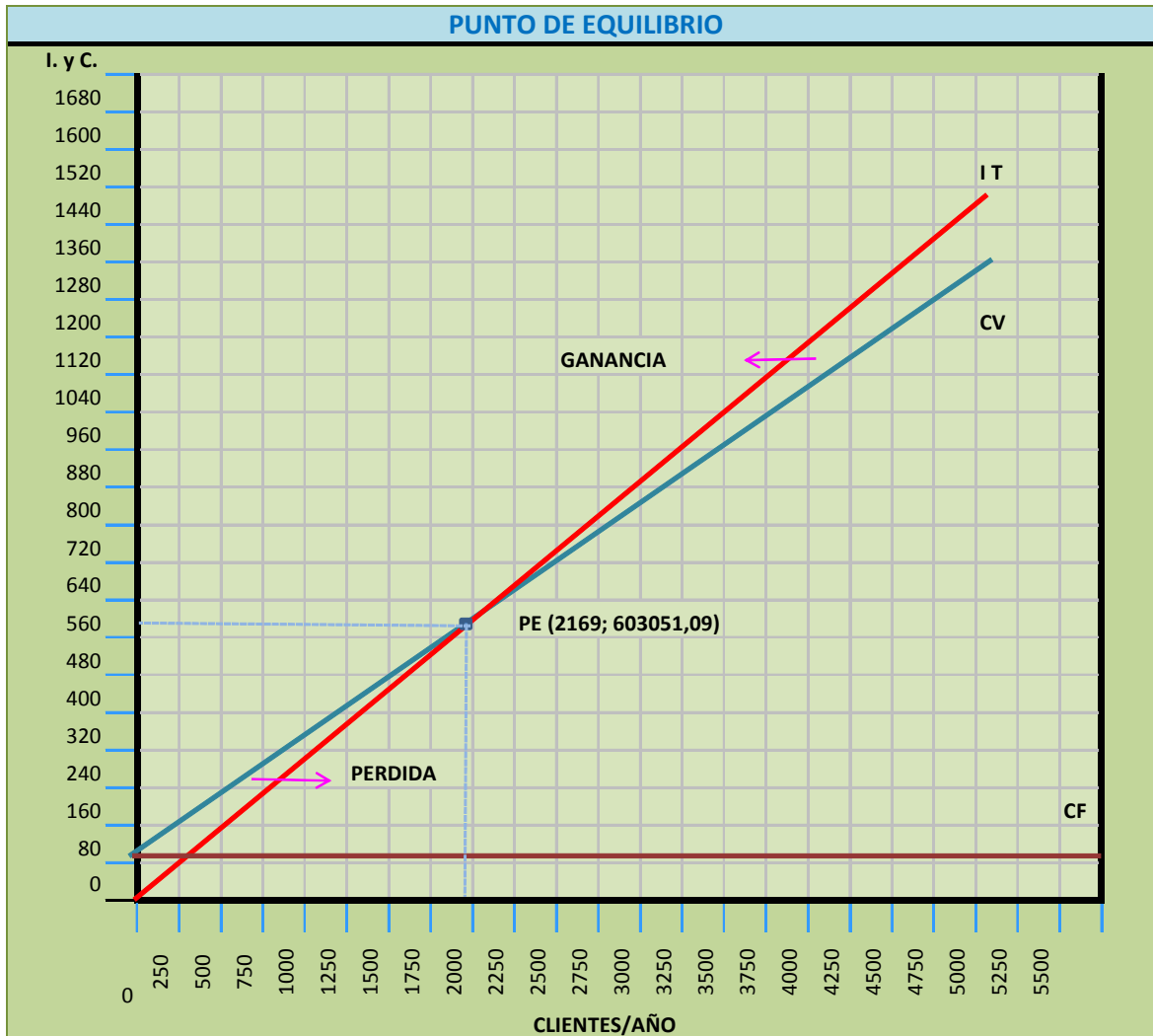
RUBROS	AÑOS	1
INGRESOS (Vm)		1474969,14
COSTOS FIJOS (CF)		85337,89
COSTOS VARIABLES (CV)		1266245,93
COSTO TOTAL (CT)		1351583,82
VENTAS DE EQUILIBRIO (\$)		603051,09
CANTIDAD DE EQUILIBRIO		2169
NUMERO DE FAMILIAS AL AÑO		7899
CONSUMO POR FAMILIA		278

FUENTE: ESTIMACION DE INGRESOS, COSTOS Y
GASTOS

ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009



FUENTE: ESTIMACION DE INGRESOS, COSTOS Y GASTOS

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

El punto de equilibrio se obtiene cuando ingresan al local 2.169 familias con un consumo de \$278 y a partir de este



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

valor existe ganancias, esto se da durante el primer año de ejercicio.

2.5.4 FLUJO DE FONDOS

CUADRO 30

RUBROS	AÑOS	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		0,00	1.474.969,14	1.620.131,42	1.734.625,74	1.865.942,40	2.016.727,39
VENTAS		0,00	1.474.969,14	1.620.131,42	1.734.625,74	1.865.942,40	2.016.727,39
EGRESOS		242.871,41	1.351.583,82	1.502.435,15	1.616.225,65	1.752.573,71	1.897.886,96
MANO DE OBRA		0,00	27.658,72	33.709,43	38.091,65	43.424,48	49.503,91
MERCADERIA		0,00	1.266.245,93	1.410.894,99	1.520.140,39	1.647.359,75	1.789.956,87
GAS. ADMINISTRACIÓN Y VENTAS		0,00	2.373,51	2.422,26	2.478,76	2.629,47	2.617,11
GASTOS DE PUBLICIDAD		0,00	2.040,00	2.142,82	2.249,19	2.385,94	2.543,41
SERVICIOS DE LA DEUDA		0,00	37.147,02	37.147,02	37.147,02	37.147,02	37.147,02
DEPRECIACIONES		0,00	16.118,64	16.118,64	16.118,64	16.118,64	16.118,64
INVERSIONES FIJAS		242.871,41	0,00	0,00	0,00	3.508,40	0,00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		-242.871,41	123.385,32	117.696,27	118.400,09	113.368,69	118.840,43
15% PARTIC. DE TRABAJADORES		0,00	18.507,80	17.654,44	17.760,01	17.005,30	17.826,06
25% IMPUESTO A LA RENTA		0,00	26.219,38	25.010,46	25.160,02	24.090,85	25.253,59
FLUJO DE FONDOS		-242.871,41	78.658,14	75.031,37	75.480,06	72.272,54	75.760,77

FUENTE: PLAN DE INVERSIÓN; PRESUPUESTOS VENTAS, COMPRAS Y GASTOS

ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

2.5.5 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

CUADRO 31

INTERES

0,0875

VAN					
AÑOS	1	2	3	4	5
FLUJO DE FONDOS	78.658,14	75.031,37	75.480,06	72.272,54	75760,77
FLUJOS ACTUALIZADOS	72329,32363	63443,09185	58687,33859	51672,11886	49807,88058
INVERSIÓN	-242.871,41				
∑ FLUJOS	295939,7535				
VALOR ACTUAL NETO	53.068,34				

FUENTE: FLUJO DE FONDOS

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Con el cálculo del VAN se puede determinar que el proyecto es factible y realizable debido a que nos da un valor mayor a cero es decir nos da un valor positivo.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

2.5.6 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

CUADRO 32

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)						
AÑOS	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE FONDOS	- 242.871,41	78.658,14	75.031,37	75.480,06	72.272,54	75.760,77
TIR	17%					

FUENTE: FLUJO DE FONDOS

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

El proyecto se muestra interesante llevarlo a cabo debido a que la TIR (17%) es mayor a la tasa de descuento (8,75%)



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

2.5.7 RELACION COSTO BENEFICIO

CUADRO 33

RELACIÓN BENEFICIO COSTO (B/C)						
AÑOS	1	2	3	4	5	TOTAL
INGRESOS	1474969,14	1620131,42	1734625,74	1865942,40	2016727,39	
	1356293,46	1369908,98	1348708,17	1334077,84	1325869,77	6734858,23
EGRESOS	1351583,82	1502435,15	1616225,65	1752573,71	1897886,96	
	1242835,70	1270390,41	1256649,60	1253023,54	1247739,76	6270639,01
INVERSIÓN	204142,00					
	187716,78					187716,78
BENEFICIO/COSTO	6734858,23					
	6458355,79					
BENEFICIO/COSTO	1,04					

FUENTE: FLUJO DE FONDOS

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

La relación costo beneficio no indica que por cada dólar que se invierte se obtiene de ganancia 0.04 ctvs. de dólar.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

2.5.8 PERIODO DE RETORNO

CUADRO 34

PERÍODO DE RETORNO (N)	
INVERSIÓN TOTAL	246379,81
UTILIDAD NETA PROMEDIO ANUAL	75440,58
N	3,27

La inversión realizada en este proyecto se recupera en un tiempo aproximado de tres años.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CONCLUSIONES

Una vez efectuado los respectivos estudios para determinar si es factible la creación de un MULTICOMERCIO podemos llegar a las siguientes conclusiones:

- A través de la investigación de mercados podemos determinar que en la zona es factible la implantación de este proyecto, ya que todos los habitantes así como los turistas aceptan y están dispuestos a adquirir en el MULTICOMERCIO todos los productos que necesiten para su consumo. La determinación de la calidad de los productos y la diversidad de los mismos hacen que esta empresa pueda fijar sus metas y convertirse en líderes, visión que todo negocio pretende alcanzar.
- Con el estudio técnico se determinó que el lugar adecuado en donde se va a desarrollar el proyecto dispone de los



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

recursos necesarios, cuenta además con una área estratégica y una estructura atractiva. Otro factor de importancia en esta zona, es la factibilidad de varias alternativas de transporte y vías de acceso para el traslado a este lugar, esto nos ayudará a que nuestros clientes potenciales visiten nuestra empresa sin impedimento.

➤ Las diferentes actividades estarán agrupadas por departamentos. La estructura legal será de una compañía limitada debido a que la naturaleza de la empresa así lo amerita y contará con más de dos socios que aportarán a la formación del capital.

➤ En el estudio económico financiero se plantear un plan de inversiones y a su vez, se efectuó el análisis de las fuentes de financiamiento y el aporte que deberá realizar cada uno de los socios de la empresa.

➤ Además en el proyecto en cuestión se incluyen cálculos, realizados para determinar presupuestos que permitan proyectar resultados y finalmente establecer si el presente trabajo es factible o no sirviéndonos de métodos de



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

evaluación que nos ayudan y direccionan para a toma de decisiones acertadas.

Con la inversión se realizó una proyección del flujo de caja, es decir de los ingresos y egresos en los que se valúa un ingreso durante el primer año de funcionamiento de \$1.474.969,14 y durante el quinto año se mantiene un ingreso de \$ 2.016.727,39, en los gastos se estima que durante el primer año se tendrá \$1.351.583,82 y durante el quinto año un gasto de \$1.897.886,96 estimando una utilidad de \$78.658,14 durante el primer año y durante el quinto año se tendrá una utilidad de \$75.760,77, como también se pudo evaluar a través de los ratios financieros como son el VAN de 53.068,34 y una TIR del 17%. Se estima que el retorno de la inversión será de un periodo comprendido de tres años.

Dichos resultados son aceptables y válidos por lo que se concluye que la creación del *MULTICOMERCIO* debe realizarse y en aproximadamente tres años la inversión se recuperaría, con muy buenas perspectivas de crecimiento y desarrollo.



RECOMENDACIONES

Como recomendaciones podemos indicar que el presente trabajo de tesis es factible y debe ponerse en práctica, sin descuidar aspectos que citamos a continuación:

- Empezar en campañas publicitarias que llamen la atención del cliente y ayuden a posicionar la empresa
- Capacitar constantemente al personal en lo que se refiere al servicio y atención al cliente.
- Estar al día en las obligaciones tributarias y de otro tipo, para evitar ser sancionados por la ley, lo cual nos permitirá ser ejemplo de otras empresas similares y al mismo tiempo ganar prestigio.
- Hacer de manera periódica un análisis de ingresos y costos de tal manera que nos permita conocer el movimiento de los mismos para tomar las decisiones más acertadas, que cumplan las metas y objetivos de la empresa.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

- Considerar aspectos como: la diversidad de productos, precios competitivos, calidad de los productos, higiene y la correcta ubicación de los productos.
- El autoservicio es otro factor importante que se considerará, por la cultura de compra de nuestros clientes, sin descuidar el seguimiento respectivo.
- La empresa además deberá tomar en cuenta varias estrategias de compras con el objetivo de disminuir costos, para que el precio de los productos sean competitivos, no debe descuidar la calidad de los productos que se expandan y la entrega de los mismos hacia el cliente, seleccionando las canales de comercialización adecuados para así satisfacer las necesidades de los clientes potenciales.
- El realizar un seguimiento de lo que nuestros posibles clientes esperan del *MULTICOMERCIO* a través de un buzón de sugerencias ayuda a que la empresa puede crecer en forma permanente.
- Realizar de forma anual estudios de mercado que colaboran a determinación de la demanda potencial y sus requerimientos.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009



ANEXOS



INDICE DE ANEXOS

CONTENIDO

- 1. Diseño de encuestas aplicadas a los moradores y turistas**
 - 1.1 Cuestionario formulado a los moradores
 - 1.2 Cuestionario formulado a los turista
- 2. tabulación de la pregunta numero 4 formulada a los moradores**
- 3. Proyección de crecimiento en la demanda de la empresa-**
 - 3.1 Demanda potencial de los moradores
 - 3.2 Demanda potencial de los turistas
- 4. Proforma para la publicidad radial**
- 5. Planos de las edificaciones**
- 6. Proformas de activos tangibles e intangibles**
 - 6.1 Proforma de frigoríficos, canastillas, fruteros y coches metálicos.
 - 6.2 Proforma para los puntos de cobro
 - 6.3 Proforma para las góndolas y estantes
 - 6.4 Proforma para los muebles de oficina
 - 6.5 Proforma para las computadoras
 - 6.6 Proforma para los códigos de barra
 - 6.7 Proforma de programa de recolección de datos
- 7. Rol de pagos y rol de beneficios sociales**
- 8. Calculo del costo de energía para cada articulo**
- 9. Línea de fábrica**
- 10. Plan de inversiones fijas y capital de trabajo**



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

- 11. Tabla de amortización**
- 12. Estimación de ingresos**
- 13. Presupuestos de compra**
- 14. Estimación de los sueldos y salarios**
- 15. Gastos estimados de administración, ventas y publicidad**
 - 15.1 Estimación de los gastos de administración y ventas
 - 15.2 estimación de los gastos de publicidad
- 16. Depreciaciones**
- 17. Punto de equilibrio para los cinco años**

ANEXO 1: DISEÑO DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS MORADORES Y TURISTAS.

ANEXO 1.1: Cuestionario formulado a los moradores



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Escuela de Administración de Empresas

CUESTIONARIO PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LENTAG

La presente encuesta tiene como finalidad el análisis de factibilidad para crear un MULTICOMERCIO; tema que ha sido establecido como proyecto de tesis; previo a la obtención de título profesional de Ingeniera Comercial; por ello, solicitamos su colaboración.

1. ¿ Considera USTED necesaria la creación de un MULTICOMERCIO en el sector de la Cooperativa Lentag?

SI----- NO-----

2. ¿A dónde acude usted con frecuencia para adquirir sus productos?

- a) Tiendas del Sector -----
- b) Mercados de los Cantones-----
- c) Otros.....

3. ¿Con qué frecuencia realiza sus compras en estos lugares?

Diario----- Semanal-----
Quincenal----- Mensual-----

4. ¿De acuerdo a la pregunta anterior, indique cuánto USTED destina de sus ingresos en promedio para realizar sus compras?

\$1 A \$20---- \$20 A \$50--- \$50 A \$80---- \$80 A \$100-----
\$100 A \$130----- 130 Y MAS-----

5. ¿Habitualmente cómo realiza USTED sus compras?

- a) Crédito-----
- b) Contado-----

6. ¿De acuerdo a sus expectativas cuáles son los aspectos más importantes que debería tener un Multicomercio?

- a) Personal calificado -----
- b) Parqueadero-----
- c) Higiene y correcta ubicación de los productos-----
- d) Seguridad de los clientes-----
- e) Calidad en los productos -----
- f) Calidad en el servicio -----

7. ¿A los locales o centros que ha acudido usted ha encontrado todo lo que necesita?

Si----- No----- A veces-----

¡AGRADECEMOS SU COLABORACIÓN Y EL TIEMPO BRINDADO!



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ANEXO 1.2: Cuestionario formulado a los turistas

UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Escuela de Administración de Empresas

CUESTIONARIO PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG

La presente encuesta tiene como finalidad el análisis de factibilidad para crear un MULTICOMERCIO; tema que ha sido establecido como proyecto de tesis; previo a la obtención de título profesional de Ingeniera Comercial; por ello, solicitamos su colaboración.

1. ¿Considera USTED beneficioso la creación de un Multicomercio en el sector de la Cooperativa Lentag?

SI

NO

2. ¿Qué productos cree USTED que debe tener un Multicomercio para satisfacer sus necesidades?

- Consumo masivo (Arroz, azúcar, huevos, harinas, fideos, aceite, manteca)
 - Enlatados, condimentos y especias
 - Mariscos, carnes, embutidos y lácteos
 - Frutas, verduras, hortalizas y legumbres
- } Comestibles



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

¡AGRADECEMOS SU COLABORACIÓN Y EL TIEMPO BRINDADO!

ANEXO 2: TABULACIÓN DE LA PREGUNTA NUMERO CUATRO DEL CUESTIONARIO FORMULADO A LOS MORADORES, PARA DETERMINAR EL CONSUMO PROMEDIO MENSUAL DE LOS CLIENTES POTENCIALES.

FRECUENCIA DE COMPRA	\$RANGO DE COMPRA	NUMERO DE PERSONAS	\$ COMPR A PROMEDIO	DEMAN DA TOTAL	DEMAN DA PROMEDIO
DIARIO	1 a 20	32	10,5	336	
	50 a 80	2	65	130	\$14
TOTAL		34		466	
SEMANAL	1 a 20	1	10,5	10,5	
	20 a 50	14	35	490	
	50 a 80	55	65	3575	
	80 a 100	22	90	1980	\$73
	100 a 130	5	115	575	
	130 Y MAS	7	130	910	
TOTAL		104		7541	
QUINCEN AL	20 a 50	2	35	70	



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

	50 a 80	1	65	65	
	80 a 100	4	90	360	\$113
	100 a 130	15	115	1725	
	130 Y MAS	15	130	1950	
TOTAL		37		4170	
MENSUAL	50 a 80	2	65	130	
	80 a 100	8	90	720	
	100 a 130	4	115	460	\$110
	130 Y MAS	12	130	1560	
TOTAL		26		2870	

FUENTE: ENCUESTA

ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ANEXO 3: PROYECCION DE CRECIMIENTO EN LA DEMANDA DE LA EMPRESA, TOMANDO COMO REFERENCIA EL CRECIMIENTO POBLACIONAL DEL AZUAY DEL 2.04% PROMEDIO ANUAL.

ANEXO 3.1: Demanda potencial de los moradores.

DEMANDA POTENCIAL MORADORES

AÑOS	2009	2010	2011	2012	2013	2014
PERSONAS	2175	2210	2243	2274	2302	2532,2
FAMILIAS	544	553	561	569	576	633

FUENTE: INEC

ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ANEXO 3.2: Demanda potencial de los turistas.

DEMANDA POTENCIAL TURISTAS QUE VISITAN YUNGUILLA

AÑO	Nº VEHICULOS	% FAMILIAS	TURISTAS QUE VISITAN YUNGUILLA
2009	952	61,22%	6994
2010	1000	61,22%	7346
2011	1047	61,22%	7692
2012	1095	61,22%	8044
2013	1142	61,22%	8390
2014	1190	61,22%	8742

FUENTE: INEC Y DATOS DE TESIS (HOSTERIA EN YUNGUILLA).

ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ANEXO 4: PROFORMA PARA LA PUBLICIDAD RADIAL

RADIO GENESIS PREMIUM 93.3 FM.

PROGRAMACION REGULAR DE 00H00 A 24H00

- DE LUNES A VIERNES 10 Cuñas diarias distribuidas en nuestros espacios de transmisión **\$300,00 USA**
- DE LUNES A DOMINGO 10 Cuñas diarias distribuidas en nuestros espacios de transmisión **\$400,00 USA**
- DE LUNES A VIERNES 5 Cuñas diarias distribuidas en nuestros espacios de transmisión **\$150,00 USA**
- DE LUNES A DOMINGO 5 Cuñas diarias distribuidas en nuestros espacios de transmisión **\$200,00 USA**
- DE LUNES A DOMINGO 15 Cuñas diarias distribuidas en nuestros espacios de transmisión **\$550,00 USA**
- DE LUNES A VIERNES 15 Cuñas diarias distribuidas en nuestros espacios de transmisión **\$500,00 USA**

PROGRAMACION FIN DE SEMANA Y PAQUETES ESPECIALES

5 CUÑAS diarias distribuidas en nuestros espacios de sábados y Domingos **\$150,00 USA**

A. 5 CUÑAS distribuidas en UN PROGRAMA EN ESPECIAL de nuestras transmisiones con duración de tres horas de lunes a viernes **\$150,00 USA**

CUÑAS OCASIONALES menos de 30 días, de lunes a domingo cada cuña **\$3,00 USA**

MENCIONES DURANTE NUESTRAS PROGRAMACIONES

Al ser parte de nuestros selectos clientes ofrecemos a usted 3 MENCIONES del nombre o la actividad de su Empresa en un espacio cualquiera de las programaciones regulares y por un solo día a cambio de la entrega de un premio semanal el mismo que será sorteado en dicha programación.

El comercial será grabado por nuestro departamento de producción sin costo alguno y en caso de que se requiera una copia para transmitir en otras emisoras el valor será de **\$60.**

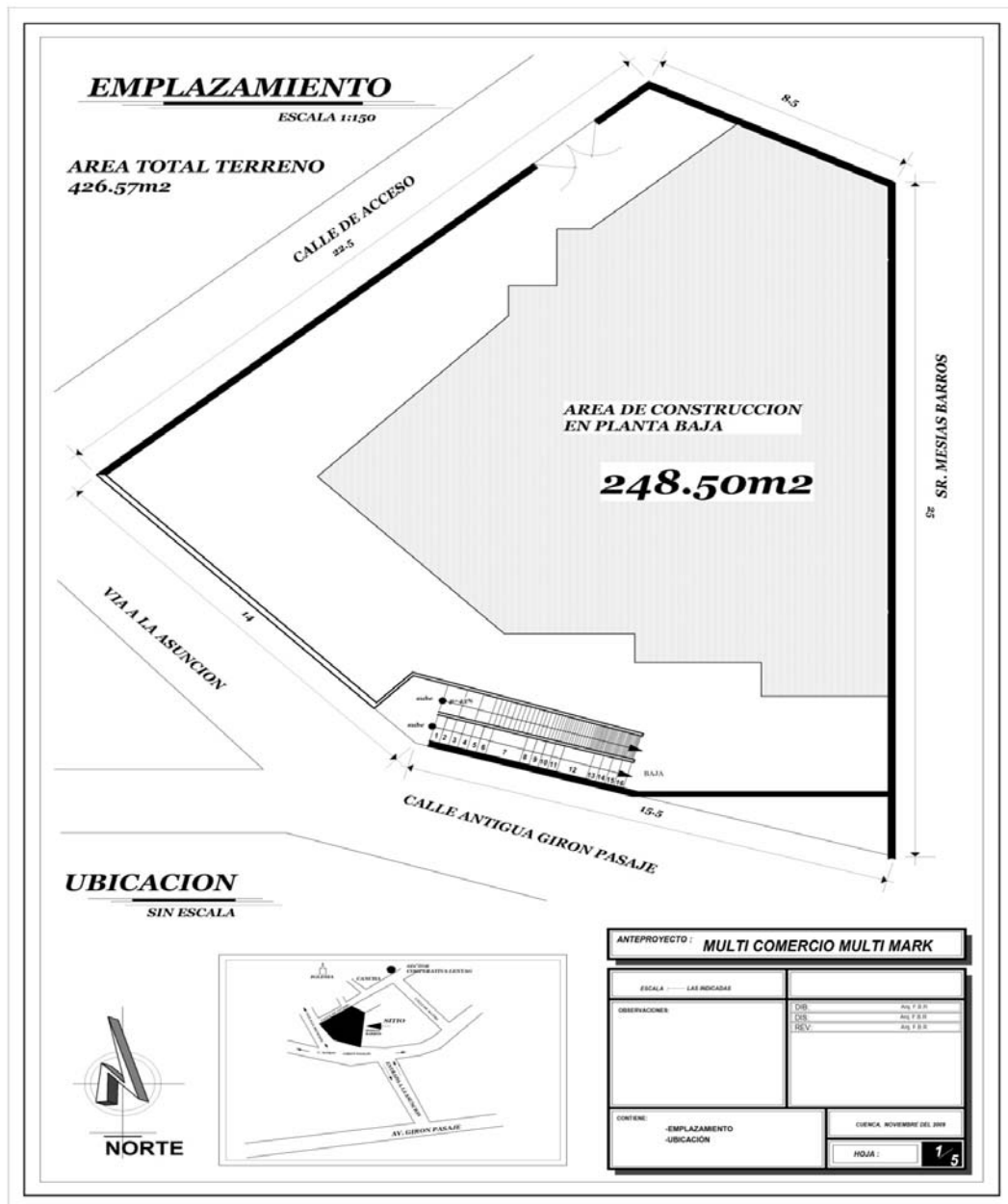
Es importante indicar a usted, que las cuñas comerciales deberán ser de una duración máxima de 45", caso contrario tendrá un recargo económico a convenirse con la gerencia de la Radio.

ESTOS PRECIOS NO INCLUYEN IVA.
Ejecutivo de Ventas: Sr. Nelson Gallegos 084272070



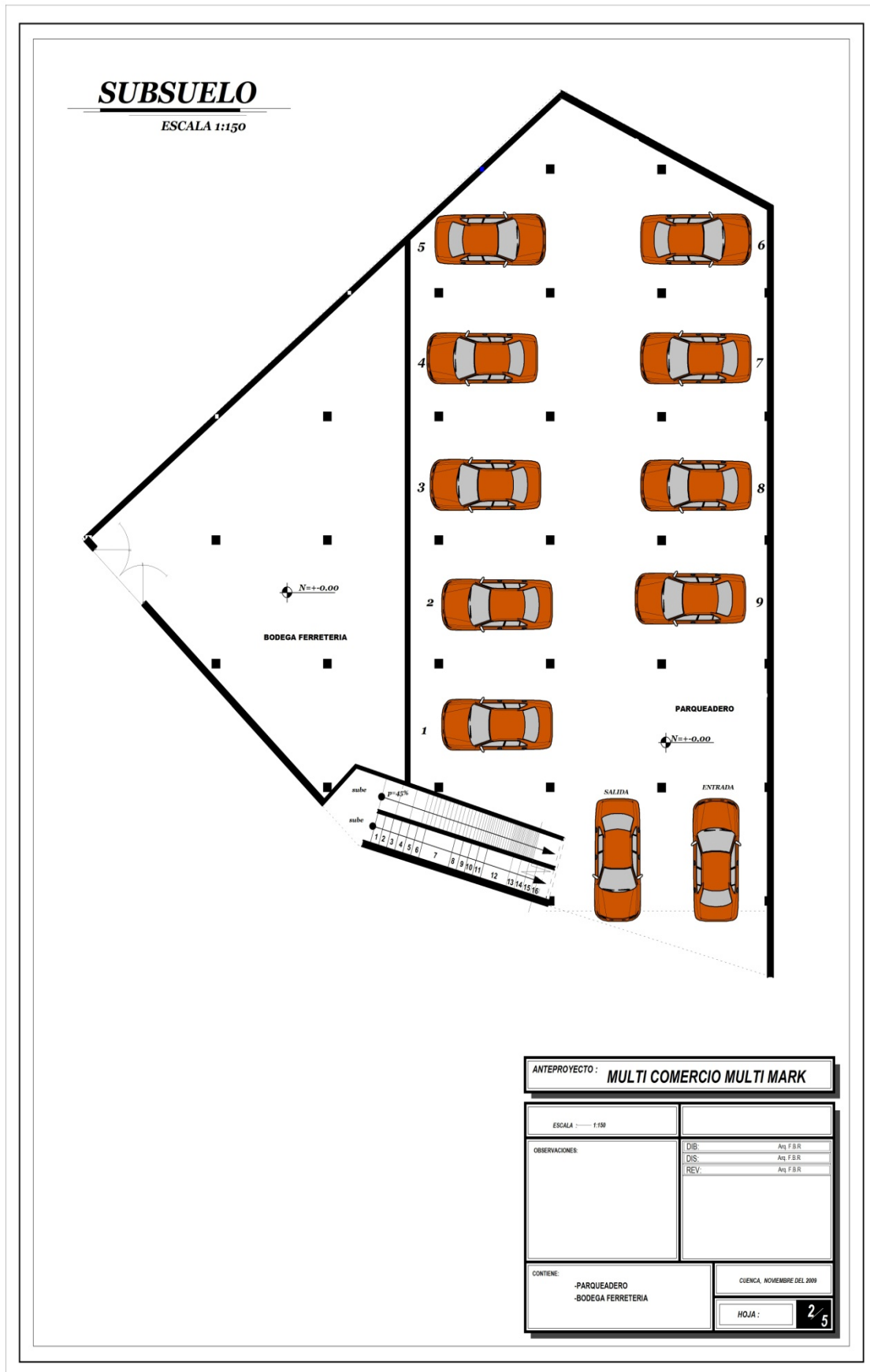
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ANEXO 5: PLANOS DE LAS EDIFICACIONES EN DONDE SE LLEVARÁ A CABO EL MULTICOMERCIO





ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

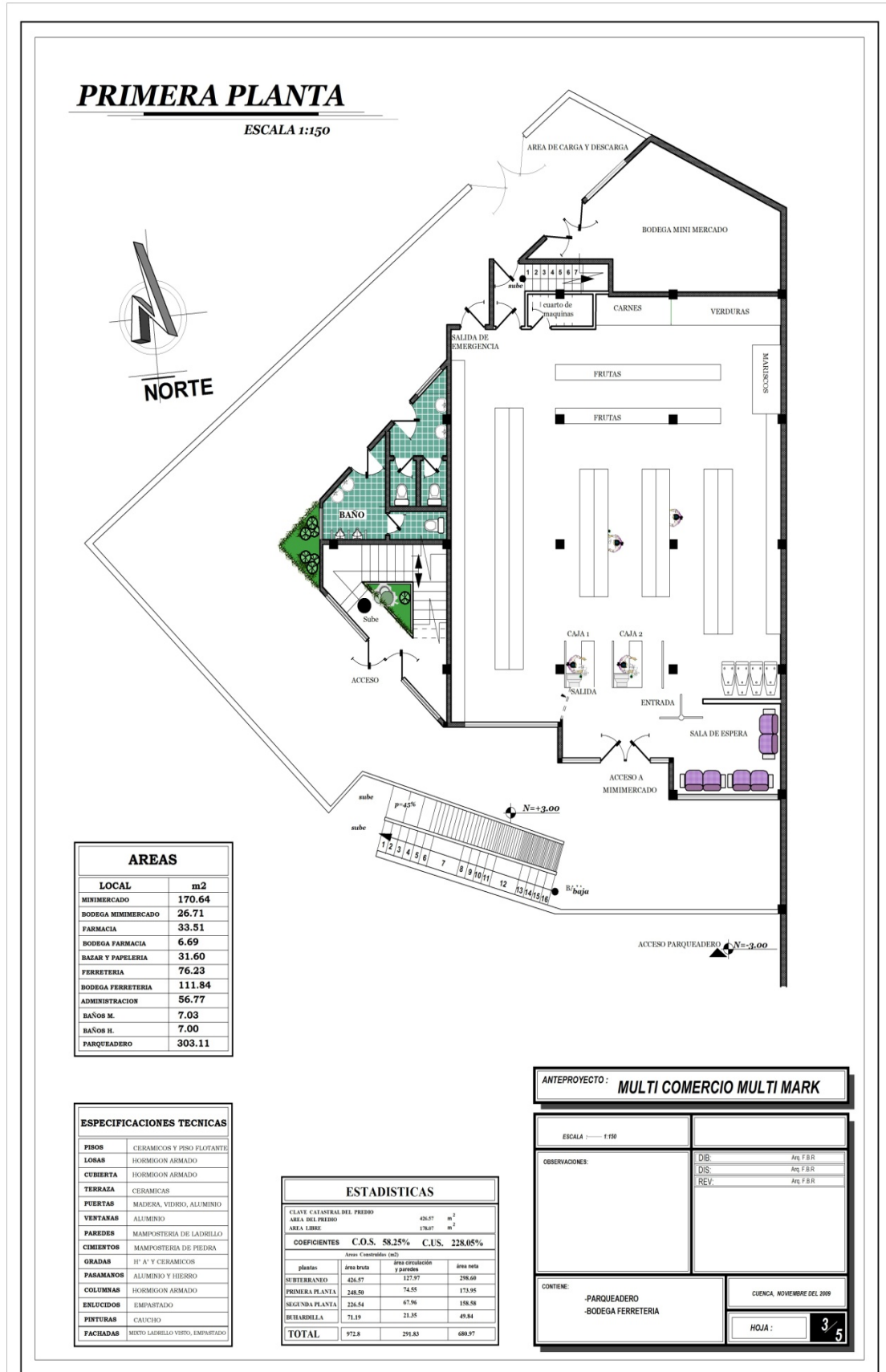




**UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

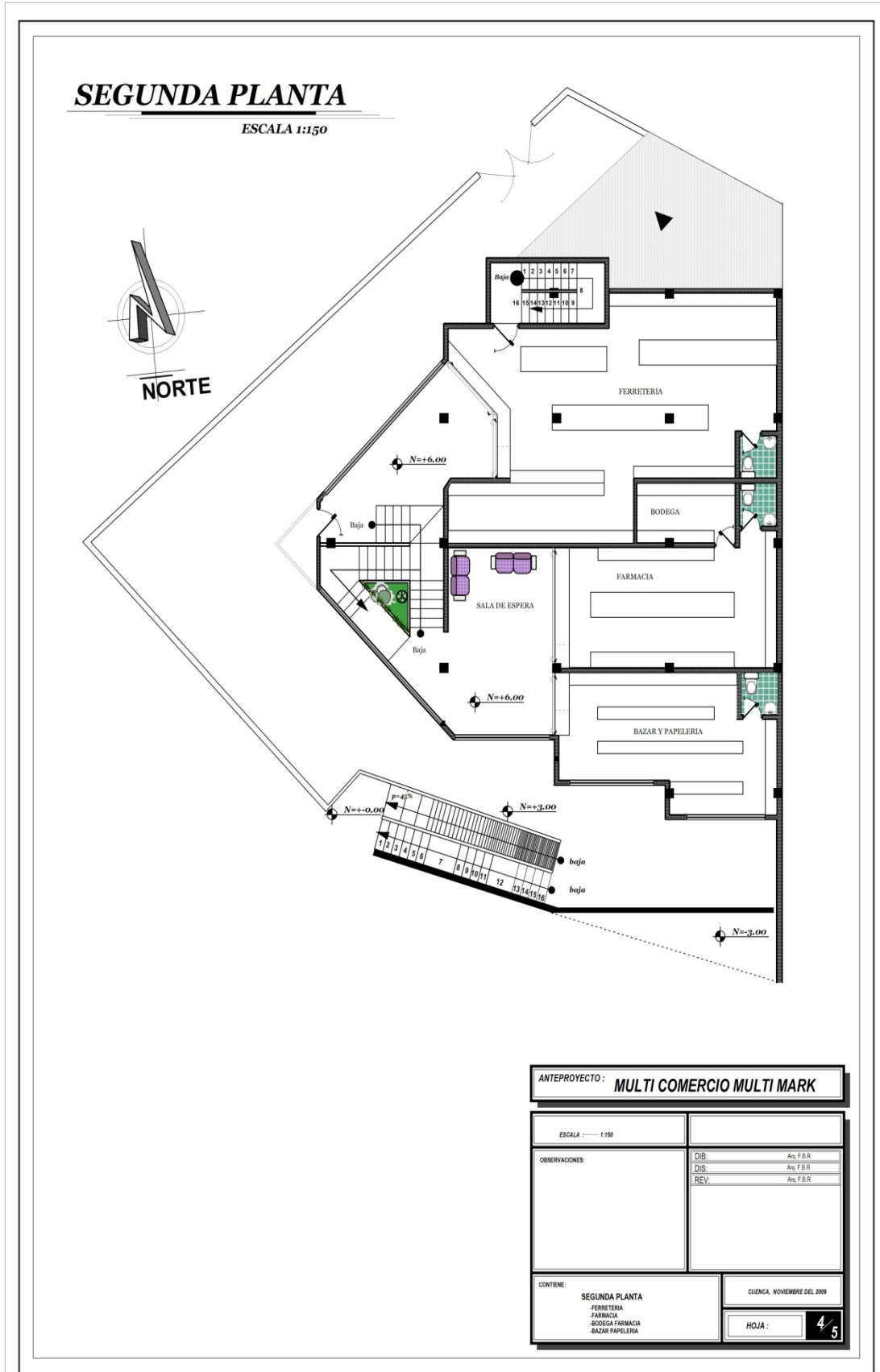


ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009



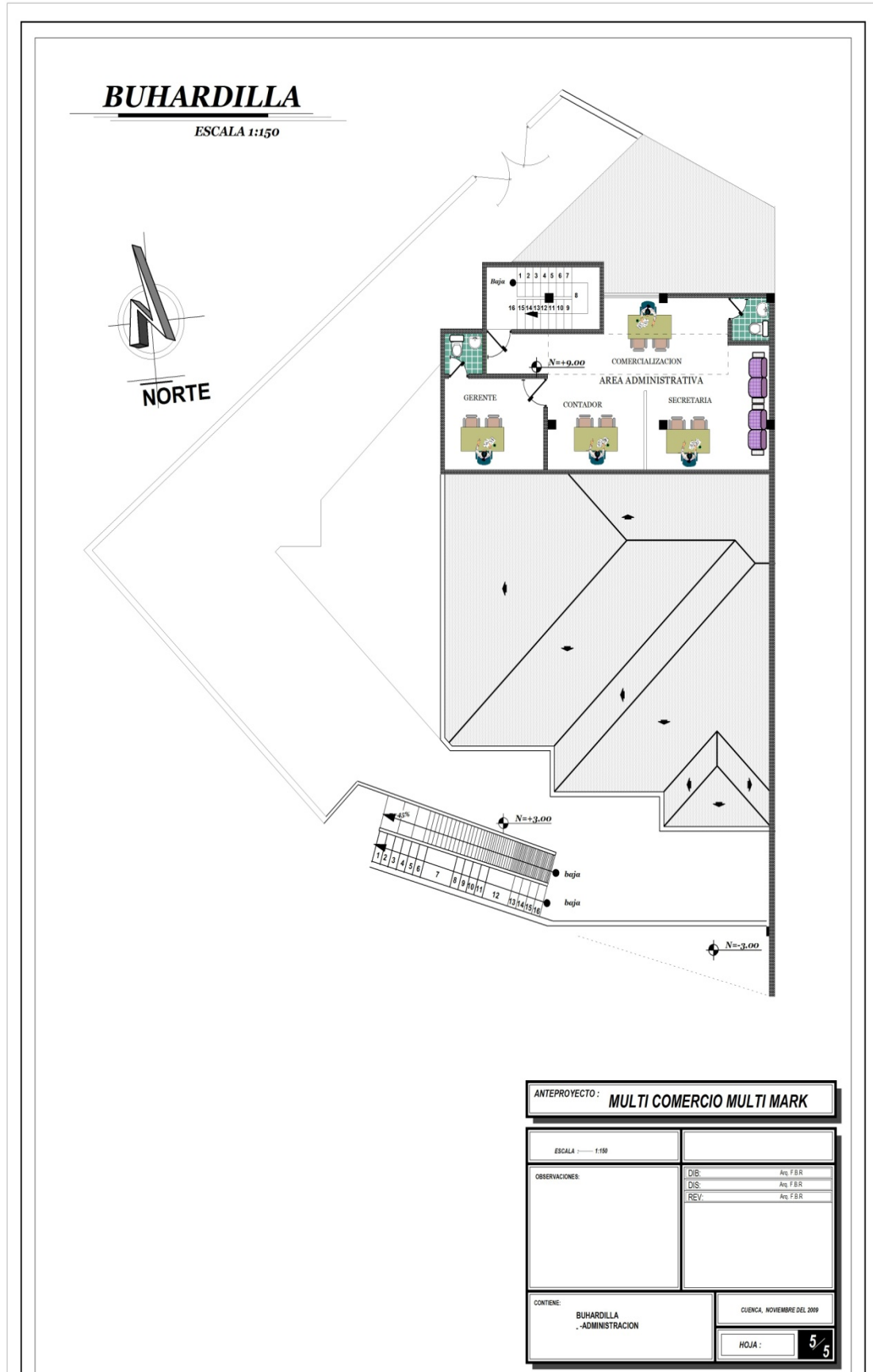


ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009





ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009





ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ANEXO 6: PROFORMAS PARA OBTENER LOS ACTIVOS TANGIBLES E INTANGIBLES NECESARIOS PARA EL MULTICOMERCIO.

ANEXO 6.1: Proforma para los frigoríficos, canastillas, fruteros y coches metálicos (esta proforma fue recibida por correo electrónico).

PROFORMA ECUA - FRIO

Tenemos a bien presentar la siguiente proforma:

-12 canastillas plásticas para supermercado: valor \$ 108.00

-10 coches metálicas para supermercado: valor \$ 113.00

-1 Frutero al ambiente de 42 gavetas plásticas distribuidas en 3 filas igual servicio para ambos lados, frente de 5.50m, fondo 1.50m, alto 1.92m. materiales: laterales en aglomerado color blanco, estructura en acero inoxidable brillante, incluye iluminación. Valor \$6.800.

-1 Mueble para verduras al ambiente de 27 gavetas plásticas distribuidas en 3 filas servicio para un solo lado. Medidas de 3.90m de frente, 1.25 de fondo, 1.92m de alto. Materiales: laterales en aglomerado color blanco, estructura en acero inoxidable brillante, incluye iluminación. Valor \$1.990.

-1 Armario enfriador de 3 puertas de 0.90m cada una construidas en acero inoxidable brillante, control digital de la temperatura, 4 repisas ma piso, puertas de vidrio, Medidas: 2.70m de frente, 0.52 de fondo, 1.98m de alto. Valor \$ 3.400.

-1 Armario congelador de 3 puertas 0.90m cada una construidas en acero inoxidable brillante, control digital de la temperatura, 4 repisas ma piso, puertas de vidrio, Medidas: 2.70m de frente, 0.52 de fondo, 1.98m de alto. Valor \$ 4.200.

1 año de garantía, 1 año de mantenimiento fabricamos bajo medida.

Precios de contado descuento del 5%

Crédito 40% de entrada y el resto para 4 cuotas mensuales sin intereses con cheques posfechados o letras con tarjeta de crédito hasta 24 meses.

Att: Sr. Boris Lazo Cobos



**UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009**

ANEXO 6.2: Proforma para los puntos de cobro.

ECUAFRIO
SUCURSAL:
Av de Las Américas entre
Luis Moscoso y Cornelio Crespo
Telf.: 409 4671 Cuenca - Ecuador

Tec. Boris Lazo Cobos
Fabricantes de Equipos de Refrigeración, Servicio Técnico
y Mantenimiento de Cuartos Fríos, Frigoríficos,
Congeladores, Refrigeradoras
PRINCIPAL: Av de Las Américas entre calle del Batán y 12 de Abril
Telf.: 2889369 Cel.: 097 210 667

PROFORMA Nº 0002216

Fecha: 17 Junio 2009
 Cliente: Sra Mary Brito Teléfono: 262 506
 Dirección: Cooperativa Léntag

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	P. TOTAL
1	Frigorífico de 160 en acero brillante Nuevo Curvo con botella	1590	1590
1	Punto de Cobro de 1.50 x 80 en acero brillante	430.00	430.00
Credito 10% Descuento Credito 40% En verde 3 cuotas mensuales			
OBSERVACIONES:		SUBTOTAL \$	
		DESCUENTO \$	
		I.V.A. 0 %	
		I.V.A. ___ % \$	
		VALOR TOTAL \$	

FIRMA EMISOR: FIRMA CLIENTE: _____



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ANEXO 6.3: Proformas para las góndolas y estantes.

ESTAN VIT
Fabricamos Estantes Metálicos Graduables, Puertas de Baño, Mamparas,
Ventanas, Vitrinas en Aluminio y Vidrio en Toda Medida

Dirección: 1 Padre Azuirre 6-10 entre Juan Jaramillo y P. Córdova Telf.: 837476
Dirección: 2 Sucre y HuaynaCapac (Frente a Ortíz) *Telf: 2845905 Cel.: 094393727
Cuenca - Ecuador

PROFORMA

Nombre: Maggie Brito Telf.: 870894
Fecha: Cuenca 17-06-2009 R.U.C./C.I. _____
Ubicación: Antiplano y Eplicachina

CANT.	DESCRIPCION	V. UNITARIO	V. TOTAL
20	Góndolas rectas de 1.00mt de largo 1.50 de alto 5 pisos fabricado en el steel grueso 0.70mm de espesor.	180,00	3600
20	Estantes de 0.35cm de fondo 1.00mt de largo y 2mt de alto 5 pisos reforzado plancha de steel 0.70mm de espesor.	55,00	1100
		SUBTOTAL \$	
		DESCUENTO \$	
		IVA 0 % \$	

Firma Cliente _____

CER. Telf.: 2845905



**UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009**

ANEXO 6.4: Proforma para los muebles de

GM GAMA MODUL Muebles MODUL Fabricantes desde 1988
 R.U.C.: 0101310373001 MUEBLES DE HOGAR Y OFICINA GARANTIA 5 AÑOS
 Dirección: Mariano Cueva 9-62 entre Gran Colombia y Bolívar
 Telf.: 2-841-088 - Cel.: 094 901 400 Cuenca - Ecuador
PROFORMA
 Nº 0000363

Fecha: _____
 Cliente: MULTI MARK. (SRA. MARY BRITO)
 Dirección: LANTA G. Telf.: 262-506

CANT.	ARTICULO	V. UNIT.	V. TOTAL
1	ESTACION GIRONTE.		210
2	ESTACIONES CONTADOR.	168	336
1	Sillon GIRONTE	160	160
2	Sillas GIRONTE. SEORANIA.	85	170
1	TANDEM 4 P.		192
1	TANDEM 3 P.		165
1	ARCHIVO 5 CANTONAS		190
1	Paredora Doble		0
1	Borropapel.		0
1	Perchero		0
4	ESTANTES ELITE	158	632.
1	COUNTER CAJA. 180 x 1.00 x 0.95	210	210
Precios incluye IVA.			

CONDICIONES DE PAGO: _____	SUBTOTAL \$
MATERIALES: Melaminicos <input type="checkbox"/> Formalite <input type="checkbox"/> Tapiz cod <input type="checkbox"/>	DESCUENTO \$
Cerrajería importada <input type="checkbox"/> Nacional <input type="checkbox"/> Vidrio <input type="checkbox"/>	IVA TARIFA ___ % \$
Fecha de entrega: _____	TOTAL A PAGAR \$
Válido: _____	

oficina.

FIRMA CLIENTE


 POR GAMA MODUL

ANEXO 6.5: Proforma para las computadoras.



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009**



MUNDY COMPU

DIRECCIÓN: Benigno Malo 13-88 y Pío Bravo Telfs. (07) 2846393
E-mail: mundycompu@etapanet.net

Cuenca, 17 de julio de 2009

Atención: MULTIMAC

Es grato hacerle llegar los precios de algunos de los productos que nuestra empresa distribuye, en el área de equipos de computación, solicitada por vuestra Institución.

PROFORMA

DETALLE	PRECIO
5 COMPUTADORA PROFESIONAL INTEL DUAL CORE PROCESADOR INTEL DUAL CORE 2,5GHZ Original de caja. Mainboard CORE 2 DUO chip INTEL Video Incorporado Sonido 3D incorporado. Fax MODEM 56Kbps Red 10/100 BaseT. MEMORIA 1 GB. Tecnología DDR2. DISCO DURO DE 160 GB. Marca Samsung Velocidad 7200Rpm, SATA UNIDAD DE DVD- WRITER LECTOR TARJETAS MONITOR 15" LCD CASE APAGADO AUTOMATICO Color Negro/gris Fuente de Poder de 500W, Doble ventilador 2 Puertos USB Delanteros, Juego de Parlantes 120VA marca Genius Teclado Multimedia PS/2 marca Genius Mouse óptico SCROLL USB marca Genius INCLUYE: Regulador de Voltaje, Cobertores, Micrófono, Pad Mouse, Software preinstalado.	520,00



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ANEXO 6.6: Proforma para los códigos de barra.



MUNDY COMPU

DIRECCIÓN: Benigno Malo 13-88 y Pío Bravo Telfs. (07) 2846393
 E-mail: mundycompu@etapanet.net

Cuenca, 17 de julio de 2009

Atención: MULTIMAC

Es grato hacerle llegar los precios de algunos de los productos que nuestra empresa distribuye, en el área de equipos de computación, solicitada por vuestra Institución.

PROFORMA

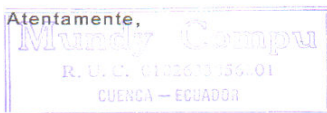
DETALLE	PRECIO
2 LECTOR DE CODIGO DE BARRA	170,00

FORMULARIO DE COSTOS

CANT.	DETALLE		
2	LECTOR DE CODIGO DE BARRA	170,00	340,00
TOTAL			340,00

Tiempo de Entrega: 3 días laborables. (ENTREGA A DOMICILIO)

Validez de la proforma: 8 días.




Felipe Bacuilima Z.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ANEXO 6.7: Proforma de programa de recolección de datos



Tesorería
 Manejo infinito de cuentas corrientes o de ahorro.
 Permite crear documentos como ingresos bancarios, egresos bancarios, notas de débito, notas de crédito.
 Control de cheques post-fechaados emitidos.
 Control de cheques post-fechaados recibidos.
 Conciliaciones bancarias automáticas, ágiles.
 Total integración con contabilidad.
 Saldos bancarios diarios
 Contabilidad
 Contabilidad en línea al momento de cada transacción si lo requiere.
 Estados financieros diarios.

Anexos transaccionales
 Evita doble digitación de la información

No incluyen código fuente "estructura interna de los sistemas". Ni módulos de producción alguna. Teniendo los contratantes, **Días** para pedir cambios en las configuraciones de reportes y transacciones estos cambios y reportes necesariamente deben estar en forma escrita antes del plazo previsto sin excepción alguna. En el caso de no presentarse requerimiento alguno dentro de las fechas establecidas se entenderá que los requerimientos o necesidades han sido cubiertas o solucionadas.

Del precio: **\$ 1250**
 Paquete de control comercial (inventarios, bancos, contabilidad, anexos)
 Migración de clientes, proveedores, cuentas contables, cuentas por cobrar, Cuentas por pagar, y otros del sistema anterior

Modulo de roles de pago

(No incluye IVA)

Forma de Pago:
 60% Firma del contrato
 20% Instalación
 20% Acta de finiquito

Instalación
 Inmediata

De las sanciones.
 En caso de inconformidad por parte del **Contratante** por incumplimiento en el funcionamiento del sistema, los **Desarrolladores** se comprometen a devolver integralmente todos los valores recibidos por concepto de abonos a este contrato más los intereses legales mensuales por mora desde el momento del abono.

El **Contratante** tiene la obligación de cancelar acorde con la forma de pago los valores descritos en el mismo. En caso de incumplimiento los **Desarrolladores** percibirán los valores descritos mas los intereses legal por mora.

Además el **contratante** se comprometen a elaborar un Cronograma de trabajo en el cual debe ser respetado por las partes caso contrario la parte infractora deberá cancelar uno por mil sobre el monto total del contrato por el número de días de retraso o incumplimiento acorde con cronograma. Este cronograma deberá contener el requerimiento, fecha de solicitud, y fecha de entrega del requerimiento. Estos requerimientos deberán contener la información necesaria como formatos, datos a incluir, etc. Los cuales el contratante deberá entregar en forma escrita a los desarrolladores dentro de los plazos convenidos. Asesoría contable y administrativa

Mañan: Vernaza 12-09 y Tarqui Telf: (593) 07 2826197 / 2833766
 ishida@etapaonline.net.ec Cuenca - Ecuador

ANEXO 7: ROL DE PAGOS Y ROL DE BENEFICIOS SOCIALES.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

MULTICOMERCIO "MULTIMARK" ROL DE PAGOS

Numero	Cargo	Sueldo \$	Total Ingresos \$	IESS 9,35%	Total Egresos	Valor a Pagar
1	Gerente General	550	550	51,43	51,43	498,58
2	Contador	385	385	36,00	36,00	349,00
3	Jefe de Compras	261,723	261,723	24,47	24,47	237,25
4	Jefe de Bodega	261,723	261,723	24,47	24,47	237,25
	SUELDOS NIVEL ADMINISTRATIVO					1322,08
5	Cajero 1	248,314	248,314	23,22	23,22	225,10
6	cajero 2	248,314	248,314	23,22	23,22	225,10
7	Surtidor 1	245,157	245,157	22,92	22,92	222,23
8	Surtidor 2	245,157	245,157	22,92	22,92	222,23
9	Quimico farmaceutico	245,157	245,157	22,92	22,92	222,23
SUELDO NIVEL OPERATIVO					TOTAL	1116,90

FUENTE: TABLAS SECTORIALES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

MULTICOMERCIO "MULTIMARK"
ROL DE BENEFICIOS SOCIALES

#	Cargo	Sueldo \$	XIII	XIV	Fondo de Reserva	Vacaciones	Total antes IEES	Aporte Patronal	TOTAL
1	Gerente General	550	45,83	18,17	45,83	22,92	132,75	61,33	194,08
2	Contador	385	32,08	18,17	32,08	16,04	98,38	42,93	141,30
3	Jefe de Compras	261,723	21,81	18,17	21,81	10,91	72,69	29,18	101,87
4	Jefe de Bodega	261,723	21,81	18,17	21,81	10,91	72,69	29,18	101,87
5	Cajero 1	248,314	20,69	18,17	20,69	10,35	69,90	27,69	97,59
6	Cajero 2	248,314	20,69	18,17	20,69	10,35	69,90	27,69	97,59
7	Surtidor 1	245,157	20,43	18,17	20,43	10,21	69,24	27,34	96,58
8	Surtidor 2	245,157	20,43	18,17	20,43	10,21	69,24	27,34	96,58
9	Quimico farmaceutico	245,157	20,42975	18,17	20,43	10,21	69,24	27,34	96,58
					178,38	112,11	290,48	238,67	829,95

FUENTE: TABLAS SECTORIALES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ANEXO 8: CALCULO DEL COSTO DE ENERGÍA PARA CADA ARTÍCULO

CANTIDAD	ARTEFACTO ELECTRICO	POTENCIA EN KILOWATTS	CONSUMO/ ARTEFACTO h X dia	CONSUMO TOTAL/ ARTEFACTO	CONSUMO MENSUAL Kw.h	COSTO / Kw.h	COSTO CONSUMO MENSUAL	COSTO CONSUMO ANUAL
4	COMPUTADORA (CPU y monitor)	0,2	8	32	192,00	0,0914	17,55	210,59
2	COMPUTADORA (CPU y monitor)	0,2	12	24	72,00	0,0914	6,58	78,97
6	IMPRESORAS	0,15	8	48	36,00	0,0914	3,29	39,48
1	MODEM ADSL (Internet)	0,03	8	8	7,20	0,0914	0,66	7,90
1	FAX	0,15	8	8	36,00	0,0914	3,29	39,48
2	ESCANER (Digitalizador)	0,15	12	24	54,00	0,0914	4,94	59,23
1	ARMARIO ENFRIADOR	0,5	24	24	360,00	0,0914	32,90	394,85
1	ARMARIO CONGELADOR	0,098	24	24	70,56	0,0914	6,45	77,39
1	HELADERA	0,063	24	24	45,36	0,0914	4,15	49,75
3	REFLECTOR	0,25	3	9	22,50	0,0914	2,06	24,68
42	FLOURESCENTE	0,04	12	504	14,40	0,0914	1,32	15,79
TOTAL					910,02		\$ 83,18	\$ 998,11

FUENTE: EMPRESA DE ENERGIA ELECTRICA

ELABORADO POR: LAS AUTORAS



**UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009**

ANEXO 9: LINEA DE FÁBRICA

- Línea de fábrica parte 1.

Gobierno Municipal de Girón
DEPARTAMENTO DE PLANIFICACION URBANA
**SOLICITUD DE CERTIFICADO DE
AFECCION Y LINEA DE FABRICA**

Form. N° **0000318**
Valor \$ 1,00
TASA ADMINISTRATIVA \$ 0,50

CARTA DE PAGO No: 10288-1/1
CLAVE CATASTRAL: 0102510306001071.
PROPIETARIO: Señer Manuel Enrique Brito Serrano
OBJETO DE LA SOLICITUD: Venta () Donación () Planificación () Otro Trámite ()

UBICACIÓN DE LA PROPIEDAD Calle e intersecciones:		CROQUIS 	
N°	Frente		Parroquia
1	55,00		LA ASUNCIÓN
Forma parte de Urbanización o lotización aprobada por el Gobierno Municipal			
Si () No (x) Fecha: _____			
Nombre de la Urbanización o lotización			
Manzana: _____ N° de Lote: _____			
N° de Inscripción de Escritura <u>46, Adjudicación 4</u>		Firma del solicitante: <u>Manuel Brito</u>	
Fecha de Inscripción <u>Octubre 29 de 1998.</u>		Cédula de Identidad N°: <u>881480194230341</u>	

Presentado el _____ de _____ del 200__

SECRETARIO

INFORME Y CERTIFICACION DE LA PROPIEDAD

DESCRIPCION DEL PREDIO	Nombre de los Colindantes
Linderos	
Norte	con: <u>Area verde</u>
Sur	con: <u>Vfa a la Asunción antigua y C.G.P</u>
Este	con: <u>el Señor Mesias Barrea</u>
Oeste	con: <u>la Calle de acceso</u>
Area Total Aprox. _____ m ²	AFECCIONES Total () Parcial (x) Sin Afección ()

MOTIVO DE LA AFECCION	Area aproximada	OBSERVACIONES
Por las calles <input checked="" type="checkbox"/>		<u>Por ensanchamiento de Vfa.</u>
Por espacio verde o parque		
Por espacio comunal		
TOTAL DE LA AFECCION		

El predio pertenece al sector: Urbano () Zona de expansión () Zona Periférica (x)
Area Urbana Consolidada () Area de Protección ()

INFRACCION: Si () No () Existe Construcción: Si () No (x)



**UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

Línea de fábrica parte 2.

LÍNEA DE FABRICA

SEÑALAMIENTO: Deberá dejar un retiro de 3,00 metros hacia el camino de acceso.

USO DEL SUELO: VIVIENDA

TIPO DE CONSTRUCCION: Continua con retiro frontal

RETIROS: Frontal 5,00 mts. Laterales 0,00 mts. Posterior 4,00 mts.

ADOSAMIENTO EN PLANTAS ALTAS: Puede () Debe () No puede ()

DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS:

	SI	NO		SI	NO
Agua Potable	(X)	()	Calzada	(X)	()
Luz Eléctrica	(X)	()	Bordillos	()	(X)
Alcantarillado	(X)	()	Aceras	()	(X)
Teléfonos	()	(X)	Recl. Basura	(X)	()

ZONIFICACION:

Código: _____

Fronte Mínimo: _____ mts.

Area Mínima: _____ m²

Altura Máxima: 6,00 mts.

C.O.S. Planta Baja _____

C.U.S. _____

Nº. de Pisos 2 pisos

Otros _____

INFORMES ADICIONALES: Deberá dejar el ancho de la Vía de 10,00 metros a la Vía a la Asunción.

La línea de fábrica solicitada es para construcción de VIVIENDA.

Longitud efectiva del frente en mts. 55,00 mts. Taza a pagar por Ord. \$ 10,75

Topógrafo _____ Planificador Urbano _____

NOTAS

Girón, a 17 de Marzo del 2009

- Este documento tiene seis meses de validez y no autoriza ningún trabajo.
- Cualquier alteración o enmendadura, lo anulará.
- Este certificado no significa título legal alguno que pueda hacerse valer contra terceros.
- No autoriza la enajenación parcial de la propiedad.

AUTORAS:
MARY BRITO
MARISOL PESANTEZ



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ANEXO 10: PLAN DE INVERSIONES FIJAS Y CAPITAL DE TRABAJO

CÓDIGO	DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD	PREC - UNIT	VAL- TOTAL
	(A) INVERSIONES				
1	FIJAS				
1.1	TERRENO	426,57	m2	15	6.398,55
1.2	EDIFICACIONES				204.288,00
1.2.1	Edificio	972,8	unidad	210	204.288,00
1.3	MUEBLES Y ENSERES				23.674,46
1.3.1	estación de gerente	1	unidad	210	210,00
1.3.2	Estación de contador	2	unidad	168	336,00
1.3.3	Frutero al ambiente	1	unidad	6800	6.800,00
1.3.4	Mueble para verduras	1	unidad	1990	1.990,00
1.3.5	Armario enfriador	1	unidad	3400	3.400,00
1.3.6	Armario congelador	1	unidad	4200	4.200,00
1.3.7	Canastillas plásticas	12	unidad	9	108,00
1.3.8	Coches metálicos	10	unidad	11,3	113,00
1.3.9	Estantes	27	unidad	55	1.485,00
1.3.10	Góndolas Rectas	14	unidad	150	2.100,00
1.3.11	Tanden 4 puestos	1	unidad	192	192,00
1.3.12	Tanden 3 puestos	1	unidad	165	165,00
1.3.13	Archivos 5 gavetas	3	unidad	190	570,00
1.3.14	Estantes elite	5	unidad	158	790,00
1.3.15	Puntos de cobro	2	unidad	430	860,00
1.3.16	sillones	3	unidad	85	255,00
1,3,17	Camilla	1	unidad	100,46	100,46
1.4	EQUIPOS				3.508,40



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

1.4.1	Computadoras completas	6	unidad	520	3.120,00
	Teléfonos simples	4	unidad	40	160,00
1.4.2	teléfono y fax	1	unidad	150	150,00
1,4,3	Estetoscopio	1	unidad	78,4	78,40
1.5	INSTALACIONES				4.002,00
1.5.1	línea telefónica	1	unidad	150	150,00
1.5.2	Energía eléctrica	1	servicio	82	82,00
1.5.3	Agua potable	1	derecho	1000	1.000,00
1.5.4	Alcantarillado	1	derecho	180	180,00
1.5.5	Programa de recopilación de datos	1	unidad	1250	1.250,00
1.5.6	Lector de código de barra	2	unidad	170	340,00
1,6	CONSTITUCION LEGAL Y COMPL.	1	unidad	1000	1.000,00
				SUMAN	242.871,41



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CÓDIGO	DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD	PREC - UNIT	VAL- TOTAL
2	(B) CAPITAL DE TRABAJO				
2.1	SUELDOS Y SALARIOS				2.438,98
2.1.1	Sueldos nivel administrativo	1	rol	1322,08	1.322,08
2.1.2	Suedos nivel operativo	1	rol	1116,90	1.116,90
2.2	MERCADERIAS				109.894,18
2.2.1	mercaderias	1	pedido	109894,18	109.894,18
2.3	GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS				570,68
2.3.1	Suministros de oficina	1	lista	393,15	393,15
2.3.2	Suministros de limpieza	1	lista	60,35	60,35
2.3.3	Energia electrica	1	planilla	83,18	83,18
2.3.4	Agua Potable	1	planilla	4	4,00
2.3.5	Servicio telefónico	1	planilla	30	30,00
2.4	Otros gastos				120,00
2.5	GASTOS DE PUBLICIDAD				250,00
2.5.1	Radial	1	spot(mes)	130	130,00
2.5.2	Letreros	1	unidad	60	60,00
2.5.3	Folletos	2	docenas	30	60,00
SUMAN					113.273,84

FUENTE: PROFROMAS CENTROS COMERCIALES Y
PROVEEDORES.

ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ANEXO 11: TABLA DE AMORTIZACIÓN

VALOR ACTUAL	AÑOS	TASA ANUAL	TASA MENSUAL	NUMERO CAPITALIZ	NUMERO MESES	PAGO
150.00 0,00	5	0,0875	0,0073	12	60	3.095, 58

PERIODO MENSUAL	SALDO INICIAL	INTERES MENSUAL	PAGO MENSUAL	AMORTIZ. CAPITAL	SALDO FINAL	PAGO ANUAL
1	150.00 0,00	1.093,7 5	3.095,5 8	2.001,8 3	147.99 8,17	37.147 ,02
2	147.99 8,17	1.079,1 5	3.095,5 8	2.016,4 3	145.98 1,73	
3	145.98 1,73	1.064,4 5	3.095,5 8	2.031,1 3	143.95 0,60	
4	143.95 0,60	1.049,6 4	3.095,5 8	2.045,9 5	141.90 4,65	
5	141.90 4,65	1.034,7 2	3.095,5 8	2.060,8 6	139.84 3,79	
6	139.84 3,79	1.019,6 9	3.095,5 8	2.075,8 9	137.76 7,90	
7	137.76 7,90	1.004,5 6	3.095,5 8	2.091,0 3	135.67 6,87	
8	135.67 6,87	989,31	3.095,5 8	2.106,2 7	133.57 0,60	



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

	133.57		3.095,5	2.121,6	131.44	
9	0,60	973,95	8	3	8,97	
	131.44		3.095,5	2.137,1	129.31	
10	8,97	958,48	8	0	1,86	
	129.31		3.095,5	2.152,6	127.15	
11	1,86	942,90	8	9	9,18	
	127.15		3.095,5	2.168,3	124.99	
12	9,18	927,20	8	8	0,79	
	124.99		3.095,5	2.184,1	122.80	
13	0,79	911,39	8	9	6,60	
	122.80		3.095,5	2.200,1	120.60	
14	6,60	895,46	8	2	6,48	
	120.60		3.095,5	2.216,1	118.39	
15	6,48	879,42	8	6	0,32	
	118.39		3.095,5	2.232,3	116.15	
16	0,32	863,26	8	2	8,00	
	116.15		3.095,5	2.248,6	113.90	
17	8,00	846,99	8	0	9,40	
	113.90		3.095,5	2.265,0	111.64	37.147 ,02
18	9,40	830,59	8	0	4,40	
	111.64		3.095,5	2.281,5	109.36	
19	4,40	814,07	8	1	2,89	
	109.36		3.095,5	2.298,1	107.06	
20	2,89	797,44	8	5	4,74	
	107.06		3.095,5	2.314,9	104.74	
21	4,74	780,68	8	0	9,84	
	104.74		3.095,5	2.331,7	102.41	
22	9,84	763,80	8	8	8,05	
	102.41		3.095,5	2.348,7	100.06	
23	8,05	746,80	8	9	9,27	



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

	100,06		3.095,5	2.365,9	97.703,	
24	9,27	729,67	8	1	35	
	97.703,		3.095,5	2.383,1	95.320,	
25	35	712,42	8	6	19	
	95.320,		3.095,5	2.400,5	92.919,	
26	19	695,04	8	4	65	
	92.919,		3.095,5	2.418,0	90.501,	
27	65	677,54	8	5	60	
	90.501,		3.095,5	2.435,6	88.065,	
28	60	659,91	8	8	92	
	88.065,		3.095,5	2.453,4	85.612,	
29	92	642,15	8	4	49	
	85.612,		3.095,5	2.471,3	83.141,	
30	49	624,26	8	3	16	37.147
	83.141,		3.095,5	2.489,3	80.651,	,02
31	16	606,24	8	5	81	
	80.651,		3.095,5	2.507,5	78.144,	
32	81	588,09	8	0	31	
	78.144,		3.095,5	2.525,7	75.618,	
33	31	569,80	8	8	53	
	75.618,		3.095,5	2.544,2	73.074,	
34	53	551,39	8	0	33	
	73.074,		3.095,5	2.562,7	70.511,	
35	33	532,83	8	5	58	
	70.511,		3.095,5	2.581,4	67.930,	
36	58	514,15	8	4	14	
	67.930,		3.095,5	2.600,2	65.329,	
37	14	495,32	8	6	88	37.147
	65.329,		3.095,5	2.619,2	62.710,	,02
38	88	476,36	8	2	66	



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

39	62.710,66	457,27	3.095,58	2.638,32	60.072,34	
40	60.072,34	438,03	3.095,58	2.657,56	57.414,78	
41	57.414,78	418,65	3.095,58	2.676,94	54.737,85	
42	54.737,85	399,13	3.095,58	2.696,45	52.041,39	
43	52.041,39	379,47	3.095,58	2.716,12	49.325,28	
44	49.325,28	359,66	3.095,58	2.735,92	46.589,35	
45	46.589,35	339,71	3.095,58	2.755,87	43.833,48	
46	43.833,48	319,62	3.095,58	2.775,97	41.057,52	
47	41.057,52	299,38	3.095,58	2.796,21	38.261,31	
48	38.261,31	278,99	3.095,58	2.816,60	35.444,71	
49	35.444,71	258,45	3.095,58	2.837,13	32.607,58	
50	32.607,58	237,76	3.095,58	2.857,82	29.749,76	
51	29.749,76	216,93	3.095,58	2.878,66	26.871,10	37.147,02
52	26.871,10	195,94	3.095,58	2.899,65	23.971,45	
53	23.971,45	174,79	3.095,58	2.920,79	21.050,66	



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

54	21.050,66	153,49	3.095,58	2.942,09	18.108,57	
55	18.108,57	132,04	3.095,58	2.963,54	15.145,02	
56	15.145,02	110,43	3.095,58	2.985,15	12.159,87	
57	12.159,87	88,67	3.095,58	3.006,92	9.152,95	
58	9.152,95	66,74	3.095,58	3.028,84	6.124,11	
59	6.124,11	44,65	3.095,58	3.050,93	3.073,18	
60	3.073,18	22,41	3.095,58	3.073,18	0,00	
SUMAN		35.735,09	185.735,09	150.000,00		

FUENTE: C.F.N

ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ANEXO 12: ESTIMACIÓN DE INGRESOS

PRODUCTOS COMESTIBLES																						
CODIGO	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	2010				2011				2012				2013				2014			
			DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
CONSUMO MASIVO																						
1	ARROZ SUPER CONEJO PORTILLA	quintal	4523	39,00	43,33	195988,00	4615	40,97	45,52	210065,46	4709	43,24	48,05	226268,70	4805	45,87	50,97	244922,36	4903	48,90	54,33	266413,42
2	ARROZ CLM SUPER GRANO	quintal	4523	38,50	42,78	193475,33	4615	40,44	44,93	207372,31	4709	42,69	47,43	223367,82	4805	45,28	50,32	241782,33	4903	48,27	53,64	262997,86
3	ARROZ CONEJO PORTILLA	quintal	4523	36,00	40,00	180912,00	4615	37,81	40,00	184602,60	4709	39,92	40,00	188368,50	4805	42,34	40,00	192211,22	4903	45,14	40,00	196132,32
4	AZUCAR SAN CARLOS	quintal	2775	28,50	32,20	89375,82	2832	29,94	33,83	95795,53	2890	31,60	35,71	103184,64	2949	33,52	37,88	111691,22	3009	35,73	40,38	121491,72
5	FIDEO BLANCO SACO 20 KLS MEDIANO	saco	5397	18,00	20,34	109759,78	5507	18,91	21,36	117643,63	5619	19,96	22,55	126717,98	5734	21,17	23,92	137164,65	5851	22,57	25,50	149200,35
6	FIDEO NILO AMARILLO 400 GRS X 25	pac.	1080	12,50	14,12	15254,24	1102	13,13	14,84	16349,92	1125	13,86	15,66	17611,06	1147	14,70	16,61	19062,92	1171	15,67	17,71	20735,62
7	TALLARIN NILO 500 GR X 25	pac	1080	16,00	18,08	19525,42	1102	16,81	18,99	20927,90	1125	17,74	20,05	22542,16	1147	18,82	21,26	24400,54	1171	20,06	22,67	26541,60
8	TALLARIN ORIENTAL 200 GR X 48	pac	720	28,08	31,73	22844,75	735	29,50	33,33	24485,64	750	31,14	35,18	26374,32	765	33,03	37,32	28548,63	781	35,21	39,78	31053,67
9	TALLAR. DOÑA PETRONA 100X200	caj	180	9,00	10,17	1830,51	184	9,45	10,68	1961,99	187	9,98	11,28	2113,33	191	10,59	11,96	2287,55	195	11,28	12,75	2488,27
10	TALLAR. DOÑA PETRONA 50X400 x 24 un.	caj.	360	30,00	33,90	12203,39	367	31,51	35,61	13079,94	375	33,26	37,59	14088,85	382	35,29	39,87	15250,34	390	37,62	42,50	16588,50
11	HARINA SUPER 4 50 KL	saco	180	31,00	35,43	6377,14	184	32,56	37,21	6835,20	187	34,37	39,28	7362,43	191	36,46	41,67	7969,39	195	38,87	44,42	8668,68
12	SAL CRISAL 1 KG x 50 UNI	pac	1080	15,50	17,71	19131,43	1102	16,28	18,61	20505,60	1125	17,19	19,64	22087,29	1147	18,23	20,84	23908,17	1171	19,43	22,21	26006,03
13	SAL CRISAL2KG X25 UNI	pac	900	13,20	15,09	13577,14	918	13,87	15,85	14552,36	937	14,64	16,73	15674,85	956	15,53	17,74	16967,09	976	16,55	18,92	18455,89
14	MANTECA TRES CORONAS TARR X 24	caj	720	20,50	23,03	16584,27	735	21,53	24,19	17775,49	750	22,73	25,54	19146,59	765	24,11	27,09	20725,04	781	25,70	28,88	2543,58
15	HARINA YA KILO X 25	caj	360	53,75	61,43	22114,29	367	56,46	64,52	23702,71	375	59,60	68,11	25311,01	382	63,22	72,25	27635,79	390	67,39	77,02	30060,73
16	ACEITE COCINERO 1 LITRO CJ X 15	caj	360	25,50	28,49	10256,98	367	26,79	29,93	10993,72	375	28,27	31,59	11841,72	382	29,99	33,51	12817,95	390	31,97	35,72	13942,68
17	ACEITE FAVORITA 1 LITRO CJ X 15	caj	360	26,40	29,50	10618,99	367	27,73	30,98	11381,74	375	29,27	32,71	12259,66	382	31,05	34,70	13270,35	390	33,10	36,99	14434,77
18	TAZONA S/MANTECA 12X1 KG	caj	540	18,24	20,49	11066,97	551	19,16	21,53	11861,89	562	20,22	22,72	12776,84	574	21,45	24,11	13830,17	585	22,87	25,70	15043,72
19	BLOQUES S/MANTECA 15 GR. TC.	caj	720	17,73	19,92	14343,37	735	18,62	20,93	15373,63	750	19,66	22,09	16559,46	765	20,85	23,43	17924,63	781	22,23	24,98	19497,45
20	MANTEQUINA ESPECIAL 15 KLS. TS	caj	540	17,73	19,92	10757,53	551	18,62	20,93	11530,22	562	19,66	22,09	12419,60	574	20,85	23,43	13443,47	585	22,23	24,98	14623,09
21	CAFÉ CUBANITO 100 GR X 144	uni.	360	0,60	0,67	242,27	367	0,63	0,71	259,67	375	0,67	0,75	279,70	382	0,71	0,79	302,75	390	0,76	0,84	329,32
22	CAFÉ CUBANITO 200 GR X 72	uni.	360	1,20	1,34	481,52	367	1,26	1,40	516,10	375	1,33	1,48	555,91	382	1,41	1,57	601,74	390	1,50	1,68	654,54
23	CAFÉ CUBANITO 400 GR X 40	uni.	360	2,39	2,67	962,95	367	2,51	2,81	1032,12	375	2,65	2,97	1111,73	382	2,82	3,15	1203,38	390	3,00	3,35	1308,97
24	SARDINA REAL ROJA GR X 48	caj	360	48,96	55,95	20143,54	367	51,43	58,77	21590,42	375	54,29	62,04	23255,78	382	57,59	65,81	25172,99	390	61,39	70,16	27381,83

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
 MARY BRITO
 MARISOL PESANTEZ



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	2010			2011			2012			2013			2014			INGRESO ANUAL				
			DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO		INGRESO ANUAL			
ENLATADOS, CONDIMENTOS Y ESPECIES																						
25	CONDENSADA LECHERA 96X100 G X24 UNI	caj.	90	13,86	15,83	1425,09	92	14,55	16,63	1527,45	94	15,36	17,56	1645,27	96	16,30	18,62	1780,90	98	17,37	19,85	1937,17
26	CONDENSADA LECHERA 48X397 G X 24 UNI	caj	180	37,98	43,40	7812,53	184	39,89	45,59	8373,69	187	42,11	48,13	9019,59	191	44,67	51,05	9763,17	195	47,62	54,42	10619,85
27	CHAMPIÑON TAJADO 24 X 180 GR	caj	90	20,64	23,59	2122,97	92	21,68	24,78	2275,46	94	22,89	26,16	2450,98	96	24,28	27,75	2653,04	98	25,88	29,58	2885,83
28	CHAMPIÑON TAJADO 24 X 400 GR	caj	90	35,04	40,05	3604,11	92	36,81	42,06	3862,99	94	38,85	44,40	4160,96	96	41,21	47,10	4503,99	98	43,93	50,21	4899,20
29	ACEITUNA CON HUESO SON 12 X 270 GR	caj	180	18,84	21,53	3875,66	184	19,79	22,62	4154,04	187	20,89	23,87	4474,46	191	22,16	25,33	4843,33	195	23,62	27,00	5268,32
30	ACEITUNA RELLANA PIMIENTO 12X270 GR	caj	90	22,08	25,23	2271,09	92	23,19	26,51	2434,21	94	24,48	27,98	2621,97	96	25,97	29,68	2838,13	98	27,68	31,64	3087,17
31	AJI CASERO 24X170 GR BOTELLA	caj	90	25,44	31,80	2862,00	92	26,72	33,40	3067,57	94	28,21	35,26	3304,19	96	29,92	37,40	3576,59	98	31,90	39,87	3890,42
32	BANARICA 5 (20X200 GR)	caj	360	9,71	12,14	4369,50	367	10,20	12,75	4683,35	375	10,77	13,46	5044,60	382	11,42	14,28	5460,48	390	12,17	15,22	5939,62
33	FLAVOR VAINILLA 24X120 C.C	caj	90	14,40	18,00	1620,00	92	15,13	18,91	1736,36	94	15,97	19,96	1870,29	96	16,94	21,17	2024,48	98	18,06	22,57	2202,12
34	BONELLA VITAL 36X250 GR	caj	90	31,95	39,94	3594,38	92	33,56	41,95	3852,55	94	35,43	44,28	4149,72	96	37,58	46,98	4491,82	98	40,06	50,08	4885,96
35	CALDO DE GALLINA 180X8X10	dis.	150	35,68	44,60	6690,00	153	37,48	46,85	7170,53	156	39,56	49,45	7723,62	159	41,97	52,46	8360,36	163	44,74	55,92	9093,95
36	CALDO DE GALLINA 24X24X21 G.	dis.	360	3,24	4,05	1456,92	367	3,40	4,25	1561,57	375	3,59	4,49	1682,02	382	3,81	4,76	1820,68	390	4,06	5,07	1980,44
37	SOPA DE POLLO CON FIDEOS 12X12X60	dis.	180	6,35	7,94	1429,11	184	6,67	8,34	1531,76	187	7,04	8,80	1649,91	191	7,47	9,34	1785,93	195	7,96	9,95	1942,64
38	SOPA DE COSTILLA 12X12X60	dis.	180	5,11	6,38	1148,85	184	5,36	6,70	1231,37	187	5,66	7,08	1326,35	191	6,01	7,51	1435,70	195	6,40	8,00	1561,67
39	MAYONESA SOBRES 6 (14X90 G)	dis.	180	5,67	7,08	1275,12	184	5,95	7,44	1366,71	187	6,28	7,85	1472,13	191	6,67	8,33	1593,49	195	7,11	8,88	1733,32
40	MOSTAZA SOBRES 6X12X100XG.	dis.	90	3,61	4,52	406,35	92	3,79	4,74	435,54	94	4,00	5,01	469,13	96	4,25	5,31	507,81	98	4,53	5,66	552,37
41	SALSA DE TOMATE SOBRES 6X12X100	dis.	360	3,61	4,52	1625,40	367	3,79	4,74	1742,15	375	4,00	5,01	1876,53	382	4,25	5,31	2031,23	390	4,53	5,66	2209,46
42	SALSA DE TOMATE PLAST 390 G X 12 UNI	caj	240	8,76	10,95	2628,00	245	9,20	11,50	2816,76	250	9,71	12,14	3034,03	255	10,30	12,88	3284,16	260	10,98	13,73	3572,33
43	MAICENA 100 G X 24 UNI	caj	30	9,60	12,00	360,00	31	10,08	12,60	385,86	31	10,64	13,31	415,62	32	11,29	14,11	449,88	33	12,04	15,05	489,36
44	ATUN REAL ABREFACIL X 48 UNID	caj	56	43,20	49,37	2777,14	57	45,38	51,86	2976,62	59	47,90	54,74	3206,22	60	50,81	58,07	3470,54	61	54,17	61,90	3775,07
45	ATUN REAL ABREFACIL X 36 UNID	caj	56	25,92	29,62	1666,29	57	27,23	31,12	1785,97	59	28,74	32,85	1923,73	60	30,49	34,84	2082,32	61	32,50	37,14	2265,04
46	ATUN REAL ABREFACIL X 24 UNID	caj	75	44,40	50,74	3805,71	77	46,64	53,30	4079,07	78	49,23	56,26	4393,71	80	52,22	59,68	4755,93	81	55,67	63,62	5173,24

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	2010			2011			2012			2013			2014							
			DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL				
MARISCOS, CARNES, EMBUTIDOS Y LACTEOS																						
47	TOYO	kg	240	1,20	1,54	369,23	245	1,26	1,62	395,75	250	1,33	1,71	426,28	255	1,41	1,81	461,42	260	1,50	1,93	501,91
48	CAMARON ESPECIAL	kg	144	3,50	4,49	646,15	147	3,68	4,71	692,57	150	3,88	4,98	745,99	153	4,12	5,28	807,49	156	4,39	5,63	878,34
49	CAMARON MEDIANO	kg	168	2,80	3,59	603,08	171	2,94	3,77	646,39	175	3,10	3,98	696,25	178	3,29	4,22	753,65	182	3,51	4,50	819,78
50	CAMARON PEQUENO	kg	192	2,60	3,33	640,00	196	2,73	3,50	685,97	200	2,88	3,70	738,88	204	3,06	3,92	799,80	208	3,26	4,18	869,97
51	CACHENCE	kg	120	1,40	1,79	215,38	122	1,47	1,89	230,86	125	1,55	1,99	248,66	127	1,65	2,11	269,16	130	1,76	2,25	292,78
52	RAYA	kg	288	1,15	1,47	424,62	294	1,21	1,55	455,11	300	1,28	1,63	490,22	306	1,35	1,73	530,63	312	1,44	1,85	577,19
53	CAMOTILLO	kg	480	1,20	1,54	738,46	490	1,26	1,62	791,50	500	1,33	1,71	852,56	510	1,41	1,81	922,84	520	1,50	1,93	1003,82
54	CORVINA PEQUENA	kg	192	1,20	1,54	295,38	196	1,26	1,62	316,60	200	1,33	1,71	341,02	204	1,41	1,81	369,14	208	1,50	1,93	401,53
55	LEONOR	kg	192	1,10	1,41	270,77	196	1,16	1,48	290,22	200	1,22	1,56	312,60	204	1,29	1,66	338,37	208	1,38	1,77	368,07
56	CHINO	kg	168	1,20	1,54	258,46	171	1,26	1,62	277,03	175	1,33	1,71	298,39	178	1,41	1,81	322,99	182	1,50	1,93	351,34
57	SIERRA	kg	168	1,00	1,28	215,38	171	1,05	1,35	230,86	175	1,11	1,42	248,66	178	1,18	1,51	269,16	182	1,25	1,61	292,78
58	HOJA	kg	216	0,80	1,03	221,54	220	0,84	1,08	237,45	225	0,89	1,14	255,77	229	0,94	1,21	276,85	234	1,00	1,29	301,15
59	CONCHAS (25 UNIDADES)	paq	192	4,00	5,13	984,62	196	4,20	5,39	1055,34	200	4,44	5,69	1136,74	204	4,70	6,03	1230,45	208	5,02	6,43	1338,42
60	LA LECHERA ENTERA UHT 12X1 L.	caj	360	11,94	14,04	5055,92	367	12,54	14,75	5419,08	375	13,24	15,57	5837,08	382	14,04	16,52	6318,29	390	14,97	17,61	6922,70
61	CREMA DE LECHE NESTLE 30 X 200 ML	caj	90	22,41	26,36	2372,51	92	23,54	27,69	2542,92	94	24,84	29,23	2739,06	96	26,36	31,01	2964,87	98	28,09	33,05	3225,03
62	CREMA UHT NESTLE 12 X 1 L.	caj	90	32,65	38,41	3457,14	92	34,30	40,35	3705,46	94	36,20	42,59	3991,28	96	38,40	45,18	4320,32	98	40,94	48,16	4699,42
63	NESQUIK MIR CHOCOLATE FDA 36X200 GR	caj	90	37,56	44,19	3976,81	92	39,45	46,41	4262,46	94	41,65	48,99	4591,24	96	44,18	51,97	4969,75	98	47,09	55,40	5405,82
64	YOGU YOGU 12 X 1 LITRO	caj	180	27,20	32,00	5760,34	184	28,57	33,61	6174,09	187	30,16	35,48	6650,33	191	31,99	37,64	7198,58	195	34,11	40,13	7830,23
65	LA LECHERA DESLACTOSADA 12X1 LITRO	caj	180	14,32	16,85	3032,47	184	15,04	17,70	3250,29	187	15,88	18,68	3501,00	191	16,84	19,82	3789,62	195	17,96	21,12	4122,14
66	LECHE EVAPORADA LECHERA 48X410 G	caj	54	56,85	66,88	3611,65	55	59,72	70,25	3871,07	56	63,04	74,16	4169,66	57	66,87	78,67	4513,40	59	71,28	83,86	4909,44
67	LA VAQUITA HIERRO 56X200 GR	caj	32	77,18	90,80	2918,53	33	81,07	95,38	3128,17	33	85,58	100,68	3369,46	34	90,78	106,80	3647,23	35	96,77	113,85	3967,27
68	LA VAQUITA HIERRO 30X400 GR	caj	36	83,60	98,35	3540,62	37	87,81	103,31	3794,94	37	92,69	109,05	4087,66	38	98,33	115,68	4424,64	39	104,82	123,32	4812,89
69	SALCHICHA WIENESA GRUESA	kg	1080	2,48	2,92	3151,06	1102	2,60	3,06	3377,39	1125	2,75	3,24	3637,91	1147	2,92	3,43	3937,82	1171	3,11	3,66	4283,35
70	MORTADELA ESPECIAL TACO 1 LB.	uni.	960	1,08	1,27	1219,76	980	1,13	1,33	1307,38	1000	1,20	1,41	1408,22	1020	1,27	1,49	1524,32	1041	1,35	1,59	1658,07
71	CHULETA DE CERDO	kg	720	5,23	6,15	4430,12	735	5,49	6,46	4748,32	750	5,80	6,82	5114,58	765	6,15	7,24	5536,23	781	6,56	7,71	6022,02
72	JAMON T/PIERNA 300G	uni.	180	1,66	1,95	351,53	184	1,74	2,05	376,78	187	1,84	2,17	405,84	191	1,95	2,30	439,30	195	2,08	2,45	477,85
73	PULPA DE RES	kg	1080	4,25	5,00	5400,00	1102	4,46	5,25	5787,87	1125	4,71	5,54	6234,32	1147	5,00	5,88	6748,27	1171	5,33	6,27	7340,41
74	ESTOFADO DE CARNE/RES 480 G	uni.	360	1,66	1,95	703,06	367	1,74	2,05	753,56	375	1,84	2,17	811,68	382	1,95	2,30	878,60	390	2,08	2,45	955,69
75	FREJOL C/TOCIUNO 24/480 G	uni.	360	1,31	1,54	554,82	367	1,38	1,62	594,68	375	1,45	1,71	640,55	382	1,54	1,81	693,35	390	1,64	1,93	754,19
76	FREJOL C/CARNE MOLIDO 24/480 G	uni.	360	1,50	1,76	635,29	367	1,58	1,85	680,93	375	1,66	1,96	733,45	382	1,76	2,08	793,91	390	1,88	2,21	863,58
77	CARNE DE RS AL JUGO 480 G	uni.	360	2,14	2,52	906,35	367	2,25	2,64	971,45	375	2,37	2,79	1046,39	382	2,52	2,96	1132,65	390	2,68	3,16	1232,04
78	LENTEJA C/CHORIZO 24/480 G	uni.	360	1,34	1,58	567,53	367	1,41	1,66	608,29	375	1,49	1,75	655,21	382	1,58	1,85	709,23	390	1,68	1,98	771,46
79	YOGURT BEBIBLE 200 GR X 12	caj	104	5,54	6,52	677,84	106	5,82	6,85	726,52	108	6,14	7,23	782,56	110	6,52	7,67	847,08	113	6,95	8,17	921,41
80	YOGURT BEBIBLE 120 GR X 12	caj	114	3,83	4,51	515,53	117	4,02	4,73	552,56	119	4,25	5,00	595,18	122	4,51	5,30	644,24	124	4,80	5,65	700,77
81	YOGURT TONY MIX 200 GR X 24	caj	52	12,10	14,23	739,99	53	12,71	14,95	793,14	54	13,41	15,78	854,32	55	14,23	16,74	924,75	56	15,17	17,84	1005,90
82	YOGURT VIVALY 200 GR X 12	caj	52	5,85	6,88	357,66	53	6,14	7,22	383,35	54	6,48	7,63	412,92	55	6,88	8,09	446,96	56	7,33	8,62	486,18
83	YOGURT VIVALY 150 GR X 12	caj	52	5,04	5,93	308,33	53	5,29	6,23	330,48	54	5,59	6,57	355,97	55	5,93	6,97	385,31	56	6,32	7,43	419,12
84	YOGURT 1 LITRO X 6	caj	104	12,10	14,23	1479,98	106	12,71	14,95	1586,29	108	13,41	15,78	1708,64	110	14,23	16,74	1849,50	113	15,17	17,84	2011,79
85	YOGURT MET 180 GR X 24	caj	45	12,10	14,23	640,38	46	12,71	14,95	686,37	47	13,41	15,78	739,32	48	14,23	16,74	800,27	49	15,17	17,84	870,49
86	LECHE 200 ml X 24	caj	52	9,77	11,49	597,57	53	10,26	12,07	640,49	54	10,83	12,74	689,90	55	11,49	13,52	746,77	56	12,25	14,41	812,30
87	LECHE 1 LT X 12	caj	52	14,74	17,49	901,94	53	15,49	18,22	966,72	54	16,35	19,23	1041,29	55	17,34	20,40	1127,13	56	18,49	21,75	1226,03
88	MANJAR 50 GR X 12	caj	52	2,52	2,96	154,16	53	2,65	3,11	165,24	54	2,79	3,29	177,98	55	2,96	3,49	192,66	56	3,16	3,72	209,56
89	MANJAR 250 GR X 12	caj	52	9,90	11,65	605,65	53	10,40	12,23	649,15	54	10,98	12,91	699,22	55	11,64	13,70	756,87	56	12,41	14,60	823,28
90	QUESO CREMA 250 GR	uni.	720	1,09	1,28	924,99	735	1,15	1,35	991,43	750	1,21	1,42	1067,90	765	1,28	1,51	1155,94	781	1,37	1,61	1257,37

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
 MARY BRITO
 MARISOL PESANTEZ



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	2010			2011			2012			2013			2014							
			DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL				
FRUTAS, VERDURAS, HORTALIZAS Y LEGUMBRES:																						
91	ZANAHORIA	Sac	52	10,00	12,20	634,15	53	10,50	12,81	679,70	54	11,09	13,52	732,12	55	11,76	14,34	792,48	56	12,54	15,29	862,02
92	HABA	Sac	26	10,00	12,20	317,07	27	10,50	12,81	339,85	27	11,09	13,52	366,06	28	11,76	14,34	396,24	28	12,54	15,29	431,01
93	FREJOL	sac	104	8,00	9,76	1014,63	106	8,40	10,25	1087,51	108	8,87	10,82	1171,40	110	9,41	11,48	1267,97	113	10,03	12,23	1379,23
94	ARVEJA	sac	26	26,00	31,71	824,39	27	27,31	33,31	883,60	27	28,83	35,16	951,76	28	30,58	37,29	1030,22	28	32,60	39,76	1120,62
95	PLATANOS VERDE	caj	52	13,00	15,85	824,39	53	13,66	16,65	883,60	54	14,41	17,58	951,76	55	15,29	18,65	1030,22	56	16,30	19,88	1120,62
96	PLATANO MADURO	caj	52	13,00	15,85	824,39	53	13,66	16,65	883,60	54	14,41	17,58	951,76	55	15,29	18,65	1030,22	56	16,30	19,88	1120,62
97	PAPA	qq	104	18,00	21,95	2282,93	106	18,91	23,06	2446,91	108	19,96	24,34	2635,65	110	21,17	25,82	2852,93	113	22,57	27,52	3103,26
98	YUCA	qq	104	9,00	10,98	1141,46	106	9,45	11,53	1223,45	108	9,98	12,17	1317,82	110	10,59	12,91	1426,46	113	11,28	13,76	1551,63
99	CEBOLLA	qq	52	15,00	18,29	951,22	53	15,76	19,21	1019,54	54	16,63	20,28	1098,19	55	17,64	21,52	1188,72	56	18,81	22,94	1293,03
100	AJO	bulto	26	43,00	52,44	1363,41	27	45,17	55,08	1461,35	27	47,68	58,14	1574,07	28	50,58	61,68	1703,83	28	53,92	65,75	1853,34
101	COL	Sac	52	5,00	6,10	317,07	53	5,25	6,40	339,85	54	5,54	6,76	366,06	55	5,88	7,17	396,24	56	6,27	7,65	431,01
102	NABO	sac	52	4,00	4,88	253,66	53	4,20	5,12	271,88	54	4,44	5,41	292,85	55	4,70	5,74	316,99	56	5,02	6,12	344,81
103	LECHUGA	sac	52	4,00	4,88	253,66	53	4,20	5,12	271,88	54	4,44	5,41	292,85	55	4,70	5,74	316,99	56	5,02	6,12	344,81
104	PEREJIL	bultos	156	3,00	3,66	570,73	159	3,15	3,84	611,73	162	3,33	4,06	658,91	166	3,53	4,30	713,23	169	3,76	4,59	775,82
105	APIO	bultos	104	4,00	4,88	507,32	106	4,20	5,12	543,76	108	4,44	5,41	585,70	110	4,70	5,74	633,98	113	5,02	6,12	689,61
107	CULANTRO	saco	208	3,50	4,27	887,80	212	3,68	4,48	951,57	217	3,88	4,73	1024,97	221	4,12	5,02	1109,47	225	4,39	5,35	1206,82
108	TOMATE RIÑON	caj	104	8,00	9,76	1014,63	106	8,40	10,25	1087,51	108	8,87	10,82	1171,40	110	9,41	11,48	1267,97	113	10,03	12,23	1379,23
109	TOMATE DE ARBOL caj x 100	caj	52	12,00	14,63	760,98	53	12,60	15,37	815,64	54	13,31	16,23	878,55	55	14,11	17,21	950,98	56	15,05	18,35	1034,42
110	PAPAYA X 12 UNI	caj	52	1,25	1,52	79,27	53	1,31	1,60	84,96	54	1,39	1,69	91,52	55	1,47	1,79	99,06	56	1,57	1,91	107,75
111	PIÑA	doc	52	13,00	15,85	824,39	53	13,66	16,65	883,60	54	14,41	17,58	951,76	55	15,29	18,65	1030,22	56	16,30	19,88	1120,62
112	MELON X 12 UNI	caj	52	0,55	0,67	34,88	53	0,58	0,70	37,38	54	0,61	0,74	40,27	55	0,65	0,79	43,59	56	0,69	0,84	47,41
113	MANZANA	caj	26	22,00	26,83	697,56	27	23,11	28,18	747,67	27	24,39	29,75	805,34	28	25,88	31,56	871,73	28	27,58	33,64	948,22
114	UVAS	caj	52	8,00	9,76	507,32	53	8,40	10,25	543,76	54	8,87	10,82	585,70	55	9,41	11,48	633,98	56	10,03	12,23	689,61
115	FRUTILLAS	caj	52	7,50	9,15	475,61	53	7,88	9,61	509,77	54	8,32	10,14	549,09	55	8,82	10,76	594,36	56	9,40	11,47	646,51
116	COCOS X 10	caj	26	0,90	1,10	28,54	27	0,95	1,15	30,59	27	1,00	1,22	32,95	28	1,06	1,29	35,66	28	1,13	1,38	38,79
117	MANGOS	caj	104	15,00	18,29	1902,44	106	15,76	19,21	2039,09	108	16,63	20,28	2196,37	110	17,64	21,52	2377,44	113	18,81	22,94	2586,05
118	NARANJA x 100	caj	52	5,50	6,71	348,78	53	5,78	7,05	373,83	54	6,10	7,44	402,67	55	6,47	7,89	435,86	56	6,90	8,41	474,11
119	MANDARINA	caj	52	6,00	7,32	380,49	53	6,30	7,69	407,82	54	6,65	8,11	439,27	55	7,06	8,61	475,49	56	7,52	9,17	517,21
120	LIMON	sac	52	23,00	28,05	1458,54	53	24,16	29,46	1563,30	54	25,50	31,10	1683,88	55	27,05	32,99	1822,70	56	28,84	35,17	1982,64
121	SANDIA CAJ X 6 UN	caj	52	2,50	3,05	158,54	53	2,63	3,20	169,92	54	2,77	3,38	183,03	55	2,94	3,59	198,12	56	3,13	3,82	215,50
122	PERA	caj	52	15,00	18,29	951,22	53	15,76	19,21	1019,54	54	16,63	20,28	1098,19	55	17,64	21,52	1188,72	56	18,81	22,94	1293,03
123	MORA	caj	52	14,00	17,07	887,80	53	14,71	17,93	951,57	54	15,52	18,93	1024,97	55	16,47	20,08	1109,47	56	17,55	21,41	1206,82

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
 MARY BRITO
 MARISOL PESANTEZ



UNIVERSIDAD DE
FACULTAD DE
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	2010			2011			2012			2013			2014							
			DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL				
PANADERIA, PASTELERIA Y HELADERIA																						
124	SUPAN MIXTO	fun	6000	0,72	0,90	5400,00	6122	0,76	0,95	5787,87	6247	0,80	1,00	6234,32	6375	0,85	1,06	6748,27	6505	0,90	1,13	7340,41
125	SUPAN SAL	fun	6000	0,72	0,90	5400,00	6122	0,76	0,95	5787,87	6247	0,80	1,00	6234,32	6375	0,85	1,06	6748,27	6505	0,90	1,13	7340,41
126	SUPAN DULCE	fun	6000	0,72	0,90	5400,00	6122	0,76	0,95	5787,87	6247	0,80	1,00	6234,32	6375	0,85	1,06	6748,27	6505	0,90	1,13	7340,41
127	SUPAN RODAJAS	fun	5400	1,04	1,30	7020,00	5510	1,09	1,37	7524,23	5623	1,15	1,44	8104,61	5737	1,22	1,53	8772,76	5854	1,30	1,63	9542,53
128	CASERO 28X90 ML	caj.	52	10,36	12,95	673,40	53	10,88	13,60	721,77	54	11,49	14,36	777,44	55	12,19	15,23	841,53	56	12,99	16,24	915,38
129	MAGNUN NUEZ 16X 115ML	caj.	52	17,60	22,00	1144,00	53	18,49	23,11	1226,17	54	19,51	24,39	1320,75	55	20,70	25,88	1429,63	56	22,07	27,58	1555,08
130	POLITO PALETA 75X55ML	caj.	104	14,06	17,58	1827,80	106	14,77	18,46	1959,09	108	15,59	19,49	2110,20	110	16,54	20,67	2284,17	113	17,63	22,04	2484,59
131	YOG FRUTILLA MINI 100X30ML	caj.	156	10,71	13,39	2088,45	159	11,25	14,06	2238,46	162	11,88	14,84	2411,12	166	12,60	15,75	2609,90	169	13,43	16,79	2838,90
132	POPSICLE MOO 28X75ML	caj.	52	7,18	8,98	466,70	53	7,54	9,43	500,22	54	7,96	9,95	538,81	55	8,45	10,56	583,23	56	9,00	11,25	634,40
133	CORNETTO EXPL CHOC 22X120M	caj.	26	16,11	20,14	523,58	27	16,92	21,15	561,18	27	17,86	22,33	604,47	28	18,95	23,69	654,30	28	20,20	25,25	711,71
134	SANDUCHE 55X150ML	caj.	52	24,16	30,20	1570,40	53	25,38	31,72	1683,20	54	26,79	33,49	1813,03	55	28,42	35,52	1962,50	56	30,29	37,87	2134,70
135	CR REAL GIGANTE 60X85ML	caj.	26	18,00	22,50	585,00	27	18,91	23,63	627,02	27	19,96	24,95	675,38	28	21,17	26,46	731,06	28	22,57	28,21	795,21
136	POPCICLE SUMERGIO 44X60ML	caj.	104	8,05	10,06	1046,50	106	8,46	10,57	1121,67	108	8,93	11,16	1208,19	110	9,47	11,84	1307,79	113	10,09	12,62	1422,54
137	HELADO 1 LT	uni.	260	2,07	2,59	672,75	265	2,17	2,72	721,07	271	2,30	2,87	776,69	276	2,43	3,04	840,72	282	2,60	3,24	914,49
138	CARTE DOR TOP 1 LT	uni.	208	2,66	3,33	691,60	212	2,79	3,49	741,28	217	2,95	3,69	798,45	221	3,13	3,91	864,28	225	3,34	4,17	940,12
139	HELADO 500ML	uni.	312	1,13	1,41	440,70	318	1,19	1,48	472,35	325	1,25	1,57	508,79	331	1,33	1,66	550,73	338	1,42	1,77	599,06
GASEOSAS, REFRESCOS Y ENERGIZANTES																						
140	COCA COLA 3 LTRS X6	paq	600	8,50	10,00	6.000,00	612	8,93	10,50	6430,97	625	9,42	11,09	6927,02	637	10,00	11,76	7498,08	650	10,66	12,54	8156,01
141	COCA COLA /FIORA/SPRITE/FANTA 2 LTRS	paq	600	5,20	6,12	3.670,59	612	5,46	6,43	3934,24	625	5,77	6,78	4237,70	637	6,12	7,20	4587,06	650	6,52	7,67	4989,56
142	COCA COLA/FIORA/SPRITE/FANTA 1,35 LTRS	paq	360	4,30	5,06	1.821,18	367	4,52	5,31	1951,99	375	4,77	5,61	2102,55	382	5,06	5,95	2275,89	390	5,39	6,34	2475,59
143	/SPRITE/ FANTA 3 LTRS	paq	600	7,95	9,35	5.611,76	612	8,35	9,82	6014,85	625	8,81	10,37	6478,80	637	9,35	11,00	7012,91	650	9,97	11,73	7628,27
144	COLA MEDIANA 3000	jav	150	6,10	7,18	1.076,47	153	6,41	7,54	1153,79	156	6,76	7,96	1242,79	159	7,17	8,44	1345,24	163	7,65	9,00	1463,28
145	COLA PERSONAL 2000	jav	450	4,10	4,82	2.170,59	459	4,31	5,07	2326,50	469	4,55	5,35	2505,95	478	4,82	5,67	2712,54	488	5,14	6,05	2950,56
146	AGUA DASANI	paq	600	2,85	3,35	2.011,76	612	2,99	3,52	2156,27	625	3,16	3,72	2322,59	637	3,35	3,94	2514,06	650	3,57	4,20	2734,66
147	JUGO DEL VALLE DE 2000	paq	180	5,00	5,88	1.058,82	184	5,25	6,18	1134,88	187	5,54	6,52	1222,41	191	5,88	6,92	1323,19	195	6,27	7,38	1439,30
148	JUGO DEL VALLE DE 2,75	paq	180	6,25	7,35	1.323,53	184	6,57	7,72	1418,60	187	6,93	8,15	1528,02	191	7,35	8,65	1653,99	195	7,84	9,22	1799,12
149	JUGO DEL VALLE 500	paq	180	3,50	4,12	741,18	184	3,68	4,33	794,41	187	3,88	4,57	855,69	191	4,12	4,84	926,23	195	4,39	5,16	1007,51
150	COLA MINI PET X 24	paq	150	6,20	7,29	1.094,12	153	6,51	7,66	1172,71	156	6,87	8,09	1263,16	159	7,29	8,58	1367,30	163	7,77	9,15	1487,27
151	NATURA 12X 1 LITRO	caj	180	15,54	18,28	3.290,32	184	16,32	19,20	3526,65	187	17,23	20,27	3798,68	191	18,28	21,50	4111,84	195	19,48	22,92	4472,64
152	TAMPICO 250 GR X 24	caj	52	4,50	5,29	275,29	53	4,73	5,56	295,07	54	4,99	5,87	317,83	55	5,29	6,23	344,03	56	5,64	6,64	374,22
153	TAMPICO 500 cc X 12	caj	150	7,65	9,00	1.350,00	153	8,04	9,45	1446,97	156	8,48	9,98	1558,58	159	9,00	10,59	1687,07	163	9,59	11,28	1835,10
154	TAMPICO 350 PET X 12	caj	300	3,60	4,24	1.270,59	306	3,78	4,45	1361,85	312	3,99	4,70	1466,90	319	4,23	4,98	1587,83	325	4,51	5,31	1727,16
155	PROFIT 350 GR X 24	caj	90	8,79	10,34	930,32	92	9,23	10,86	997,15	94	9,74	11,46	1074,06	96	10,33	12,16	1162,61	98	11,02	12,96	1264,62
156	GELATONI 200 GR X 24	caj	52	8,10	9,53	495,53	53	8,51	10,01	531,12	54	8,98	10,57	572,09	55	9,53	11,21	619,25	56	10,16	11,95	673,59
157	TE ADELGAZATE 500 GR X 12	caj	150	6,15	7,24	1.085,29	153	6,46	7,60	1163,25	156	6,82	8,02	1252,98	159	7,23	8,51	1356,27	163	7,71	9,07	1475,28
158	TE ENERGAZATE 500 GR X12	caj	150	5,27	6,20	930,28	153	5,54	6,51	997,10	156	5,85	6,88	1074,01	159	6,20	7,29	1162,56	163	6,61	7,78	1264,57
159	AVENA 250 ml X 12	caj	90	4,50	5,29	476,47	92	4,73	5,56	510,69	94	4,99	5,87	550,09	96	5,29	6,23	595,44	98	5,64	6,64	647,68

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES
 ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
 MARY BRITO
 MARISOL PESANTEZ



UNIVERSIDAD D
FACULTAD DE
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	2010				2011				2012				2013				2014			
			DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
LICORES Y CIGARRILLOS																						
160	BELMONT BOX 20	paq	144	14,85	16,88	2430,00	147	15,60	17,73	2604,54	150	16,47	18,71	2805,44	153	17,47	19,85	3036,72	156	18,62	21,16	3303,18
161	BELMONT BOX 10	paq	180	7,43	8,44	1519,77	184	7,80	8,87	1628,94	187	8,24	9,36	1754,58	191	8,74	9,93	1899,23	195	9,32	10,59	2065,88
162	LIDER SUAVE BOX 20	paq	180	13,57	15,42	2775,68	184	14,25	16,20	2975,05	187	15,05	17,10	3204,53	191	15,96	18,14	3468,72	195	17,01	19,33	3773,08
163	LIDER SUAVE BOX 10	paq	180	6,79	7,72	1388,86	184	7,13	8,10	1488,62	187	7,53	8,56	1603,45	191	7,99	9,08	1735,64	195	8,51	9,67	1887,93
164	MARLBORO BOX 20	paq	108	18,66	21,20	2290,09	110	19,60	22,27	2454,58	112	20,69	23,51	2643,92	115	21,95	24,94	2861,88	117	23,40	26,59	3113,00
165	MARLBORO ROJO BOX 10	paq	36	9,33	10,60	381,68	37	9,80	11,14	409,10	37	10,35	11,76	440,65	38	10,97	12,47	476,98	39	11,70	13,29	518,83
166	MARLBORO LIGT BOX 20	paq	36	18,66	21,20	763,36	37	19,60	22,27	818,19	37	20,69	23,51	881,31	38	21,95	24,94	953,96	39	23,40	26,59	1037,67
167	MARLBORO LIGT BOX 10	paq	54	9,33	10,60	572,52	55	9,80	11,14	613,65	56	10,35	11,76	660,98	57	10,97	12,47	715,47	59	11,70	13,29	778,25
168	LARK BOX 20	paq	216	16,97	19,28	4165,36	220	17,83	20,26	4464,55	225	18,82	21,38	4808,92	229	19,96	22,68	5205,37	234	21,28	24,18	5662,13
169	LARK BOX 10	paq	90	8,48	9,64	867,27	92	8,91	10,12	929,57	94	9,40	10,68	1001,27	96	9,97	11,33	1083,81	98	10,63	12,08	1178,91
170	FULL SPEED SPECIAL BOX 20	paq	108	8,91	10,13	1093,50	110	9,36	10,64	1172,04	112	9,88	11,23	1262,45	115	10,48	11,91	1366,53	117	11,17	12,70	1486,43
171	FOSFOROS GALLO	paq	60	8,14	9,25	555,00	61	8,55	9,72	594,86	62	9,03	10,26	640,75	64	9,57	10,88	693,57	65	10,21	11,60	754,43
CONFITERIA Y FRITURAS																						
172	TRIDENT X 18 UNID. GRANDE	caj	800	2,15	2,39	1911,11	816	2,26	2,51	2048,38	833	2,38	2,65	2206,38	850	2,53	2,81	2388,28	867	2,70	3,00	2597,84
173	CHICLETS SPIN BALL	caj	300	1,95	2,17	650,00	306	2,05	2,28	696,69	312	2,16	2,40	750,43	319	2,29	2,55	812,29	325	2,45	2,72	883,57
174	CLORES MASTICABLE X 20 UNID	caj	270	2,85	3,17	855,00	276	2,99	3,33	916,41	281	3,16	3,51	987,10	287	3,35	3,72	1068,48	293	3,57	3,97	1162,23
175	SPARKIES PEQ X 50 UNIDADES	caj	144	1,85	2,06	296,00	147	1,94	2,16	317,26	150	2,05	2,28	341,73	153	2,18	2,42	369,91	156	2,32	2,58	402,36
176	K CHITOS	pac	150	5,80	6,44	966,67	153	6,09	6,77	1036,10	156	6,43	7,15	1116,02	159	6,82	7,58	1208,02	163	7,27	8,08	1314,02
177	PLATANITOS	pac	104	5,80	6,44	670,22	106	6,09	6,77	718,36	108	6,43	7,15	773,77	110	6,82	7,58	837,56	113	7,27	8,08	911,06
178	PALOMITAS	pac	180	2,28	2,53	456,00	184	2,39	2,66	488,75	187	2,53	2,81	526,45	191	2,68	2,98	569,85	195	2,86	3,18	619,86
179	PAPAS FRIT LIGHT	pac	52	5,80	6,44	335,11	53	6,09	6,77	359,18	54	6,43	7,15	386,89	55	6,82	7,58	418,78	56	7,27	8,08	455,53
CEREALES, GALLETAS Y SOLUBLES																						
180	RITZ MINI 50 G	caj	26	26,37	31,02	806,61	27	27,70	32,59	864,55	27	29,24	34,40	931,24	28	31,02	36,49	1008,01	28	33,06	38,90	1096,46
181	OREO 43 G	uni.	17	37,75	44,41	755,00	17	39,65	46,65	809,23	18	41,86	49,24	871,65	18	44,40	52,24	943,51	18	47,33	55,69	1026,30
182	OREO 65 G	caj	17	36,87	43,38	737,40	17	38,73	45,56	790,37	18	40,88	48,10	851,33	18	43,37	51,02	921,51	18	46,23	54,39	1002,37
183	KONITOS 84 G X 24 UNI	caj	17	36,67	43,14	733,44	17	38,52	45,32	786,12	18	40,66	47,84	846,76	18	43,13	50,75	916,57	18	45,98	54,10	996,99
184	ZOOLOGIA VAINILLA 24X400	caj	17	24,00	28,24	480,00	17	25,21	29,66	514,48	18	26,61	31,31	554,16	18	28,23	33,21	599,85	18	30,09	35,40	652,48
185	CHOCO CHIPS MINI x 24 UNID	caj	26	9,36	11,01	286,31	27	9,83	11,57	306,87	27	10,38	12,21	330,54	28	11,01	12,95	357,79	28	11,74	13,81	389,19
186	WAFER AMOR © SURTIDO 100X100 GR	caj	52	1,92	2,26	117,46	53	2,02	2,37	125,90	54	2,13	2,50	135,61	55	2,26	2,66	146,79	56	2,41	2,83	159,67
187	WAFER AMOR © SURTIDO 60X175 GR	caj	260	1,86	2,19	568,94	265	1,95	2,30	609,81	271	2,06	2,43	656,84	276	2,19	2,57	710,99	282	2,33	2,74	773,38
188	RICACAO 3D 27X440GR	caj	52	7,68	9,04	469,84	53	8,07	9,49	503,58	54	8,52	10,02	542,43	55	9,03	10,63	587,14	56	9,63	11,33	638,66
189	GELATINA 225 G	caj	26	1,74	2,05	53,22	27	1,83	2,15	57,05	27	1,93	2,27	61,45	28	2,05	2,41	66,51	28	2,18	2,57	72,35
190	GELATINA 40 G x 24 UNI	caj	26	0,21	0,25	6,42	27	0,22	0,26	6,88	27	0,23	0,27	7,42	28	0,25	0,29	8,03	28	0,26	0,31	8,73
191	FLAN 80G	caj	26	6,96	8,19	212,89	27	7,31	8,60	228,19	27	7,72	9,08	245,79	28	8,19	9,63	266,05	28	8,73	10,27	289,39
192	TANG 540 G	caj	52	8,64	10,16	528,56	53	9,08	10,68	566,53	54	9,58	11,27	610,23	55	10,16	11,96	660,54	56	10,83	12,74	718,50

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
 MARY BRITO
 MARISOL PESANTEZ



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

PRODUCTOS DE ASEO

CODIGO	DESCRIPCION	2010					2011				2012				2013				2014			
		UNIDAD DE MEDIDA	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
DETERGENTES, PRODUCTOS DE LIMPIEZA E HIGIENE PERSONAL																						
193	JABON LAVA TODO NATURAL CJ	caj	104	20,80	23,77	2163,20	106	21,85	24,97	2649,80	108	23,06	26,36	2854,19	110	24,47	27,96	3089,50	113	26,08	29,81	3360,59
194	JABON TOP COMBI X 30 UNID	caj	52	0,34	0,39	17,71	53	0,36	0,41	21,70	54	0,38	0,43	23,37	55	0,40	0,46	25,30	56	0,43	0,49	27,51
195	LAVA VAJILLA 500 GR X 18 UNID	caj	100	17,74	20,28	1774,48	102	18,64	21,30	2173,64	104	19,68	22,49	2341,31	106	20,87	23,85	2534,32	108	22,25	25,43	2756,70
196	LAVA VAJILLA 250 GR X 36 UNID	caj	30	20,85	23,82	625,36	31	21,90	25,02	766,03	31	23,11	26,42	825,12	32	24,52	28,02	893,15	33	26,14	29,87	971,52
197	ESPONJILLA MIDAS X 240 UNID	caj	17	141,12	161,28	2399,04	17	148,23	169,41	2938,70	18	156,47	178,83	3165,37	18	165,99	189,70	3426,32	18	176,94	202,22	3726,97
198	PH FLIA 3EN1- 12X4	pac	90	25,69	29,36	2312,28	92	26,99	30,84	2832,42	94	28,49	32,56	3050,90	96	30,22	34,54	3302,41	98	32,21	36,82	3592,19
199	PH FAMILIA MAS METROS 12X4	pac	150	9,20	10,52	1380,60	153	9,67	11,05	1691,16	156	10,21	11,66	1821,61	159	10,83	12,37	1971,78	163	11,54	13,19	2144,80
200	SER. FLIA PEQUEÑA 20X300 x 60 UN	caj	12	74,82	85,51	897,84	12	78,59	89,82	1099,81	12	82,96	94,81	1184,64	13	88,00	100,58	1282,30	13	93,81	107,21	1394,82
201	SER. FLIA ECONOMICA 60X100 X 60 UNI	caj	12	23,22	26,54	278,64	12	24,39	27,87	341,32	12	25,75	29,42	367,65	13	27,31	31,21	397,96	13	29,11	33,27	432,87
202	TC. FAMILIA ULTRA 12X50X12 UNID	caj	90	48,70	55,66	4383,00	92	51,15	58,46	5368,94	94	54,00	61,71	5783,07	96	57,28	65,46	6259,83	98	61,06	69,79	6809,10
203	TF. PLUS RAP BS AJ SEG 24 X10	caj	45	35,28	40,32	1587,60	46	37,06	42,35	1944,73	47	39,12	44,71	2094,73	48	41,50	47,43	2267,42	49	44,24	50,56	2466,38
204	TF. BASICA ALAS 24 X10	caj	45	23,52	26,88	1058,40	46	24,71	28,23	1296,48	47	26,08	29,80	1396,49	48	27,66	31,62	1511,61	49	29,49	33,70	1644,25
205	TF. NOSOT MATERNIDAD TELA 24X10	caj	45	54,24	61,99	2440,80	46	56,97	65,11	2989,85	47	60,14	68,73	3220,47	48	63,80	72,91	3485,97	49	68,01	77,72	3791,85
206	TF. NAT BUENAS NOCHES 18 X10	caj	60	34,90	39,89	2094,00	61	36,66	41,90	2565,04	62	38,70	44,23	2762,89	64	41,05	46,91	2990,66	65	43,76	50,01	3253,08

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

PRODUCTOS DE FERRETERIA

0

CODIGO	DESCRIPCION	2010			2011			2012			2013			2014								
		UNIDAD DE MEDIDA	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL				
BROCHAS																						
207	BROCHA WILSON 3/4"	uni	720	0,44	0,51	364,14	735	0,46	0,53	390,29	750	0,49	0,56	420,40	765	0,52	0,59	455,06	781	0,55	0,63	494,99
208	BROCHA WILSON 1"	uni	720	0,63	0,72	521,38	735	0,66	0,76	558,83	750	0,70	0,80	601,93	765	0,74	0,85	651,56	781	0,79	0,91	708,73
209	BROCHA WILSON 1-1/2"	uni	720	0,85	0,98	703,45	735	0,89	1,03	753,98	750	0,94	1,08	812,13	765	1,00	1,15	879,09	781	1,07	1,23	956,22
210	BROCHA WILSON 2"	uni	720	1,14	1,31	943,45	735	1,20	1,38	1011,21	750	1,26	1,45	1089,21	765	1,34	1,54	1179,01	781	1,43	1,64	1282,46
211	BROCHA WILSON 2-1/2"	uni	720	1,33	1,53	1100,69	735	1,40	1,61	1179,75	750	1,47	1,70	1270,75	765	1,56	1,80	1375,51	781	1,67	1,92	1496,21
212	BROCHA WILSON 3"	uni	720	1,75	2,01	1448,28	735	1,84	2,11	1552,30	750	1,94	2,23	1672,04	765	2,06	2,37	1809,88	781	2,19	2,52	1968,69
213	BROCHA WILSON 4"	uni	720	2,48	2,85	2052,41	735	2,60	2,99	2199,83	750	2,75	3,16	2369,52	765	2,92	3,35	2564,86	781	3,11	3,57	2789,92
214	SUPER BROCHA 1/2"	uni	720	0,36	0,41	297,93	735	0,38	0,43	319,33	750	0,40	0,46	343,96	765	0,42	0,49	372,32	781	0,45	0,52	404,99
215	SUPER BROCHA 1"	uni	720	0,62	0,71	513,10	735	0,65	0,75	549,96	750	0,69	0,79	592,38	765	0,73	0,84	641,22	781	0,78	0,89	697,48
216	SUPER BROCHA 1-1/2"	uni	720	0,71	0,82	587,59	735	0,75	0,86	629,79	750	0,79	0,90	678,37	765	0,84	0,96	734,29	781	0,89	1,02	798,73
217	SUPER BROCHA 2"	uni	720	0,91	1,05	753,10	735	0,96	1,10	807,20	750	1,01	1,16	869,46	765	1,07	1,23	941,14	781	1,14	1,31	1023,72
218	SUPER BROCHA 2-1/2"	uni	720	1,05	1,21	868,97	735	1,10	1,27	931,38	750	1,16	1,34	1003,22	765	1,24	1,42	1085,93	781	1,32	1,51	1181,22
219	SUPER BROCHA 3"	uni	720	1,43	1,64	1183,45	735	1,50	1,73	1268,45	750	1,59	1,82	1366,29	765	1,68	1,93	1478,93	781	1,79	2,06	1608,70
220	SUPER BROCHA 4"	uni	720	1,90	2,18	1572,41	735	2,00	2,29	1685,36	750	2,11	2,42	1815,36	765	2,23	2,57	1965,01	781	2,38	2,74	2137,44
221	SUPER BROCHA 5"	uni	720	2,57	2,95	2126,90	735	2,70	3,10	2279,67	750	2,85	3,28	2455,51	765	3,02	3,47	2657,94	781	3,22	3,70	2891,17
222	BROCHA PERFECT 5"	uni	720	2,33	2,68	1928,28	735	2,45	2,81	2066,78	750	2,58	2,97	2226,20	765	2,74	3,15	2409,73	781	2,92	3,36	2621,17
223	BROCHA SOYODA 1-1/2"	uni	720	0,32	0,37	264,83	735	0,34	0,39	283,85	750	0,35	0,41	305,74	765	0,38	0,43	330,95	781	0,40	0,46	359,99
224	BROCHA SOYODA 1"	uni	720	0,31	0,36	256,55	735	0,33	0,37	274,98	750	0,34	0,40	296,19	765	0,36	0,42	320,61	781	0,39	0,45	348,74
225	BROCHA SOYODA 1/2"	uni	720	0,15	0,17	124,14	735	0,16	0,18	133,05	750	0,17	0,19	143,32	765	0,18	0,20	155,13	781	0,19	0,22	168,75
226	BROCHA SOYODA 2-1/2"	uni	720	0,62	0,71	513,10	735	0,65	0,75	549,96	750	0,69	0,79	592,38	765	0,73	0,84	641,22	781	0,78	0,89	697,48
227	BROCHA SOYODA 2"	uni	720	0,56	0,64	463,45	735	0,59	0,68	496,74	750	0,62	0,71	535,05	765	0,66	0,76	579,16	781	0,70	0,81	629,98
228	BROCHA SOYODA 3"	uni	720	0,83	0,95	686,90	735	0,87	1,00	736,24	750	0,92	1,06	793,02	765	0,98	1,12	858,40	781	1,04	1,20	933,72
229	BROCHA SOYODA 3/4"	uni	720	0,20	0,23	165,52	735	0,21	0,24	177,41	750	0,22	0,25	191,09	765	0,24	0,27	206,84	781	0,25	0,29	224,99
230	BROCHA SOYODA 4"	uni	720	1,19	1,37	984,83	735	1,25	1,44	1055,57	750	1,32	1,52	1136,99	765	1,40	1,61	1230,72	781	1,49	1,72	1338,71
231	BROCHA SOYODA 5"	uni	720	2,00	2,30	1655,17	735	2,10	2,41	1774,06	750	2,22	2,55	1910,90	765	2,35	2,70	2068,44	781	2,51	2,88	2249,93
232	BROCHA SOYODA 6"	uni	720	2,52	2,90	2085,52	735	2,65	3,04	2235,32	750	2,79	3,21	2407,74	765	2,96	3,41	2606,23	781	3,16	3,63	2834,92

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
 MARY BRITO
 MARISOL PESANTEZ



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010					2011				2012				2013				2014			
		UNIDAD DE MEDIDA	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
CERAMICAS DE PISO Y PARED																						
CERAMICA DE PISO																						
FORMATO 30X30																						
233	ACQUAMARINA	caj.	104	5,53	6,36	661,06	106	5,81	6,68	708,54	108	6,13	7,05	763,19	110	6,50	7,48	826,11	113	6,93	7,97	898,60
234	AZUL CARIBE	caj.	52	5,82	6,69	347,86	53	6,11	7,03	372,85	54	6,45	7,42	401,61	55	6,85	7,87	434,72	56	7,30	8,39	472,86
235	EXPLOSIONE	caj.	52	5,81	6,68	347,26	53	6,10	7,01	372,21	54	6,44	7,40	400,92	55	6,83	7,85	433,97	56	7,28	8,37	472,05
236	GRANILLA	caj.	52	6,99	8,03	417,79	53	7,34	8,44	447,80	54	7,75	8,91	482,34	55	8,22	9,45	522,11	56	8,76	10,07	567,92
237	CASTILA RUSTICO Y ORIENTE	caj.	52	6,47	7,44	386,71	53	6,80	7,81	414,49	54	7,17	8,25	446,46	55	7,61	8,75	483,27	56	8,11	9,32	525,67
FORMATO 42,5X42,5																						
238	ACQUA	caj.	52	7,01	8,06	418,99	53	7,36	8,46	449,08	54	7,77	8,93	483,72	55	8,25	9,48	523,60	56	8,79	10,10	569,55
239	BALI (42X42)	caj.	52	6,85	7,87	409,43	53	7,20	8,27	438,83	54	7,60	8,73	472,68	55	8,06	9,26	511,65	56	8,59	9,87	556,55
240	ELENA	caj.	52	6,98	8,02	417,20	53	7,33	8,43	447,16	54	7,74	8,90	481,65	55	8,21	9,44	521,36	56	8,75	10,06	567,11
241	KALAHARI	caj.	52	6,98	8,02	417,20	53	7,33	8,43	447,16	54	7,74	8,90	481,65	55	8,21	9,44	521,36	56	8,75	10,06	567,11
242	ETERNA BLANCO	caj.	52	6,68	7,68	399,26	53	7,02	8,07	427,94	54	7,41	8,51	460,95	55	7,86	9,03	498,95	56	8,38	9,63	542,73
FORMATO 20X20																						
243	ACUARIO	caj.	52	5,49	6,31	328,14	53	5,77	6,63	351,71	54	6,09	7,00	378,84	55	6,46	7,42	410,07	56	6,88	7,91	446,05
244	CENEFA CAMELIA CRISTAL MARMOL	caj.	52	5,49	6,31	328,14	53	5,77	6,63	351,71	54	6,09	7,00	378,84	55	6,46	7,42	410,07	56	6,88	7,91	446,05
245	CENEFA MARMOL MURANO	caj.	52	5,49	6,31	328,14	53	5,77	6,63	351,71	54	6,09	7,00	378,84	55	6,46	7,42	410,07	56	6,88	7,91	446,05
246	CRISTAL MARMOL	caj.	52	5,49	6,31	328,14	53	5,77	6,63	351,71	54	6,09	7,00	378,84	55	6,46	7,42	410,07	56	6,88	7,91	446,05
FORMATO 20X25																						
247	BOHEMIA	caj.	52	5,62	6,46	335,91	53	5,90	6,79	360,04	54	6,23	7,16	387,81	55	6,61	7,60	419,78	56	7,05	8,10	456,61
248	CENEFA MARMOL MURAMO	caj.	52	5,62	6,46	335,91	53	5,90	6,79	360,04	54	6,23	7,16	387,81	55	6,61	7,60	419,78	56	7,05	8,10	456,61
249	DIAMANTE OLIMPUS	caj.	52	5,62	6,46	335,91	53	5,90	6,79	360,04	54	6,23	7,16	387,81	55	6,61	7,60	419,78	56	7,05	8,10	456,61
250	BASY	caj.	52	5,62	6,46	335,91	53	5,90	6,79	360,04	54	6,23	7,16	387,81	55	6,61	7,60	419,78	56	7,05	8,10	456,61
FORMATO 25X33																						
251	EGIPTO MATE	caj.	52	6,24	7,17	372,97	53	6,55	7,53	399,75	54	6,92	7,95	430,59	55	7,34	8,44	466,09	56	7,82	8,99	506,99
252	IMPERIAL LUXE	caj.	52	6,06	6,97	362,21	53	6,37	7,32	388,22	54	6,72	7,72	418,17	55	7,13	8,19	452,64	56	7,60	8,73	492,36
253	MOSAICO	caj.	52	6,24	7,17	372,97	53	6,55	7,53	399,75	54	6,92	7,95	430,59	55	7,34	8,44	466,09	56	7,82	8,99	506,99
254	NAXOS	caj.	52	6,24	7,17	372,97	53	6,55	7,53	399,75	54	6,92	7,95	430,59	55	7,34	8,44	466,09	56	7,82	8,99	506,99
FORMATO 20X30																						
255	CORATO	caj.	52	5,85	6,72	349,66	53	6,14	7,06	374,77	54	6,49	7,46	403,68	55	6,88	7,91	436,96	56	7,34	8,43	475,30
256	ACORA	caj.	52	5,85	6,72	349,66	53	6,14	7,06	374,77	54	6,49	7,46	403,68	55	6,88	7,91	436,96	56	7,34	8,43	475,30
257	DONATTO	caj.	52	5,85	6,72	349,66	53	6,14	7,06	374,77	54	6,49	7,46	403,68	55	6,88	7,91	436,96	56	7,34	8,43	475,30
258	SALERNO	caj.	52	5,85	6,72	349,66	53	6,14	7,06	374,77	54	6,49	7,46	403,68	55	6,88	7,91	436,96	56	7,34	8,43	475,30
259	PORCELANA BLANCO	caj.	52	5,85	6,72	349,66	53	6,14	7,06	374,77	54	6,49	7,46	403,68	55	6,88	7,91	436,96	56	7,34	8,43	475,30

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
 MARY BRITO
 MARISOL PESANTEZ



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	2010			2011				2012				2013				2014				
			DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
ACCESORIOS PARA INSTALACIONES DE AGUA																						
260	TUBO DE DESAGUE 50mm	uni.	72	3,83	4,40	275,76	73	4,02	4,62	339,73	75	4,25	4,88	365,94	76	4,50	5,18	396,11	78	4,80	5,52	430,86
261	TUBO DE DESAGUE 75mm	uni.	60	7,36	8,46	441,60	61	7,73	8,89	544,05	62	8,16	9,38	586,01	64	8,66	9,95	634,32	65	9,23	10,61	689,98
262	TUBO DE DESAGUE 110mm	uni.	48	9,68	11,13	464,64	49	10,17	11,69	572,43	50	10,73	12,34	616,58	51	11,39	13,09	667,42	52	12,14	13,95	725,98
263	TUBO DE DESAGUE 160mm	uni.	48	20,61	23,69	989,28	49	21,65	24,88	1218,78	50	22,85	26,27	1312,79	51	24,24	27,86	1421,02	52	25,84	29,70	1545,70
264	TUBO ROSCABLE 1/2"	uni.	84	5,76	6,62	483,84	86	6,05	6,95	596,08	87	6,39	7,34	642,06	89	6,78	7,79	694,99	91	7,22	8,30	755,98
265	TUBO ROSCABLE 3/4"	uni.	84	7,96	9,15	668,64	86	8,36	9,61	823,76	87	8,83	10,14	887,30	89	9,36	10,76	960,44	91	9,98	11,47	1044,72
266	TUBO ROSCABLE 1"	uni.	84	16,01	18,40	1344,84	86	16,82	19,33	1656,82	87	17,75	20,40	1784,62	89	18,83	21,65	1931,75	91	20,07	23,07	2101,25
267	CODO DE DESAGUE 50mmx45°	uni.	144	0,68	0,78	97,92	147	0,71	0,82	120,64	150	0,75	0,87	129,94	153	0,80	0,92	140,65	156	0,85	0,98	153,00
268	CODO DE DESAGUE 75mmx45°	uni.	144	1,40	1,61	201,60	147	1,47	1,69	248,37	150	1,55	1,78	267,53	153	1,65	1,89	289,58	156	1,76	2,02	314,99
269	CODO DE DESAGUE 110mmx45°	uni.	144	2,68	3,08	385,92	147	2,82	3,24	475,45	150	2,97	3,42	512,12	153	3,15	3,62	554,34	156	3,36	3,86	602,98
270	CODO DE DESAGUE 160mmx45°	uni.	144	8,14	9,36	1172,16	147	8,55	9,83	1444,09	150	9,03	10,37	1555,47	153	9,57	11,01	1683,71	156	10,21	11,73	1831,45
271	CODO DE DESAGUE 50mmx90°	uni.	144	0,68	0,78	97,92	147	0,71	0,82	120,64	150	0,75	0,87	129,94	153	0,80	0,92	140,65	156	0,85	0,98	153,00
272	CODO DE DESAGUE 75mmx90°	uni.	144	1,20	1,38	172,80	147	1,26	1,45	212,89	150	1,33	1,53	229,31	153	1,41	1,62	248,21	156	1,50	1,73	269,99
273	CODO DE DESAGUE 110mmx90°	uni.	144	2,06	2,37	296,64	147	2,16	2,49	365,46	150	2,28	2,63	393,65	153	2,42	2,79	426,10	156	2,58	2,97	463,49
274	CODO DE DESAGUE 160mmx90°	uni.	144	8,17	9,39	1176,48	147	8,58	9,86	1449,41	150	9,06	10,41	1561,21	153	9,61	11,05	1689,91	156	10,24	11,77	1838,20
275	REDUCCION DESAGUE 75mmx50mm	uni.	144	1,16	1,33	167,04	147	1,22	1,40	205,79	150	1,29	1,48	221,66	153	1,36	1,57	239,94	156	1,45	1,67	260,99
276	REDUCCION DESAGUE 110mmx50mm	uni.	144	1,74	2,00	250,56	147	1,83	2,10	308,69	150	1,93	2,22	332,50	153	2,05	2,35	359,91	156	2,18	2,51	391,49
277	REDUCCION DESAGUE 110mmx75mm	uni.	144	1,74	2,00	250,56	147	1,83	2,10	308,69	150	1,93	2,22	332,50	153	2,05	2,35	359,91	156	2,18	2,51	391,49
278	TAPON HEMBRA DESAGUE 50mm	uni.	144	0,55	0,63	79,20	147	0,58	0,66	97,57	150	0,61	0,70	105,10	153	0,65	0,74	113,76	156	0,69	0,79	123,75
279	TAPON HEMBRA DESAGUE 75mm	uni.	144	0,61	0,70	87,84	147	0,64	0,74	108,22	150	0,68	0,78	116,56	153	0,72	0,82	126,17	156	0,76	0,88	137,25
280	TAPON HEMBRA DESAGUE 110mm	uni.	144	0,91	1,05	131,04	147	0,96	1,10	161,44	150	1,01	1,16	173,89	153	1,07	1,23	188,23	156	1,14	1,31	204,74
281	TAPON MACHO DESAGUE 50mm	uni.	144	0,68	0,78	97,92	147	0,71	0,82	120,64	150	0,75	0,87	129,94	153	0,80	0,92	140,65	156	0,85	0,98	153,00
282	TAPON MACHO DESAGUE 75mm	uni.	144	0,71	0,82	102,24	147	0,75	0,86	125,96	150	0,79	0,90	135,67	153	0,84	0,96	146,86	156	0,89	1,02	159,75
283	TAPON MACHO DESAGUE 110mm	uni.	144	0,91	1,05	131,04	147	0,96	1,10	161,44	150	1,01	1,16	173,89	153	1,07	1,23	188,23	156	1,14	1,31	204,74
284	TEE DESAGUE 50mm	uni.	144	0,72	0,83	103,68	147	0,76	0,87	127,73	150	0,80	0,92	137,58	153	0,85	0,97	148,93	156	0,90	1,04	162,00
285	TEE DESAGUE 75mm	uni.	144	1,52	1,75	218,88	147	1,60	1,84	269,66	150	1,69	1,94	290,46	153	1,79	2,06	314,40	156	1,91	2,19	341,99
286	TEE DESAGUE 110mm	uni.	144	2,63	3,02	378,72	147	2,76	3,18	466,58	150	2,92	3,35	502,57	153	3,09	3,56	544,00	156	3,30	3,79	591,73
287	TEE DESAGUE 160mm	uni.	144	13,42	15,43	1932,48	147	14,10	16,20	2380,79	150	14,88	17,10	2564,43	153	15,78	18,14	2775,84	156	16,83	19,34	3019,41
288	SIFON DESAGUE 50mm	uni.	144	2,47	2,84	355,68	147	2,59	2,98	438,19	150	2,74	3,15	471,99	153	2,91	3,34	510,90	156	3,10	3,56	555,73
289	SIFON DESAGUE 75mm	uni.	144	3,94	4,53	567,36	147	4,14	4,76	698,98	150	4,37	5,02	752,90	153	4,63	5,33	814,96	156	4,94	5,68	886,47
290	SIFON DESAGUE 110mm	uni.	144	5,79	6,66	833,76	147	6,08	6,99	1027,18	150	6,42	7,38	1106,41	153	6,81	7,83	1197,62	156	7,26	8,34	1302,71
291	TEE REDUCCION DESAGUE 75mm a 50mm	uni.	144	2,32	2,67	334,08	147	2,44	2,80	411,58	150	2,57	2,96	443,33	153	2,73	3,14	479,88	156	2,91	3,34	521,98
292	TEE REDUCCION DESAGUE 110mm a 50mm	uni.	144	2,57	2,95	370,08	147	2,70	3,10	455,93	150	2,85	3,28	491,10	153	3,02	3,47	531,59	156	3,22	3,70	578,23
293	TEE REDUCCION DESAGUE 110mm a 75mm	uni.	144	3,02	3,47	434,88	147	3,17	3,65	535,77	150	3,35	3,85	577,09	153	3,55	4,08	624,67	156	3,79	4,35	679,48
294	UNION DESAGUE 50mm	uni.	144	0,55	0,63	79,20	147	0,58	0,66	97,57	150	0,61	0,70	105,10	153	0,65	0,74	113,76	156	0,69	0,79	123,75
295	UNION DESAGUE 75mm	uni.	144	0,92	1,06	132,48	147	0,97	1,11	163,21	150	1,02	1,17	175,80	153	1,08	1,24	190,30	156	1,15	1,33	206,99
296	UNION DESAGUE 110mm	uni.	144	1,13	1,30	162,72	147	1,19	1,36	200,47	150	1,25	1,44	215,93	153	1,33	1,53	233,73	156	1,42	1,63	254,24
297	UNION DESAGUE 160mm	uni.	144	6,82	7,84	982,08	147	7,16	8,23	1209,91	150	7,56	8,69	1303,23	153	8,02	9,22	1410,67	156	8,55	9,83	1534,46
298	TUBO VENTILACION (PLOMO) 50mm	uni.	144	2,72	3,13	391,68	147	2,86	3,28	482,54	150	3,02	3,47	519,77	153	3,20	3,68	562,61	156	3,41	3,92	611,98
299	TUBO VENTILACION (PLOMO) 75mm	uni.	144	5,00	5,75	720,00	147	5,25	6,04	887,03	150	5,54	6,37	955,45	153	5,88	6,76	1034,22	156	6,27	7,21	1124,97
300	KUTIPEGA 125cc	uni.	240	1,51	1,74	362,40	245	1,59	1,82	446,47	250	1,67	1,92	480,91	255	1,78	2,04	520,56	260	1,89	2,18	566,23
301	KUTIPEGA 250cc	uni.	240	2,54	2,92	609,60	245	2,67	3,07	751,02	250	2,82	3,24	808,95	255	2,99	3,43	875,64	260	3,18	3,66	952,47
302	YEE DE DESAGUE 50mm	uni.	144	1,09	1,25	156,96	147	1,14	1,32	193,37	150	1,21	1,39	208,29	153	1,28	1,47	225,46	156	1,37	1,57	245,24

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
MARY BRITO
MARISOL PESANTEZ



UNIVERSIDAD DE
FACULTAD DE
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	2010			2011			2012			2013			2014							
			DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL				
HERRAMIENTAS																						
303	PALAS	uni.	84	3,70	4,25	357,24	86	3,89	4,47	382,90	87	4,10	4,72	412,44	89	4,35	5,00	446,44	91	4,64	5,33	485,61
304	PICOS	uni.	84	4,00	4,60	386,21	86	4,20	4,83	413,95	87	4,44	5,10	445,88	89	4,70	5,41	482,64	91	5,02	5,76	524,98
305	ASADON	uni.	50	3,50	4,02	201,15	51	3,68	4,23	215,60	52	3,88	4,46	232,23	53	4,12	4,73	251,37	54	4,39	5,04	273,43
306	OZE	uni.	60	0,80	0,92	55,17	61	0,84	0,97	59,14	62	0,89	1,02	63,70	64	0,94	1,08	68,95	65	1,00	1,15	75,00
307	MACHETE	uni.	60	3,00	3,45	206,90	61	3,15	3,62	221,76	62	3,33	3,82	238,86	64	3,53	4,06	258,55	65	3,76	4,32	281,24
308	CABOS	uni.	360	0,75	0,86	310,34	367	0,79	0,91	332,64	375	0,83	0,96	358,29	382	0,88	1,01	387,83	390	0,94	1,08	421,86
309	CANDADOS	uni.	300	1,10	1,26	379,31	306	1,16	1,33	406,56	312	1,22	1,40	437,91	319	1,29	1,49	474,02	325	1,38	1,59	515,61
CLAVOS Y GRAPAS																						
310	15x1,25 (1/2x18) 10kg	caj	24	34,48	39,63	951,17	24	36,22	41,63	1019,49	25	38,23	43,94	1098,13	25	40,56	46,62	1188,66	26	43,23	49,69	1292,96
311	20x1,50 (3/4x17) 10kg	caj	24	28,73	33,02	792,55	24	30,18	34,69	849,48	25	31,86	36,62	915,00	25	33,79	38,84	990,44	26	36,02	41,41	1077,34
312	25x1,70 (1x16) 10kg	caj	24	20,35	23,39	561,38	24	21,38	24,57	601,70	25	22,56	25,94	648,11	25	23,94	27,51	701,54	26	25,52	29,33	763,10
313	50x2,80 (2x12) 25kg	caj	24	38,83	44,63	1071,17	24	40,79	46,88	1148,11	25	43,05	49,49	1236,67	25	45,67	52,50	1338,62	26	48,69	55,96	1456,08
314	50x2,15 (2x14) 25kg	caj	24	42,88	49,29	1182,90	24	45,04	51,77	1267,86	25	47,55	54,65	1365,66	25	50,44	57,97	1478,24	26	53,76	61,80	1607,95
315	65x3,45 (2 1/2x10) 25kg	caj	24	38,45	44,20	1060,69	24	40,39	46,42	1136,88	25	42,63	49,00	1224,57	25	45,23	51,98	1325,52	26	48,21	55,41	1441,83
316	75x3,80 (3x9) 25kg	caj	24	37,97	43,64	1047,45	24	39,88	45,84	1122,68	25	42,10	48,39	1209,28	25	44,66	51,33	1308,98	26	47,61	54,72	1423,83
317	90x4,20 (3 1/2x8) 25kg	caj	24	39,69	45,62	1094,90	24	41,69	47,92	1173,54	25	44,01	50,58	1264,06	25	46,68	53,66	1368,27	26	49,77	57,20	1488,33
318	100x5,20 (4x6) 25kg	caj	24	40,43	46,47	1115,31	24	42,47	48,81	1195,42	25	44,83	51,53	1287,63	25	47,55	54,66	1393,78	26	50,69	58,27	1516,08
319	125 x0,60 (5x5) 25kg	caj	24	42,04	48,32	1159,72	24	44,16	50,76	1243,02	25	46,61	53,58	1338,90	25	49,45	56,84	1449,28	26	52,71	60,59	1576,45
320	150x6,10 (6x4) 25kg	caj	24	46,70	53,68	1288,28	24	49,05	56,38	1380,81	25	51,78	59,52	1487,32	25	54,93	63,14	1609,93	26	58,55	67,30	1751,20
321	180x6,60 (7x3) 25kg	caj	24	47,09	54,13	1299,03	24	49,46	56,85	1392,34	25	52,21	60,02	1499,74	25	55,39	63,66	1623,38	26	59,04	67,87	1765,82
322	205x7,25 (8x2) 25kg	caj	24	46,65	53,62	1286,90	24	49,00	56,32	1379,33	25	51,73	59,45	1485,73	25	54,87	63,07	1608,21	26	58,49	67,23	1749,32
323	50x2,80 (2x12) 10kg	caj	24	15,93	18,31	439,45	24	16,73	19,23	471,01	25	17,66	20,30	507,34	25	18,74	21,54	549,17	26	19,97	22,96	597,36
CLAVOS MULTIUSO - Sin cabeza																						
324	SC 20X1,10 (3/4X19) 10kg	caj	12	33,22	38,18	458,21	12	34,89	40,11	491,12	12	36,83	42,34	529,00	13	39,07	44,91	572,61	13	41,65	47,88	622,86
325	SC 25X1,25 (1X18) 25kg	caj	12	64,49	74,13	889,52	12	67,74	77,86	953,41	12	71,51	82,19	1026,95	13	75,85	87,19	1111,61	13	80,86	92,94	1209,15
326	SC 25X1,70 (1X16) 25kg	caj	12	50,78	58,37	700,41	12	53,34	61,31	750,72	12	56,30	64,72	808,63	13	59,73	68,65	875,29	13	63,67	73,18	952,10
327	SC 30X1,70 (1 1/4X16) 25kg	caj	12	48,69	55,97	671,59	12	51,14	58,79	719,83	12	53,99	62,05	775,35	13	57,27	65,83	839,27	13	61,05	70,17	912,91
328	SC 40X1,70 (1 1/2X16) 25kg	caj	12	46,90	53,91	646,90	12	49,26	56,63	693,36	12	52,00	59,77	746,84	13	55,16	63,41	808,41	13	58,81	67,59	879,35
329	SC 40X2,15 (1 1/2X14) 25kg	caj	12	45,47	52,26	627,17	12	47,76	54,90	672,22	12	50,42	57,95	724,07	13	53,48	61,47	783,77	13	57,01	65,53	852,54
330	SC 50X2,80 (2X12) 25kg	caj	12	41,31	47,48	569,79	12	43,39	49,88	610,72	12	45,80	52,65	657,83	13	48,59	55,85	712,06	13	51,80	59,54	774,54
331	SC 50X2,15 (2X14) 25kg	caj	12	42,44	48,78	585,38	12	44,58	51,24	627,43	12	47,06	54,09	675,82	13	49,92	57,38	731,54	13	53,21	61,16	795,73
332	SC 65X3,45 (2 1/2X10) 25kg	caj	12	42,71	49,09	589,10	12	44,86	51,57	631,42	12	47,36	54,43	680,12	13	50,24	57,74	736,19	13	53,55	61,55	800,79
CLAVOS ESPECIALES cm (pulg.)																						
333	GARRA 50X3,10 (2X11) 25kg	caj	12	41,46	47,66	571,86	12	43,55	50,06	612,94	12	45,97	52,84	660,22	13	48,77	56,05	714,64	13	51,98	59,75	777,35
334	GARRA 65X3,10 (2 1/2X11) 25kg	caj	12	41,06	47,20	566,34	12	43,13	49,57	607,02	12	45,53	52,33	653,85	13	48,30	55,51	707,75	13	51,48	59,18	769,85
335	GARRA 65X3,80 (2 1/2X9) 25kg	caj	12	41,01	47,14	565,66	12	43,08	49,51	606,29	12	45,47	52,27	653,05	13	48,24	55,44	706,89	13	51,42	59,10	768,92
336	GALVANIZADO 50X2,80 (2X12) 25kg	caj	12	51,27	58,93	707,17	12	53,85	61,90	757,97	12	56,85	65,34	816,43	13	60,30	69,32	883,74	13	64,28	73,89	961,28
337	GALVANIZADO 65X3,45 (2 1/2X10) 25kg	caj	12	51,20	58,85	706,21	12	53,78	61,82	756,93	12	56,77	65,25	815,32	13	60,22	69,22	882,53	13	64,20	73,79	959,97
338	GALVANIZADO 75X3,80 (3X9) 25kg	caj	12	52,23	60,03	720,41	12	54,86	63,06	772,16	12	57,91	66,57	831,72	13	61,43	70,61	900,29	13	65,49	75,27	979,28
CLAVO PARA TECHO																						
339	ZINC PARAGUA 65X3,80 (2 1/2X9) 20kg	caj	12	36,12	41,52	498,21	12	37,94	43,61	533,99	12	40,05	46,03	575,18	13	42,48	48,83	622,60	13	45,29	52,06	677,23
GRAPAS																						
340	25X3,80 (1X9) 10kg	caj	12	17,80	20,46	245,52	12	18,70	21,49	263,15	12	19,74	22,69	283,45	13	20,94	24,07	306,82	13	22,32	25,65	333,74
341	30X3,80 (1 1/4X9) 10kg	caj	12	17,72	20,37	244,41	12	18,61	21,39	261,97	12	19,65	22,58	282,18	13	20,84	23,96	305,44	13	22,22	25,54	332,24
342	15X1,25 (1/2X18) 25kg	caj	12	75,95	87,30	1047,59	12	79,78	91,70	1122,83	12	84,21	96,80	1209,44	13	89,33	102,68	1309,15	13	95,23	109,46	1424,02
343	15X1,70 (5/8X16) 25kg	caj	12	64,90	74,60	895,17	12	68,17	78,36	959,47	12	71,96	82,71	1033,48	13	76,34	87,74	1118,68	13	81,37	93,53	1216,84
344	25X3,80 (1X9) 25kg	caj	12	41,98	48,25	579,03	12	44,10	50,68	620,63	12	46,55	53,50	668,50	13	49,38	56,76	723,61	13	52,64	60,50	787,10
345	30X3,80 (1 1/4X9) 25kg	caj	12	42,23	48,54	582,48	12	44,36	50,99	624,32	12	46,82	53,82	672,48	13	49,67	57,09	727,92	13	52,95	60,86	791,79
346	40X3,80 (1 1/2X9) 25kg	caj	12	41,14	47,29	567,45	12	43,21	49,67	608,21	12	45,62	52,43	655,12	13	48,39	55,62	709,13	13	51,58	59,29	771,35

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
MARY BRITO
MARISOL PESANTEZ



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

BAZAR Y FARMACIA

CODIGO	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	2010				2011				2012				2013				2014			
			DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
<u>COSTURA Y MANUALIDADES</u>																						
347	CAJITA DE AGUJAS	caj	20	0,25	0,30	6,10	20	0,26	0,32	6,54	21	0,28	0,34	7,04	21	0,29	0,36	7,62	22	0,31	0,38	8,29
348	DOCENA DE BOTON	doc	12	0,50	0,61	7,32	12	0,53	0,64	7,84	12	0,55	0,68	8,45	13	0,59	0,72	9,14	13	0,63	0,76	9,95
349	DOCENA DE BOTON MODA	doc	12	1,00	1,22	14,63	12	1,05	1,28	15,69	12	1,11	1,35	16,90	13	1,18	1,43	18,29	13	1,25	1,53	19,89
350	DOCENA DE BOTON PLANO	doc	10	0,40	0,49	4,88	10	0,42	0,51	5,23	10	0,44	0,54	5,63	11	0,47	0,57	6,10	11	0,50	0,61	6,63
351	DOCENA DE BOTON DECORADO	doc	8	0,40	0,49	3,90	8	0,42	0,51	4,18	8	0,44	0,54	4,51	8	0,47	0,57	4,88	9	0,50	0,61	5,30
352	DOCENA DE BOTON SACO	doc	6	1,20	1,46	8,78	6	1,26	1,54	9,41	6	1,33	1,62	10,14	6	1,41	1,72	10,97	7	1,50	1,83	11,94
353	PIEZA DE ELASTICO	caj	10	0,50	0,61	6,10	10	0,53	0,64	6,54	10	0,55	0,68	7,04	11	0,59	0,72	7,62	11	0,63	0,76	8,29
<u>PAPELERIA Y UTILES DE OFICINA</u>																						
354	ESFERO BIC	caj	24	5,25	6,40	153,66	24	5,51	6,73	164,70	25	5,82	7,10	177,40	25	6,18	7,53	192,02	26	6,58	8,03	208,87
355	LAPIZ OTHELLOC/BORRA.	caj	36	3,90	4,76	171,22	37	4,10	5,00	183,52	37	4,32	5,27	197,67	38	4,59	5,59	213,97	39	4,89	5,96	232,74
356	PINTURA KIKO 12 COLOR PEQ	caj	24	5,39	6,57	157,76	24	5,66	6,90	169,09	25	5,98	7,29	182,13	25	6,34	7,73	197,14	26	6,76	8,24	214,44
357	FOLDER MANILA IDEAL X 25 UNI.	caj	12	2,86	3,49	41,85	12	3,00	3,66	44,86	12	3,17	3,87	48,32	13	3,36	4,10	52,30	13	3,59	4,37	56,89
358	GOMERO BIOPLAST 140 GR X24	caj	12	6,10	7,44	89,27	12	6,41	7,81	95,68	12	6,76	8,25	103,06	13	7,17	8,75	111,56	13	7,65	9,33	121,35
359	GOMERO BIOPLAST 50 GR X24	caj	24	2,40	2,93	70,24	24	2,52	3,07	75,29	25	2,66	3,25	81,10	25	2,82	3,44	87,78	26	3,01	3,67	95,49
360	HOJA DE PAPEL BOND 75G A4 X 1000UNI	res	25	7,00	8,54	213,41	26	7,35	8,97	228,74	26	7,76	9,47	246,39	27	8,23	10,04	266,70	27	8,78	10,70	290,10
361	PAPEL SEDA BLANCO (500) X1000	res	3	29,90	36,46	109,39	3	31,41	38,30	117,25	3	33,15	40,43	126,29	3	35,17	42,89	136,70	3	37,49	45,72	148,70
362	TUBO DE MINAS ROTRING 05 HB 10MINAS	caj	30	7,00	8,54	256,10	31	7,35	8,97	274,49	31	7,76	9,47	295,67	32	8,23	10,04	320,04	33	8,78	10,70	348,12
363	CUAD 100H. X 24	paq	6	9,83	11,99	71,93	6	10,33	12,59	77,09	6	10,90	13,29	83,04	6	11,56	14,10	89,89	7	12,33	15,03	97,77
364	CUAD 30H. X 24	paq	10	4,56	5,56	55,61	10	4,79	5,84	59,60	10	5,06	6,17	64,20	11	5,36	6,54	69,49	11	5,72	6,97	75,59
365	ESP. 100H X24	paq	8	14,30	17,44	139,51	8	15,02	18,32	149,53	8	15,86	19,34	161,07	8	16,82	20,51	174,35	9	17,93	21,87	189,64
366	CUAD 20H X 24	paq	36	3,19	3,89	140,05	37	3,35	4,09	150,11	37	3,54	4,31	161,69	38	3,75	4,58	175,02	39	4,00	4,88	190,37
367	CUAD 50H X 24	paq	36	5,43	6,62	238,39	37	5,70	6,96	255,51	37	6,02	7,34	275,22	38	6,39	7,79	297,91	39	6,81	8,30	324,05
368	ESP 60H. X24	paq	12	9,98	12,17	146,05	12	10,48	12,78	156,54	12	11,07	13,49	168,61	13	11,74	14,32	182,51	13	12,51	15,26	198,53
369	COMPAS LANCER X 12	paq	4	6,37	7,77	31,07	4	6,69	8,16	33,31	4	7,06	8,61	35,87	4	7,49	9,14	38,83	4	7,99	9,74	42,24
370	HOJA CART. FOMIX A4 X 500	paq	3	44,91	54,77	164,30	3	47,17	57,53	176,11	3	49,80	60,73	189,69	3	52,82	64,42	205,33	3	56,31	68,67	223,35

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010				2011				2012				2013				2014			
		DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
FARMACIA																					
371	DICLOXACILINA 250MG SUSPENSION (DICLOCIL)	23	5,15	6,87	118,52	23	5,41	7,22	169,38	24	5,71	7,62	182,45	24	6,06	8,08	197,49	25	6,46	8,62	214,82
372	AMPICILINA 500ML SUSPENSION 100ML (AMPIBEX)	28	3,68	4,90	102,97	29	3,86	5,15	147,16	29	4,08	5,44	158,51	30	4,33	5,77	171,58	30	4,61	6,15	186,63
373	MICONAZOL GEL TUBO (DAKTARIN GEL)	5	1,94	2,59	9,71	5	2,04	2,72	13,88	5	2,15	2,87	14,95	5	2,29	3,05	16,19	5	2,44	3,25	17,61
374	VITAMINAS-MINERALES JARABE FRASCO (DAYAMINERAL)	44	3,58	4,77	157,52	45	3,76	5,01	225,11	46	3,97	5,29	242,48	47	4,21	5,61	262,47	48	4,49	5,99	285,50
375	VITAMINAS-MINERALES 500MG GRAGEAS (DAYAMINERAL)	56	0,11	0,14	5,91	57	0,11	0,15	8,44	58	0,12	0,16	9,09	59	0,12	0,17	9,84	61	0,13	0,18	10,71
376	NANDROLONA 50MG AMPOLLA (DECADURABOLIN)	26	5,97	7,96	155,22	27	6,27	8,36	221,83	27	6,62	8,83	238,94	28	7,02	9,36	258,63	28	7,49	9,98	281,33
377	VIT. C AMPOLLA 500MG (CEMIN)	45	0,40	0,53	17,94	46	0,42	0,56	25,64	47	0,44	0,59	27,61	48	0,47	0,63	29,89	49	0,50	0,67	32,51
378	DICLOFENACO P. 25MG GRAGEA (CATAFLAM)	12	0,16	0,21	1,92	12	0,17	0,22	2,75	12	0,18	0,24	2,96	13	0,19	0,25	3,20	13	0,20	0,27	3,49
379	DICLOFENACO P. 1,5% GOTAS FRASCO (CATAFLAM)	45	3,28	4,38	147,75	46	3,45	4,60	211,15	47	3,64	4,85	227,44	48	3,86	5,15	246,19	49	4,12	5,49	267,79
380	VIT. C 500MG TABLETA MASTICABLE SOBRE X12 (VITAMINA C X 12)	13	1,21	1,61	15,71	13	1,27	1,69	22,45	14	1,34	1,79	24,18	14	1,42	1,90	26,17	14	1,52	2,02	28,47
381	VIT. C GOTAS 30ML FRASCO (CEBION)	45	1,50	2,01	67,71	46	1,58	2,11	96,76	47	1,67	2,22	104,23	48	1,77	2,36	112,82	49	1,89	2,52	122,72
382	PENIC.BENZ. 2 4.UI AMPOLLA (BICONCIUNA)	78	1,07	1,43	83,40	80	1,12	1,50	119,19	81	1,19	1,58	128,38	83	1,26	1,68	138,96	85	1,34	1,79	151,16
383	AMBROXOL JARABE 60ML (BRONCHOPRONT)	46	2,10	2,80	96,60	47	2,21	2,94	138,05	48	2,33	3,10	148,70	49	2,47	3,29	160,96	50	2,63	3,51	175,08
384	BUPIVACAINA 0.5% C/EPINEFRINA CADA CENTIMETRO (BUPIROP C)	52	0,17	0,22	8,74	53	0,18	0,24	12,48	54	0,19	0,25	13,45	55	0,20	0,26	14,56	56	0,21	0,28	15,83
385	BUPIVACAINA PESADA AMPOLLA (BUPIROP)	23	2,41	3,21	55,32	23	2,53	3,37	79,06	24	2,67	3,56	85,16	24	2,83	3,77	92,18	25	3,02	4,02	100,27
386	BUPIVACAINA 0.5% S/EPINEFRINA CADA CENTIMETRO (BUPIROP)	25	0,15	0,21	3,85	26	0,16	0,22	5,51	26	0,17	0,23	5,93	27	0,18	0,24	6,42	27	0,19	0,26	6,99
387	IBUPROFENO 400MG GRAGEA (BUPREX)	63	0,06	0,08	3,66	64	0,06	0,08	5,24	66	0,06	0,09	5,64	67	0,07	0,09	6,10	68	0,07	0,10	6,64
388	IBUPROFENO 100MG/5ML SUSPENSION 120ML(BUPREX)	56	1,33	1,77	74,36	57	1,39	1,86	106,27	58	1,47	1,96	114,47	59	1,56	2,08	123,90	61	1,66	2,22	134,78
389	SIMETICONA-METACLOPRAMIDA CAPSULA (DIGESPAR)	45	0,30	0,40	13,47	46	0,31	0,42	19,25	47	0,33	0,44	20,73	48	0,35	0,47	22,44	49	0,38	0,50	24,41
390	ETAMSILATO 250MG AMPOLLA (DICYNONE)	78	3,78	5,04	294,97	80	3,97	5,30	421,54	81	4,19	5,59	454,06	83	4,45	5,93	491,49	85	4,74	6,32	534,62
391	DICLOXACILINA 500MG CAPSULA (DICLOCIL)	23	0,33	0,45	7,70	23	0,35	0,47	11,00	24	0,37	0,49	11,85	24	0,39	0,53	12,83	25	0,42	0,56	13,96
392	DICLOXACILINA 125MG SUSPENSION FRASCO (DICLOCIL)	56	3,40	4,53	190,40	57	3,57	4,76	272,10	58	3,77	5,03	293,09	59	4,00	5,33	317,25	61	4,26	5,68	345,09
393	SACHARAMICES B. 200MG CAPSULA (FLORATIL)	89	0,97	1,29	86,06	91	1,02	1,35	122,99	93	1,07	1,43	132,48	95	1,14	1,52	143,40	96	1,21	1,62	155,99
394	FENTANILO 0.05MG AMPOLLA (FENTANYL)	45	0,23	0,31	10,31	46	0,24	0,32	14,74	47	0,25	0,34	15,88	48	0,27	0,36	17,19	49	0,29	0,38	18,69
395	FENOBARBITAL 120MG AMPOLLA (FENOBARBITAL)	63	0,37	0,49	23,07	64	0,38	0,51	32,97	66	0,41	0,54	35,52	67	0,43	0,57	38,44	68	0,46	0,61	41,82
396	FENOBARBITAL SOBRE (FENOBARBITAL)	45	0,27	0,36	12,00	46	0,28	0,37	17,15	47	0,30	0,39	18,47	48	0,31	0,42	19,99	49	0,33	0,45	21,75
397	BUTOCONAZOL OVULOS (FEMSTAT)	48	0,89	1,19	42,78	49	0,94	1,25	61,14	50	0,99	1,32	65,86	51	1,05	1,40	71,28	52	1,12	1,49	77,54
398	PIROXICAM D 20MG TABLETA (PIROXICAM D)	96	0,04	0,05	3,76	98	0,04	0,05	5,37	100	0,04	0,06	5,79	102	0,05	0,06	6,27	104	0,05	0,07	6,81
399	PIROXICAM GEL TUBO (PIROXICAM GEL)	63	0,86	1,15	54,48	64	0,91	1,21	77,86	66	0,96	1,28	83,86	67	1,02	1,36	90,77	68	1,08	1,45	98,74
400	ACETAMINOFEN 500MG TABLETA (ERALDOR)	12	0,03	0,04	0,37	12	0,03	0,04	0,53	12	0,03	0,05	0,57	13	0,04	0,05	0,62	13	0,04	0,05	0,67

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
 MARY BRITO
 MARISOL PESANTEZ



UNIVERSIDAD DE LOJA
FACULTAD DE ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010				2011				2012				2013				2014			
		DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
401	FENITOINA 250MG/5ML AMPOLLA (EPAMIN)	45	0,77	1,03	34,64	46	0,81	1,08	49,51	47	0,85	1,14	53,33	48	0,91	1,21	57,72	49	0,97	1,29	62,79
402	FENITOINA JARABE FRASCO (EPAMIN)	96	3,19	4,25	306,24	98	3,35	4,47	437,65	100	3,54	4,72	471,41	102	3,75	5,00	510,27	104	4,00	5,33	555,04
403	EFEDRINA 6% 1ML AMPOLLA (EFEDRINA)	45	0,39	0,52	17,55	46	0,41	0,55	25,08	47	0,43	0,58	27,02	48	0,46	0,61	29,24	49	0,49	0,65	31,81
404	MIDAZOLAM 5MG/5ML AMPOLLA (DORMICUM)	46	0,32	0,43	14,79	47	0,34	0,45	21,14	48	0,36	0,48	22,77	49	0,38	0,50	24,65	50	0,40	0,54	26,81
405	PROPOFOL 10MG/ML AMPOLLA 20ML (DIPRIVAN)	86	0,73	0,97	62,57	88	0,76	1,02	89,41	90	0,81	1,08	96,31	91	0,86	1,14	104,25	93	0,91	1,22	113,40
406	VIT. K 10MG AMPOLLA (KONAKION)	13	1,34	1,79	17,47	13	1,41	1,88	24,97	14	1,49	1,99	26,90	14	1,58	2,11	29,11	14	1,69	2,25	31,67
407	ORNIDAZOL 500MG TABLETA (INVIGAN)	45	1,13	1,50	50,76	46	1,18	1,58	72,54	47	1,25	1,67	78,14	48	1,33	1,77	84,58	49	1,41	1,89	92,00
408	INSULINA ACTRAPID 100UI HUM.CADA CENTIMETRO (INSULINA)	23	1,89	2,52	43,47	23	1,99	2,65	62,12	24	2,10	2,79	66,91	24	2,22	2,96	72,43	25	2,37	3,16	78,79
409	BIFIDUBACTER. CAPSULA (INFLORAN)	25	0,37	0,49	9,17	26	0,39	0,51	13,11	26	0,41	0,54	14,12	27	0,43	0,58	15,28	27	0,46	0,61	16,63
410	INDOMETACINA SUPOSITARIO (INDOCID)	86	0,27	0,36	23,54	88	0,29	0,38	33,64	90	0,30	0,40	36,24	91	0,32	0,43	39,22	93	0,34	0,46	42,66
411	CALAMINA-OX ZINC LOCION (HISTACALM)	46	0,80	1,07	36,80	47	0,84	1,12	52,59	48	0,89	1,18	56,65	49	0,94	1,25	61,32	50	1,00	1,34	66,70
412	HALOTANO CADA CENTIMETRO (HALOTANO)	78	0,28	0,37	21,84	80	0,29	0,39	31,21	81	0,31	0,41	33,62	83	0,33	0,44	36,39	85	0,35	0,47	39,58
413	POLUPEPTIDO GELATINA FRASCO (HAEMACEL)	12	12,03	16,04	144,36	12	12,64	16,85	206,31	12	13,34	17,79	222,22	13	14,15	18,87	240,54	13	15,08	20,11	261,64
414	SIMETICONA GOTAS FRASCO (NEOGASOL)	74	3,53	4,70	260,99	76	3,70	4,94	372,99	77	3,91	5,21	401,76	79	4,15	5,53	434,88	80	4,42	5,90	473,03
415	LACTOBACILOS ACID.SOBRE (LACTEOL FORT)	63	0,99	1,32	62,44	64	1,04	1,39	89,23	66	1,10	1,47	96,12	67	1,17	1,55	104,04	68	1,24	1,66	113,17
416	VIT. B 25MG AMPOLLA (NEURORUBINA)	96	0,77	1,02	73,60	98	0,81	1,07	105,18	100	0,85	1,13	113,29	102	0,90	1,20	122,63	104	0,96	1,28	133,39
417	VIT. B 1000 AMPOLLA (NEUROBION)	45	0,48	0,64	21,46	46	0,50	0,67	30,67	47	0,53	0,71	33,04	48	0,56	0,75	35,76	49	0,60	0,80	38,90
418	CLORFENIRAMINA-PSEUOE. JARABE FRASCO (NASTIZOL)	19	2,15	2,87	40,85	19	2,26	3,01	58,38	20	2,38	3,18	62,88	20	2,53	3,37	68,07	21	2,70	3,59	74,04
419	VITAMINAS-MINERALES GEL TUBO (MULGATOL)	56	3,06	4,07	171,11	57	3,21	4,28	244,53	58	3,39	4,52	263,39	59	3,59	4,79	285,11	61	3,83	5,11	310,12
420	MORFINA 10MG/1 ML AMPOLLA (MORFINA)	46	2,15	2,87	98,90	47	2,26	3,01	141,34	48	2,38	3,18	152,24	49	2,53	3,37	164,79	50	2,70	3,59	179,25
421	MELOXICAM 15MG/1,5ML AMPOLLA (MOBIC)	12	2,66	3,55	31,95	12	2,80	3,73	45,66	12	2,95	3,94	49,19	13	3,13	4,18	53,24	13	3,34	4,45	57,91
422	MELOXICAM 7,5 TABLETA (MOBIC)	15	0,73	0,98	11,00	15	0,77	1,03	15,73	16	0,81	1,08	16,94	16	0,86	1,15	18,34	16	0,92	1,23	19,94
423	LISINA CL-ERGOTAMINA COMPRIMIDO (MIGRADORIXINA)	16	0,35	0,47	5,64	16	0,37	0,49	8,07	17	0,39	0,52	8,69	17	0,41	0,55	9,41	17	0,44	0,59	10,23
424	METILERGOMETRINA 0.2MG AMPOLLA (METHERGIN)	25	0,58	0,77	14,39	26	0,60	0,81	20,57	26	0,64	0,85	22,16	27	0,68	0,90	23,98	27	0,72	0,96	26,09
425	NIMESULIDA 100MG GRAGEA (MESULID)	23	0,40	0,53	9,12	23	0,42	0,56	13,03	24	0,44	0,59	14,04	24	0,47	0,62	15,20	25	0,50	0,66	16,53
426	CLORFENIRAMINA-FENILP. GOTAS FRASCO (MAPESIL)	45	3,50	4,67	157,48	46	3,68	4,90	225,06	47	3,88	5,17	242,42	48	4,12	5,49	262,40	49	4,39	5,85	285,43
427	OMEPRAZOL IV 40MG AMPOLLA (OMEZZOL)	13	4,92	6,55	63,91	13	5,16	6,88	91,33	14	5,45	7,27	98,37	14	5,78	7,71	106,48	14	6,16	8,22	115,83
428	ATORVASTATINA 20MG TABLETA (LIPITOR 20MG)	45	2,76	3,67	123,98	46	2,89	3,86	177,17	47	3,05	4,07	190,84	48	3,24	4,32	206,57	49	3,45	4,61	224,70
429	BROMAZEPAM 3MG TABLETA (LEXOTAN)	45	0,41	0,55	18,54	46	0,43	0,58	26,50	47	0,46	0,61	28,54	48	0,48	0,65	30,89	49	0,52	0,69	33,60
430	VIT. C EFERVESCENTE 1G X 10 TABLETAS TUBO (REDOXON)	12	2,63	3,50	31,50	12	2,76	3,68	45,02	12	2,91	3,88	48,49	13	3,09	4,12	52,49	13	3,29	4,39	57,09
431	COLUSTIRAMINA 9G SOBRE (QUESTRAN)	56	1,73	2,30	96,77	57	1,82	2,42	138,29	58	1,92	2,55	148,96	59	2,03	2,71	161,24	61	2,17	2,89	175,39
432	NEOSTIGMINE 0.5MG/ML AMPOLLA (PROSTIGMINE)	45	0,43	0,57	19,35	46	0,45	0,60	27,65	47	0,48	0,64	29,79	48	0,51	0,67	32,24	49	0,54	0,72	35,07
433	OXACILINA 1G AMPOLLA (PROSTAFILUNA)	22	2,48	3,31	54,62	22	2,61	3,48	78,06	23	2,75	3,67	84,08	23	2,92	3,89	91,01	24	3,11	4,15	99,00
434	KETOPROFENO I.M.100MG AMPOLLA (PROFENID)	12	2,55	3,40	30,63	12	2,68	3,57	43,77	12	2,83	3,77	47,14	13	3,00	4,00	51,03	13	3,20	4,27	55,51
435	KETOPROFENO 100MG TABLETA (PROFENID)	45	0,33	0,43	14,63	46	0,34	0,46	20,91	47	0,36	0,48	22,52	48	0,38	0,51	24,38	49	0,41	0,54	26,52

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:

MARY BRITO

MARISOL PESANTEZ



**UNIVERSIDAD DE
FACULTAD DE
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010				2011				2012				2013				2014			
		DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
436	KETOPROFENO 200MG TABLETA (PROFENID)	50	0,56	0,75	28,02	51	0,59	0,78	40,04	52	0,62	0,83	43,13	53	0,66	0,88	46,68	54	0,70	0,94	50,78
437	MEFENAMICO A. 500MG TABLETA (PONSTAN)	60	0,17	0,23	10,20	61	0,18	0,24	14,58	62	0,19	0,25	15,70	64	0,20	0,27	17,00	65	0,21	0,28	18,49
438	PENTHOTAL SODICO 1G FRASCO (PENTHOTAL)	55	0,21	0,28	11,59	56	0,22	0,30	16,56	57	0,23	0,31	17,84	58	0,25	0,33	19,31	60	0,26	0,35	21,00
439	SIMETICONA-ENZIMAS DIG. GRAGEA (PANKREOFLAT)	23	0,21	0,29	4,92	23	0,22	0,30	7,03	24	0,24	0,32	7,57	24	0,25	0,34	8,19	25	0,27	0,36	8,91
440	MELOXICAM 15MG TABLETA (OXA)	63	0,70	0,93	43,83	64	0,73	0,97	62,64	66	0,77	1,03	67,47	67	0,82	1,09	73,03	68	0,87	1,16	79,44
441	SIMETICONA-ENZIMAS DIG. GRAGEA (NUTRIZYM PLUS)	12	0,23	0,30	2,73	12	0,24	0,32	3,91	12	0,25	0,34	4,21	13	0,27	0,36	4,55	13	0,29	0,38	4,95
442	METAMIZOL 5ML AMPOLLA (NOVALGINA)	45	1,25	1,67	56,25	46	1,31	1,75	80,39	47	1,39	1,85	86,59	48	1,47	1,96	93,73	49	1,57	2,09	101,95
443	IBUPROFENO JARABE 120ML FRASCO (TERMYL)	71	2,69	3,59	190,99	72	2,83	3,77	272,95	74	2,98	3,98	294,00	75	3,16	4,22	318,24	77	3,37	4,50	346,17
444	TETRACICLINA OFT. UNGUENTO (TERRAMICINA)	23	7,25	9,67	166,75	23	7,62	10,15	238,30	24	8,04	10,72	256,68	24	8,53	11,37	277,85	25	9,09	12,12	302,23
445	VITAMINA-MINERALES CAPSULA (SUPRAVITAL)	25	0,22	0,29	5,50	26	0,23	0,31	7,85	26	0,24	0,32	8,46	27	0,26	0,34	9,16	27	0,28	0,37	9,96
446	SOLETROL NA 10ML AMPOLLA (SOLETROL NA)	23	0,39	0,53	9,07	23	0,41	0,55	12,96	24	0,44	0,58	13,96	24	0,46	0,62	15,11	25	0,49	0,66	16,43
447	AMOXICILINA 500MG CAPSULA (GRUNAMOX)	26	0,18	0,24	4,66	27	0,19	0,25	6,66	27	0,20	0,26	7,17	28	0,21	0,28	7,76	28	0,22	0,30	8,45
448	LIDOCAINA PESADA AMPOLLA (XILOCAINA)	45	0,33	0,44	14,85	46	0,35	0,46	21,22	47	0,37	0,49	22,86	48	0,39	0,52	24,74	49	0,41	0,55	26,92
449	LIDOCAINA ATOMIZADOR FRASCO (ROXICAINA)	15	10,94	14,58	164,04	15	11,49	15,32	234,43	16	12,13	16,17	252,51	16	12,86	17,15	273,33	16	13,71	18,28	297,31
450	RANITIDINA 300MG TABLETA (ZANTAC)	16	0,63	0,84	10,08	16	0,66	0,88	14,41	17	0,70	0,93	15,52	17	0,74	0,99	16,80	17	0,79	1,05	18,27
451	ALPRAZOLAM 0.25MG TABLETA (XANAX)	80	0,34	0,46	27,42	82	0,36	0,48	39,19	83	0,38	0,51	42,21	85	0,40	0,54	45,69	87	0,43	0,57	49,70
452	DICLOFENACO S.PEDT. SUPOSITORIO (VOLTAREN)	45	0,14	0,18	6,22	46	0,15	0,19	8,88	47	0,15	0,20	9,57	48	0,16	0,22	10,36	49	0,17	0,23	11,27
453	ACETAMINOFEN 500MG CAPSULA (UMBRAL)	90	0,16	0,22	14,68	92	0,17	0,23	20,97	94	0,18	0,24	22,59	96	0,19	0,26	24,45	98	0,20	0,27	26,60
454	ACETAMINOFEN 60ML JARABE FRASCO (UMBRAL)	90	1,57	2,10	141,71	92	1,65	2,21	202,52	94	1,75	2,33	218,14	96	1,85	2,47	236,12	98	1,97	2,63	256,84
455	AMPI-SULBACTAM 250MG SUSPENSION 60ML (UNASYN)	56	13,44	17,92	752,69	57	14,12	18,82	1075,67	58	14,90	19,87	1158,65	59	15,81	21,08	1254,17	61	16,85	22,47	1364,21
456	VITAMINA-MINERALES CAPSULA (UNICAP-T)	45	0,07	0,09	3,12	46	0,07	0,10	4,46	47	0,08	0,10	4,80	48	0,08	0,11	5,20	49	0,09	0,12	5,65
457	VANCOMICINA 500MG AMPOLLA (VANCOMICINA)	12	7,09	9,45	85,03	12	7,44	9,92	121,51	12	7,86	10,48	130,88	13	8,33	11,11	141,67	13	8,88	11,85	154,10
458	ESTREPTOQUINASA/DORNASA TABLETA (VARIDASA)	56	0,12	0,16	6,56	57	0,12	0,16	9,37	58	0,13	0,17	10,09	59	0,14	0,18	10,92	61	0,15	0,20	11,88
459	AMITRIPTILINA 25MG TABLETA (TRYPTANOL)	13	0,05	0,07	0,70	13	0,06	0,08	1,00	14	0,06	0,08	1,07	14	0,06	0,08	1,16	14	0,07	0,09	1,27
460	TRAMADOL 100MG AMPOLLA (TRAMAL)	45	0,60	0,80	27,08	46	0,63	0,84	38,71	47	0,67	0,89	41,69	48	0,71	0,94	45,13	49	0,75	1,01	49,09
461	ACETAMINOFEN 500MG TABLETA (TEMPRA)	26	0,07	0,09	1,70	27	0,07	0,09	2,42	27	0,07	0,10	2,61	28	0,08	0,10	2,83	28	0,08	0,11	3,07
462	ACETAMINOFEN GOTAS PEDT. FRASCO (TEMPRA)	78	1,21	1,61	94,34	80	1,27	1,69	134,82	81	1,34	1,79	145,22	83	1,42	1,90	157,19	85	1,52	2,02	170,98
463	ACETAMINOFEN JARABE 120MG FRASCO (TEMPRA)	96	1,33	1,77	127,49	98	1,39	1,86	182,19	100	1,47	1,96	196,25	102	1,56	2,08	212,42	104	1,67	2,22	231,06
464	SIMETICONA-MAGALDRATO SUSPENSION 250ML FRASCO (ACTIP)	52	4,29	5,72	223,11	53	4,51	6,01	318,85	54	4,76	6,34	343,44	55	5,05	6,73	371,75	56	5,38	7,17	404,37
465	RANITIDINA 50MG/2ML AMPOLLA (RANITIDINA)	46	0,44	0,59	20,20	47	0,46	0,61	28,87	48	0,49	0,65	31,09	49	0,52	0,69	33,66	50	0,55	0,73	36,61
466	SUCRALFATO 1G TABLETA MASTICABLE (DIP TABLETA)	80	0,25	0,33	20,05	82	0,26	0,35	28,66	83	0,28	0,37	30,87	85	0,29	0,39	33,41	87	0,31	0,42	36,35
467	OMEPRAZOL 10MG CAPSULA (OMEZOL)	63	0,34	0,45	21,48	64	0,36	0,48	30,69	66	0,38	0,50	33,06	67	0,40	0,53	35,79	68	0,43	0,57	38,93
468	OMEPRAZOL 20MG CAPSULA (OMEZOL)	56	0,50	0,67	28,02	57	0,53	0,70	40,04	58	0,55	0,74	43,13	59	0,59	0,78	46,69	61	0,63	0,84	50,79
469	OMEPRAZOL 40MG CAPSULA (OMEZOL)	45	0,91	1,21	40,91	46	0,95	1,27	58,46	47	1,01	1,34	62,97	48	1,07	1,43	68,16	49	1,14	1,52	74,14
470	SUCRALFATO SUSPENSION 200ML FRASCO (DIP)	89	8,30	11,06	738,26	91	8,71	11,62	1055,04	93	9,20	12,26	1136,42	95	9,76	13,01	1230,11	96	10,40	13,87	1338,05

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
MARY BRITO
MARISOL PESANTEZ



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010				2011				2012				2013				2014			
		DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
471	HIOCINA-DIPIRONA 0.02/2.50G/5ML AMPOLLA (BUSCAPINA COM)	63	1,29	1,71	81,00	64	1,35	1,80	115,76	66	1,43	1,90	124,69	67	1,51	2,02	134,97	68	1,61	2,15	146,81
472	HIOCINA-PARACETAMOL 2/100MG/1ML GOTAS 15ML FRASCO (BU)	45	1,49	1,99	67,11	46	1,57	2,09	95,91	47	1,65	2,20	103,31	48	1,75	2,34	111,83	49	1,87	2,49	121,64
473	METOCLOPRAMIDA 10MG TABLETA (METOCLOX)	12	0,02	0,03	0,23	12	0,02	0,03	0,33	12	0,02	0,03	0,35	13	0,02	0,03	0,38	13	0,02	0,03	0,41
474	TRIMEBUTINA 200MG COMPRIMIDO (DEBRIDAT)	50	0,35	0,47	17,50	51	0,37	0,49	25,01	52	0,39	0,52	26,94	53	0,41	0,55	29,16	54	0,44	0,59	31,72
475	DIMENHIDRINATO 50MG TABLETA (ANAUTIN)	60	0,04	0,06	2,61	61	0,05	0,06	3,74	62	0,05	0,06	4,02	64	0,05	0,07	4,36	65	0,05	0,07	4,74
476	BIFOSFATO-FOSFATO ADULTO ENEMA FRASCO (FLEET)	60	1,85	2,47	111,00	61	1,94	2,59	158,63	62	2,05	2,74	170,87	64	2,18	2,90	184,95	65	2,32	3,09	201,18
477	BIFOSFATO-FOSFATO PEDIAT.ENEMA (FLEET PED)	50	1,85	2,47	92,50	51	1,94	2,59	132,19	52	2,05	2,74	142,39	53	2,18	2,90	154,13	54	2,32	3,09	167,65
478	LACTULOSA JARABE FRASCO (DUPHALAC)	25	11,04	14,72	276,00	26	11,60	15,46	394,43	26	12,24	16,32	424,86	27	12,99	17,31	459,88	27	13,84	18,46	500,24
479	RANITIDINA 50MG AMPOLLA (ZANTAC)	64	0,91	1,21	58,18	65	0,95	1,27	83,14	67	1,01	1,34	89,55	68	1,07	1,43	96,94	69	1,14	1,52	105,44
480	PENTOXIFILINA 300MG/15ML AMPOLLA (TRENTAL)	55	3,51	4,68	193,05	56	3,69	4,92	275,89	57	3,89	5,19	297,17	58	4,13	5,50	321,67	60	4,40	5,87	349,89
481	ESPIRONOLACTONA 25 TAB (ALDACTONE)	50	0,37	0,49	18,50	51	0,39	0,52	26,44	52	0,41	0,55	28,48	53	0,44	0,58	30,83	54	0,46	0,62	33,53
482	ATENOLOL 50MG TABLETA (TENORMIN)	90	0,24	0,31	21,24	92	0,25	0,33	30,36	94	0,26	0,35	32,70	96	0,28	0,37	35,39	98	0,30	0,39	38,50
483	ATENOLOL-CLORTALUDONA 50MG TABLETA (TENORETIC)	60	0,64	0,85	38,40	61	0,67	0,90	54,88	62	0,71	0,95	59,11	64	0,75	1,00	63,98	65	0,80	1,07	69,60
484	NIFEDIPINA 30MG OROS TABLETA (ADALAT 30 OROS)	120	1,32	1,75	157,87	122	1,38	1,84	225,62	125	1,46	1,94	243,02	127	1,55	2,06	263,05	130	1,65	2,20	286,13
485	NIFEDIPINA 60MG OROS TABLETA (ADALAT 60 OROS)	145	1,99	2,66	288,80	148	2,09	2,79	412,73	151	2,21	2,94	444,57	154	2,34	3,12	481,22	157	2,50	3,33	523,44
486	CAPTOPRIL 25MG TABLETA (CAPOTEN)	125	0,34	0,46	42,84	128	0,36	0,48	61,22	130	0,38	0,51	65,94	133	0,40	0,54	71,38	136	0,43	0,57	77,64
487	CAPTOPRIL 50MG TABLETA (CAPOTEN)	163	0,62	0,83	101,49	166	0,65	0,87	145,05	170	0,69	0,92	156,23	173	0,73	0,98	169,11	177	0,78	1,04	183,95
488	LOSARTAN 50MG TABLETA (COZAAR)	180	1,05	1,39	188,10	184	1,10	1,46	268,81	187	1,16	1,54	289,55	191	1,23	1,64	313,42	195	1,31	1,75	340,92
489	FUROSEMIDA 20MG/2ML AMPOLLA (LASIX)	145	0,47	0,63	68,12	148	0,49	0,66	97,36	151	0,52	0,69	104,86	154	0,55	0,74	113,51	157	0,59	0,79	123,47
490	FUROSEMIDA 40MG TABLETAS (LASIX)	160	0,09	0,12	14,51	163	0,10	0,13	20,73	167	0,10	0,13	22,33	170	0,11	0,14	24,17	173	0,11	0,15	26,29
491	CLORTALUDONA 50MG TABLETA (HIGROTON)	90	0,15	0,20	13,74	92	0,16	0,21	19,63	94	0,17	0,23	21,15	96	0,18	0,24	22,89	98	0,19	0,26	24,90
492	MOMETASONA 0.1% CREMA 15 G TUBO (ELOMET)	23	12,57	16,76	289,05	23	13,20	17,60	413,08	24	13,93	18,58	444,94	24	14,78	19,71	481,63	25	15,76	21,01	523,89
493	GENTAMICINA 1MG/G CREMA 20G TUBO (GARAMICINA)	23	0,78	1,04	18,01	23	0,82	1,10	25,74	24	0,87	1,16	27,72	24	0,92	1,23	30,01	25	0,98	1,31	32,64
494	RIFAMPICINA 1% SPRAY 20ML FRASCO (RIFOCINA)	23	5,13	6,84	117,99	23	5,39	7,18	168,62	24	5,69	7,58	181,63	24	6,03	8,05	196,60	25	6,43	8,58	213,85
495	PREDNACINOLONA 0.1% CREMA 15 G TUBO (MAXIDERM)	23	0,69	0,92	15,87	23	0,72	0,97	22,68	24	0,77	1,02	24,43	24	0,81	1,08	26,44	25	0,87	1,15	28,76
496	DIFLUCORTOLONA-ISOCONAZOL-NEOMICINA CREMA 20 G (SCHER)	23	5,35	7,14	123,15	23	5,62	7,50	175,99	24	5,94	7,92	189,56	24	6,30	8,40	205,19	25	6,71	8,95	223,19
497	ENSURE 400 G POLVO (TARRO ENSURE)	50	5,97	7,96	298,50	51	6,27	8,36	426,59	52	6,62	8,83	459,49	53	7,02	9,36	497,37	54	7,49	9,98	541,01
498	LECHE ENFAMIL II POLVO 500 G (TARRO ENFAMIL)	20	5,59	7,46	111,88	20	5,88	7,83	159,89	21	6,20	8,27	172,22	21	6,58	8,77	186,42	22	7,01	9,35	202,78
499	LECHE NUTRILOW PREMIUM POLVO 400 G (TARRO NUTRILOW)	20	12,27	16,35	245,30	20	12,88	17,18	350,56	21	13,60	18,13	377,60	21	14,43	19,24	408,73	22	15,38	20,50	444,59
500	LECHE SIMILAC ADVANCE II POLVO 450 G (TARRO SIMILAC)	25	5,18	6,90	129,44	26	5,44	7,25	184,99	26	5,74	7,65	199,26	27	6,09	8,12	215,68	27	6,49	8,66	234,61

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES
 ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
 MARY BRITO
 MARISOL PESANTEZ



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010				2011				2012				2013				2014			
		DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
501	HEPARINA SODICA 25.000UI/5ML AMPOLLA (HEPARINA SODICA)	12	3,88	5,17	46,56	12	4,08	5,43	66,54	12	4,30	5,74	71,68	13	4,56	6,09	77,59	13	4,87	6,49	84,39
502	ENOXIPARINA 20MG AMPOLLA (CLEXANE)	12	5,59	7,45	67,09	12	5,87	7,83	95,88	12	6,20	8,27	103,27	13	6,58	8,77	111,78	13	7,01	9,35	121,59
503	ENOXIPARINA 40MG AMPOLLA (CLEXANE)	12	8,27	11,02	99,21	12	8,68	11,58	141,79	12	9,17	12,22	152,72	13	9,72	12,97	165,31	13	10,37	13,82	179,82
504	WARFARINA SODICA 5MG TABLETA (COUMADIN)	50	0,63	0,84	31,50	51	0,66	0,88	45,02	52	0,70	0,93	48,49	53	0,74	0,99	52,49	54	0,79	1,05	57,09
505	AMINOCAPROICO A. AMPOLLA (AMICAR)	12	3,99	5,32	47,85	12	4,19	5,58	68,39	12	4,42	5,90	73,66	13	4,69	6,25	79,73	13	5,00	6,67	86,73
506	ACETILSALICILICO A. 500MG ADULTO TABLETA (ASAWIN)	120	0,02	0,03	2,40	122	0,02	0,03	3,43	125	0,02	0,03	3,69	127	0,02	0,03	4,00	130	0,03	0,03	4,35
507	ACETILSALICILICO A. 100MG PEDIAT.TABLETA (ASAWIN PEDI.)	130	0,01	0,02	1,82	133	0,01	0,02	2,60	135	0,02	0,02	2,81	138	0,02	0,02	3,04	141	0,02	0,02	3,30
508	HIERRO CITRATO-A.FOLICO JARABE 240ML FRASCO (IBEROL)	12	4,37	5,83	52,46	12	4,59	6,12	74,97	12	4,85	6,46	80,76	13	5,14	6,86	87,41	13	5,48	7,31	95,08
509	HIERRO SULFATO-A.FOLICO 525MG/800MCG TABLETA (IBEROL F)	120	0,09	0,12	10,82	122	0,09	0,13	15,47	125	0,10	0,13	16,66	127	0,11	0,14	18,04	130	0,11	0,15	19,62
510	DIGOXINA AMPOLLA 500MCG/2ML (DIGOXINA AMP)	13	5,00	6,67	65,00	13	5,25	7,00	92,89	14	5,54	7,39	100,06	14	5,88	7,84	108,31	14	6,27	8,36	117,81
511	DOPAMINA 200MG/5ML AMPOLLA (DOPAMINA)	13	1,71	2,28	22,24	13	1,80	2,40	31,78	14	1,90	2,53	34,23	14	2,01	2,68	37,06	14	2,15	2,86	40,31
512	KETOCONAZOL20MG/G TUBO 15G (NIZORAL)	25	1,31	1,75	32,75	26	1,38	1,83	46,80	26	1,45	1,94	50,41	27	1,54	2,05	54,57	27	1,64	2,19	59,36
513	COLAGENASA 80U/100G CREMA 20G TUBO (IRUXOL)	26	10,87	14,50	282,74	27	11,42	15,23	404,06	27	12,06	16,08	435,23	28	12,79	17,05	471,11	28	13,63	18,18	512,44
514	EXTRACTO CEPAE-HEPARINA 15G TUBO (CONTRATUBEX)	26	4,79	6,39	124,58	27	5,03	6,71	178,03	27	5,31	7,08	191,77	28	5,64	7,51	207,58	28	6,01	8,01	225,79
515	CETRIRICINA 10MG/1ML GOTAS PEDI. FRASCO 15ML (ALERSET)	16	4,54	6,06	72,69	16	4,77	6,36	103,88	17	5,04	6,72	111,90	17	5,34	7,13	121,12	17	5,70	7,60	131,75
516	LORATADINA 10MG TABLETA (CLARITYNE)	180	0,57	0,76	102,17	184	0,60	0,79	146,01	187	0,63	0,84	157,27	191	0,67	0,89	170,24	195	0,71	0,95	185,18
517	CETRIRICINA-PSEUDOEF.5/120MG CAPSULA (ALERSET D)	220	0,42	0,56	91,60	224	0,44	0,58	130,91	229	0,46	0,62	141,00	234	0,49	0,65	152,63	239	0,52	0,70	166,02
518	CETRIRICINA-PSEUDOEF.5/60MG/5ML JARABE 60ML FRASCO (ALERSET)	60	4,01	5,35	240,55	61	4,21	5,61	343,76	62	4,45	5,93	370,28	64	4,72	6,29	400,81	65	5,03	6,70	435,98
519	MEPILFINA 200MG/10ML GOTAS FRASCO (FLUIDASA)	25	1,98	2,64	49,44	26	2,08	2,77	70,66	26	2,19	2,92	76,11	27	2,33	3,10	82,38	27	2,48	3,31	89,61
520	GENTAMICINA OFT/OTIC GOTAS 3MG/ML FRASCO 5ML (GARAMIC)	25	4,22	5,63	105,53	26	4,43	5,91	150,81	26	4,68	6,24	162,44	27	4,96	6,62	175,83	27	5,29	7,06	191,26
521	BETAMETASONA 4MG/ML AMPOLLA (CELESTONE)	35	1,28	1,71	44,85	36	1,35	1,79	64,09	36	1,42	1,89	69,03	37	1,51	2,01	74,72	38	1,61	2,14	81,28
522	DIHIDROCORTISONA 100MG/2ML AMPOLLA (SOLUCORTEF)	25	3,01	4,01	75,23	26	3,16	4,21	107,51	26	3,34	4,45	115,80	27	3,54	4,72	125,35	27	3,77	5,03	136,35
523	METRONIDAZOL OVULO 500MG (ACROMONA)	20	0,11	0,14	2,13	20	0,11	0,15	3,05	21	0,12	0,16	3,28	21	0,13	0,17	3,55	22	0,13	0,18	3,86
524	ISOCANAZOL OVULO VAGINAL 600MG CAJA (ICADEM)	60	9,43	12,57	565,71	61	9,90	13,21	808,46	62	10,45	13,94	870,82	64	11,09	14,79	942,62	65	11,82	15,76	1025,33
525	ESTRIOL CREMA VAGINAL 15 G TUBO (OVESTIN)	60	5,56	7,41	333,60	61	5,84	7,79	476,75	62	6,16	8,22	513,52	64	6,54	8,72	555,86	65	6,97	9,30	604,63
526	NITROFURANTOINA 100MG CAPSULA (UVAMIN RETARD)	60	0,17	0,22	10,66	61	0,18	0,23	14,38	62	0,19	0,25	15,49	64	0,20	0,26	16,77	65	0,21	0,28	18,24
527	FLAVOXATO CL. 200MG GRAGEA (BLADURIL)	70	0,47	0,63	33,17	71	0,50	0,66	47,40	73	0,53	0,70	51,05	74	0,56	0,74	55,26	76	0,59	0,79	60,11
528	OXIMETAZOLINA CL. SOLUCION NASAL FRASCO 15ML (AFRIN ADUL)	60	1,75	2,33	105,00	61	1,84	2,45	150,06	62	1,94	2,59	161,63	64	2,06	2,74	174,96	65	2,19	2,93	190,31
529	SALBUTAMOL JARABE 200ML FRASCO (VENTOLIN)	20	3,87	5,16	77,44	20	4,07	5,42	110,67	21	4,29	5,72	119,20	21	4,55	6,07	129,03	22	4,85	6,47	140,35
530	SALBUTAMOL EXPECTORANTE JARABE 200ML FRASCO (VENTOLIN)	20	6,74	8,98	134,71	20	7,07	9,43	192,51	21	7,47	9,96	207,36	21	7,92	10,56	224,45	22	8,44	11,26	244,15
531	SALBUTAMOL SOLUCION NEBULIZACION FRASCO 10ML (VENTOLIN)	20	6,18	8,23	123,52	20	6,49	8,65	176,53	21	6,85	9,13	190,14	21	7,26	9,69	205,82	22	7,74	10,33	223,88
532	AMBROXOL-SALBUTAMOL 7,5/2MG/5ML JARABE 120ML (AEROFLU)	20	6,96	9,28	139,19	20	7,31	9,75	198,91	21	7,72	10,29	214,25	21	8,19	10,91	231,92	22	8,73	11,63	252,27

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
MARY BRITO
MARISOL PESANTEZ



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS
FACULTAD DE ECONOMÍAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010				2011				2012				2013				2014			
		DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
533	AMINOFILINA 240MG/10ML AMPOLLA (AMINOFILINA)	25	0,46	0,61	11,50	26	0,48	0,64	16,43	26	0,51	0,68	17,70	27	0,54	0,72	19,16	27	0,58	0,77	20,84
534	SALBUTAMOL-BECLOMETASONA 100MCG INHALADOR 200 DOSIS	25	13,57	18,09	339,13	26	14,25	19,00	484,64	26	15,04	20,05	522,03	27	15,96	21,27	565,06	27	17,01	22,68	614,65
535	IPATROPIO INHALADOR 200 DOSIS FRASCO (ATROVENT)	22	8,85	11,80	194,70	22	9,30	12,39	278,25	23	9,81	13,08	299,71	23	10,41	13,88	324,42	24	11,10	14,80	352,88
536	FENOTEROL 2,5MG TABLETA (BEROTEC)	60	0,31	0,41	18,58	61	0,33	0,43	26,55	62	0,34	0,46	28,59	64	0,36	0,49	30,95	65	0,39	0,52	33,67
537	LORATADINA-PSEUDO E. GRAGEAS (CLARITYNE D)	75	0,56	0,75	42,00	77	0,59	0,78	60,02	78	0,62	0,83	64,65	80	0,66	0,88	69,98	81	0,70	0,94	76,12
538	CLORFENIRAMINA-ACETAMINOFEN 15 ML GOTAS (CORICIDIN GOT.)	60	1,22	1,63	73,42	61	1,29	1,71	104,92	62	1,36	1,81	113,01	64	1,44	1,92	122,33	65	1,53	2,05	133,06
539	AMBROXOL ADULTO JARABE FRASCO (MUCOSOLVAN)	60	5,06	6,75	303,53	61	5,31	7,09	433,78	62	5,61	7,48	467,24	64	5,95	7,93	505,76	65	6,34	8,46	550,14
540	N-ACETILCISTEINA 100MG SOBRE GRANULADO (FLUIMUCIL 100)	80	0,46	0,61	36,40	82	0,48	0,64	52,02	83	0,50	0,67	56,03	85	0,54	0,71	60,65	87	0,57	0,76	65,97
541	TOXOIDE TETANICO 40UI/0,5ML AMPOLLA (TETAVAX)	50	4,34	5,79	216,98	51	4,56	6,08	310,09	52	4,81	6,42	334,00	53	5,10	6,81	361,54	54	5,44	7,25	393,26
542	AMBROXOL PEDIAT. JARABE FRASCO (MUCOSOLVAN)	50	3,24	4,32	162,00	51	3,40	4,54	231,51	52	3,59	4,79	249,37	53	3,81	5,08	269,93	54	4,06	5,42	293,62
543	TINIDAZOL 1 G TABLETA (FASIGYN)	60	0,89	1,19	53,38	61	0,93	1,25	76,28	62	0,99	1,32	82,16	64	1,05	1,40	88,94	65	1,12	1,49	96,74
544	METRONIDAZOL SUPOSITORIO 500MG UNIDAD (VETISOL)	70	0,14	0,19	9,80	71	0,15	0,20	14,01	73	0,16	0,21	15,09	74	0,16	0,22	16,33	76	0,18	0,23	17,76
545	ORNIDAZOL 500MG TABLETA (TIBERAL)	80	1,54	2,05	123,20	82	1,62	2,16	176,07	83	1,71	2,28	189,65	85	1,81	2,42	205,28	87	1,93	2,57	223,29
546	MOXIFLOXACINA 400MG TABLETAS (AVELOX)	90	6,99	9,31	628,65	92	7,34	9,78	898,41	94	7,74	10,33	967,70	96	8,22	10,95	1047,48	98	8,76	11,68	1139,39
547	CIPROFLOXACINA 100MG AMPOLLA (PROFLOX 100 AMP)	100	2,91	3,88	291,00	102	3,06	4,08	415,87	104	3,23	4,30	447,95	106	3,42	4,56	484,88	108	3,65	4,86	527,42
548	CIPROFLOXACINA 200MG AMPOLLA (PROFLOX 200 AMP)	100	3,96	5,28	395,80	102	4,16	5,54	565,64	104	4,39	5,85	609,27	106	4,66	6,21	659,50	108	4,96	6,62	717,37
549	PENIC. CLEMIZOL 1 UI AMPOLLA (MEGACILINA)	90	2,07	2,76	186,26	92	2,17	2,90	266,19	94	2,29	3,06	286,72	96	2,43	3,25	310,36	98	2,59	3,46	337,59
550	AMIKACINA 100 MG AMPOLLA (AMIKIN)	50	1,74	2,32	86,83	51	1,82	2,43	124,08	52	1,93	2,57	133,65	53	2,04	2,72	144,67	54	2,18	2,90	157,37
551	AMIKACINA 250 MG AMPOLLA (AMIKIN)	50	3,46	4,61	173,03	51	3,64	4,85	247,28	52	3,84	5,12	266,36	53	4,07	5,43	288,32	54	4,34	5,79	313,62
552	AMIKACINA 500MG AMPOLLA (AMIKIN)	50	5,05	6,74	252,63	51	5,31	7,08	361,03	52	5,60	7,47	388,88	53	5,94	7,92	420,94	54	6,34	8,45	457,88
553	AMIKACINA 1 G AMPOLLA (AMIKIN)	30	8,93	11,90	267,85	31	9,38	12,50	382,78	31	9,90	13,20	412,31	32	10,50	14,00	446,30	33	11,19	14,93	485,46
554	TAZOACTAM-PIPERACILINA 4.5 G AMPOLLA (TAZOCIN)	10	19,50	26,00	195,00	10	20,48	27,31	278,68	10	21,62	28,83	300,17	11	22,94	30,58	324,92	11	24,45	32,60	353,43
555	IMIPENEM 500MG AMPOLLA (TIENAM)	20	24,12	32,16	482,34	20	25,33	33,78	689,32	21	26,74	35,65	742,49	21	28,37	37,82	803,70	22	30,24	40,32	874,22
556	FOSFOMICINA 500MG CAPSULAS (FOSFOCINA)	80	0,65	0,87	52,32	82	0,69	0,92	74,77	83	0,73	0,97	80,54	85	0,77	1,03	87,18	87	0,82	1,09	94,82
557	FOSFOMICINA 3G/60ML SUSPENSION FRASCO (FOSFOCINA)	20	4,86	6,48	97,20	20	5,10	6,81	138,91	21	5,39	7,19	149,62	21	5,72	7,62	161,96	22	6,09	8,12	176,17
558	KETOCONAZOL 200MG TABLETA (NIZORAL)	50	0,60	0,80	30,00	51	0,63	0,84	42,87	52	0,67	0,89	46,18	53	0,71	0,94	49,99	54	0,75	1,00	54,37
559	TECLOZAN 500MG X 3 TABLETAS CAJA (FALMONOX)	80	3,14	4,18	251,07	82	3,30	4,40	358,81	83	3,48	4,64	386,49	85	3,69	4,92	418,35	87	3,94	5,25	455,06
560	TECLOZAN 50MG/5ML FRASCO 90ML (FALMONOX)	23	2,71	3,61	62,23	23	2,84	3,79	88,93	24	3,00	4,00	95,79	24	3,18	4,24	103,68	25	3,39	4,52	112,78
561	SECNIDAZOL 1 G X 2 TABLETA CAJA (SECNIDAL)	11	3,01	4,02	33,14	11	3,16	4,22	47,36	11	3,34	4,45	51,01	12	3,54	4,72	55,22	12	3,78	5,04	60,06
562	METRONIDAZOL 500 MG TABLETA (FLAGIL 500MG)	20	0,11	0,14	2,14	20	0,11	0,15	3,06	21	0,12	0,16	3,30	21	0,13	0,17	3,57	22	0,13	0,18	3,88
563	METRONIDAZOL 125MG/5ML SUSPENSION FRASCO 120ML (FLAGYL)	15	3,13	4,17	46,91	15	3,28	4,38	67,03	16	3,47	4,62	72,20	16	3,68	4,90	78,16	16	3,92	5,23	85,01
564	METRONIDAZOL 250MG/5ML SUSPENSION FRASCO 120ML (FLAGYL)	15	4,35	5,80	65,23	15	4,57	6,09	93,22	16	4,82	6,43	100,41	16	5,11	6,82	108,68	16	5,45	7,27	118,22
565	METRONIDAZOL I.V. 500 MG AMPOLLA (FLAGYL I.V)	10	4,18	5,57	41,75	10	4,39	5,85	59,67	10	4,63	6,17	64,27	11	4,91	6,55	69,57	11	5,23	6,98	75,67
566	NORFLOXACINA 400MG TABLETAS (NOROXIN)	50	0,58	0,78	29,09	51	0,61	0,81	41,57	52	0,65	0,86	44,77	53	0,68	0,91	48,47	54	0,73	0,97	52,72
567	AMOXIC. 875 MG - SULBACTAM 125 MG TABLETAS (TRIFAMOX IBL)	80	1,51	2,01	120,85	82	1,59	2,12	172,71	83	1,67	2,23	186,03	85	1,78	2,37	201,36	87	1,89	2,53	219,03
568	AMOXIC 875+ACID-SULBACTAM 125 TABLETA (TRIFAMOX)	80	1,62	2,15	129,23	82	1,70	2,26	184,69	83	1,79	2,39	198,93	85	1,90	2,53	215,33	87	2,03	2,70	234,23
569	AMOX - SULBACTAM 250MG/ 5ML SUSPENSION FRASCO (TRIFAMOX)	20	6,01	8,01	120,19	20	6,31	8,42	171,76	21	6,66	8,88	185,01	21	7,07	9,42	200,27	22	7,53	10,05	217,84
570	AMOX - A. CLAVULONICO 250MG/5ML SUSPENS. FRASCO (CLAVINEX)	30	5,58	7,43	167,27	31	5,86	7,81	239,04	31	6,18	8,24	257,48	32	6,56	8,74	278,70	33	6,99	9,32	303,16
571	AMPICILINA 250MG AMPOLLA (AMPIBEX)	10	0,93	1,24	9,27	10	0,97	1,30	13,25	10	1,03	1,37	14,27	11	1,09	1,45	15,45	11	1,16	1,55	16,81
572	AMPICILINA 1G AMPOLLA (AMPIBEX)	10	1,26	1,68	12,59	10	1,32	1,76	17,99	10	1,40	1,86	19,37	11	1,48	1,97	20,97	11	1,58	2,10	22,81
573	AMOX - SULBACTAM 1.5 G AMPOLLA (TRIFAMOX)	10	5,56	7,41	55,59	10	5,84	7,79	79,44	10	6,16	8,22	85,57	11	6,54	8,72	92,63	11	6,97	9,29	100,75
574	AMPI-SULBACTAM 1.5G AMPOLLA (UNASYN)	10	2,96	3,95	29,59	10	3,11	4,14	42,29	10	3,28	4,37	45,55	11	3,48	4,64	49,31	11	3,71	4,95	53,63
575	CEFADROXIL 500 MG CAPSULAS (DURACEF)	50	0,81	1,08	40,47	51	0,85	1,13	57,83	52	0,90	1,20	62,29	53	0,95	1,27	67,43	54	1,01	1,35	73,34

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
MARY BRITO
MARISOL PESANTEZ



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010				2011				2012				2013				2014			
		DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
576	CEFADROXIL 125 MG/5ML SUSPENSION FRASCO (DURACEF)	6	4,05	5,40	24,32	6	4,26	5,68	34,76	6	4,49	5,99	37,44	6	4,77	6,36	40,52	7	5,08	6,78	44,08
577	CEFADROXIL 250/5ML SUSPENSION FRASCO (DURACEF)	9	6,92	9,22	62,24	9	7,26	9,69	88,94	9	7,67	10,22	95,81	10	8,13	10,85	103,70	10	8,67	11,56	112,80
578	CEFADROXIL 500MG/5ML SUSPENSION FRASCO (DURACEF)	8	12,22	16,29	97,73	8	12,83	17,11	139,67	8	13,55	18,06	150,44	8	14,37	19,16	162,84	9	15,32	20,42	177,13
579	CEFTIBUTEN 36MG/ML SUSPENSION FRASCO (CEDAX)	10	16,08	21,44	160,78	10	16,89	22,52	229,77	10	17,83	23,77	247,49	11	18,91	25,21	267,90	11	20,16	26,88	291,41
580	CEFAZOLINA 1 G AMPOLLA (CEFACIDAL)	15	2,50	3,33	37,50	15	2,63	3,50	53,59	16	2,77	3,70	57,73	16	2,94	3,92	62,48	16	3,13	4,18	67,97
581	CEFTAZIDIMA 1 G AMPOLLA (CEFTAZIDIMA RICHET)	15	4,53	6,04	67,98	15	4,76	6,35	97,15	16	5,03	6,70	104,64	16	5,33	7,11	113,27	16	5,68	7,58	123,21
582	CEFFEPIME 1 G AMPOLLA (MAXIPIME)	5	19,67	26,22	98,33	5	20,66	27,54	140,52	5	21,80	29,07	151,36	5	23,13	30,84	163,83	5	24,66	32,88	178,21
583	CLINDAMICINA FOSFATO 600 MG AMPOLLA (DALACIN)	8	4,52	6,03	36,19	8	4,75	6,34	51,72	8	5,02	6,69	55,71	8	5,32	7,09	60,30	9	5,67	7,56	65,59
584	CLARITROMICINA 125MG/5ML SUSPENSION FRASCO (KLARICID)	6	9,08	12,11	54,48	6	9,54	12,72	77,86	6	10,07	13,42	83,86	6	10,68	14,24	90,78	7	11,38	15,18	98,74
585	CLARITROMICINA 250MG/5ML SUSPENSION FRASCO (KLARICID)	6	17,09	22,78	102,51	6	17,95	23,93	146,50	6	18,94	25,26	157,80	6	20,10	26,79	170,81	7	21,42	28,56	185,79
586	CLOXANFENICOL 1G AMPOLLA (ACROMAXFENICOL)	5	2,97	3,96	14,85	5	3,12	4,16	21,22	5	3,29	4,39	22,86	5	3,49	4,66	24,74	5	3,72	4,97	26,91
587	AMOXICILINA 500 MG CAPSULA (BRISTAMOX)	90	0,24	0,32	21,60	92	0,25	0,34	30,87	94	0,27	0,35	33,25	96	0,28	0,38	35,99	98	0,30	0,40	39,15
588	AMOXICILINA 125 MG/ 5ML SUSPENSION FRASCO (BRISTAMOX)	10	3,08	4,10	30,76	10	3,23	4,31	43,96	10	3,41	4,55	47,35	11	3,62	4,82	51,26	11	3,86	5,14	55,75
589	GLUCONATO CALCIO AMPOLLA (CALCIUM SANDOZ)	10	0,71	0,95	7,11	10	0,75	1,00	10,16	10	0,79	1,05	10,94	11	0,84	1,11	11,84	11	0,89	1,19	12,88
590	B-DEX 5% 1000ML FRASCO (B-DEX)	20	2,23	2,97	44,60	20	2,34	3,12	63,74	21	2,47	3,30	68,65	21	2,62	3,50	74,31	22	2,80	3,73	80,84
591	DEXAMETASONA-CLOTRIMAZOL CREMA TUBO (BAYCUTEN)	25	4,96	6,61	123,95	26	5,21	6,94	177,13	26	5,50	7,33	190,80	27	5,83	7,78	206,53	27	6,22	8,29	224,65
592	VIT. B AMPOLLA (BECO 5)	20	1,18	1,58	23,63	20	1,24	1,65	33,76	21	1,31	1,75	36,37	21	1,39	1,85	39,37	22	1,48	1,97	42,82
593	VIT. B AMPOLLA + 10ML DISOLVENTE (BENUTREX B12)	15	8,73	11,65	131,02	15	9,17	12,23	187,24	16	9,68	12,91	201,68	16	10,27	13,70	218,31	16	10,95	14,60	237,47
594	PAINTENOL 50MG/G CREMA TUBO (BEPANTHENE)	25	2,81	3,74	70,18	26	2,95	3,93	100,30	26	3,11	4,15	108,04	27	3,30	4,40	116,94	27	3,52	4,69	127,21
595	METACRESOLSULFONICO 90MG OVULO (ALBOTHYL)	55	2,03	2,71	111,71	56	2,13	2,84	159,65	57	2,25	3,00	171,96	58	2,39	3,19	186,14	60	2,55	3,40	202,47
596	AMOXICILINA 500MG JARABE FRASCO (AMOVAL)	6	6,91	9,21	41,45	6	7,26	9,68	59,24	6	7,66	10,21	63,81	6	8,13	10,84	69,07	7	8,66	11,55	75,13
597	DEXTROPROPOXIFENO AMPOLLA 37,5MG (ACROGESICO AMP.)	12	0,31	0,42	3,75	12	0,33	0,44	5,37	12	0,35	0,46	5,78	13	0,37	0,49	6,26	13	0,39	0,52	6,80
598	ADRENALINA 1MG/1ML AMPOLLA (EPINEFRINA)	15	0,33	0,43	4,89	15	0,34	0,46	6,99	16	0,36	0,48	7,53	16	0,38	0,51	8,15	16	0,41	0,54	8,86
599	SIMETICONA TABLETA (AERO OM)	60	0,13	0,17	7,72	61	0,14	0,18	11,04	62	0,14	0,19	11,89	64	0,15	0,20	12,87	65	0,16	0,22	14,00
600	SIMETICONA-METOCLOPRAMIDA TABLETA (AEROFLAT)	90	0,33	0,44	29,36	92	0,34	0,46	41,96	94	0,36	0,48	45,20	96	0,38	0,51	48,92	98	0,41	0,55	53,22
601	FENOLFALTEINA-MINERAL ACEITE 240ML SUSPENSION (AGAROL)	70	2,18	2,91	152,67	71	2,29	3,05	218,18	73	2,42	3,22	235,01	74	2,57	3,42	254,38	76	2,73	3,65	276,71
602	CEFALEXINA 250MG/5ML SUSPENSION FRASCO (CEFADIN)	60	2,39	3,19	143,58	61	2,51	3,35	205,20	62	2,65	3,54	221,02	64	2,81	3,75	239,25	65	3,00	4,00	260,24
603	CEFTRIAXONA 1 G AMPOLLA (ROCEPHIN)	15	15,54	20,73	233,16	15	16,33	21,77	333,21	16	17,24	22,98	358,91	16	18,28	24,38	388,50	16	19,49	25,99	422,59
604	PAMOATO PIRANTEL/OXANTEL 50MG/ML SUSPENSION FRASCO (CO)	30	2,55	3,39	76,38	31	2,67	3,57	109,16	31	2,82	3,76	117,58	32	2,99	3,99	127,28	33	3,19	4,26	138,44
605	PENIC.BENZ. 1'2.UI AMPOLLA (BICONCILINA)	10	0,88	1,17	8,77	10	0,92	1,23	12,53	10	0,97	1,30	13,50	11	1,03	1,38	14,61	11	1,10	1,47	15,89

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES
ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010				2011				2012				2013				2014			
		DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
606	NISTATINA 30ML SUSPENSION FRASCO (ACRONISTINA)	22	1,83	2,44	40,27	22	1,92	2,56	57,55	23	2,03	2,71	61,99	23	2,15	2,87	67,10	24	2,29	3,06	72,98
607	NIFEDIPINA 10MG SUBLINGUAL CAPSULA (ADALAT)	60	0,49	0,66	29,59	61	0,52	0,69	42,28	62	0,55	0,73	45,54	64	0,58	0,77	49,30	65	0,62	0,82	53,62
608	CETIRICINA 1MG/1ML JARABE 60ML FRASCO (ALERGET)	25	3,44	4,58	85,90	26	3,61	4,81	122,76	26	3,81	5,08	132,23	27	4,04	5,39	143,13	27	4,31	5,74	155,69
609	FENOTEROL 0.5MG/10ML AMPOLLA (BEROTEC)	10	3,93	5,24	39,28	10	4,13	5,50	56,13	10	4,35	5,81	60,46	11	4,62	6,16	65,44	11	4,92	6,57	71,19
610	CALCIO CARBONATO- VIT.-DTABLETA (CAPRIMIDA D)	120	0,19	0,25	22,37	122	0,20	0,26	31,97	125	0,21	0,28	34,43	127	0,22	0,29	37,27	130	0,23	0,31	40,54
611	CEFALEXINA 500MG CAPSULA (CEFADIN)	120	0,27	0,37	32,93	122	0,29	0,38	47,06	125	0,30	0,41	50,69	127	0,32	0,43	54,87	130	0,34	0,46	59,69
612	CELECOXIB 200MG CAPSULA (CELEBREX)	150	0,96	1,28	144,55	153	1,01	1,35	206,58	156	1,07	1,42	222,51	159	1,13	1,51	240,86	163	1,21	1,61	261,99
613	MISOPROSTOL 200MCG TABLETA (CYTOTEC)	120	0,39	0,51	46,21	122	0,40	0,54	66,04	125	0,43	0,57	71,14	127	0,45	0,60	77,00	130	0,48	0,64	83,76
614	ENFLUORANE CADA CENTIMETRO (ETHRANE)	20	0,29	0,39	5,86	20	0,31	0,41	8,38	21	0,32	0,43	9,02	21	0,34	0,46	9,76	22	0,37	0,49	10,62
615	GUBENCLAMIDA TABLETA (EUGLUCON)	65	0,10	0,13	6,18	66	0,10	0,13	8,83	68	0,11	0,14	9,52	69	0,11	0,15	10,30	70	0,12	0,16	11,20
616	MELOXICAM 15MG TABLETA (MOBIC)	150	1,17	1,55	174,84	153	1,22	1,63	249,87	156	1,29	1,72	269,14	159	1,37	1,83	291,33	163	1,46	1,95	316,89
617	NALOXONA 0.4MG/ML AMPOLLA (NALOXONA)	10	3,85	5,13	38,50	10	4,04	5,39	55,02	10	4,27	5,69	59,26	11	4,53	6,04	64,15	11	4,83	6,44	69,78
618	PENTAZOCINA 30MG/1ML AMPOLLA (SOSEGON)	10	2,24	2,99	22,42	10	2,35	3,14	32,04	10	2,49	3,31	34,51	11	2,64	3,52	37,35	11	2,81	3,75	40,63
619	CLORZOXAZONA-PARACETAMOL 250/300MG TABLETA (TENSIFLEX)	60	0,13	0,17	7,68	61	0,13	0,18	10,98	62	0,14	0,19	11,83	64	0,15	0,20	12,80	65	0,16	0,21	13,93
620	VIT. B CAPSULA (VITA B)	150	0,06	0,08	8,79	153	0,06	0,08	12,56	156	0,06	0,09	13,53	159	0,07	0,09	14,65	163	0,07	0,10	15,94
621	AMOXICILINA 250 MG/ 5 ML SUSPENSION FRASCO (BRISTAMOX)	25	4,33	5,78	108,32	26	4,55	6,07	154,80	26	4,80	6,41	166,74	27	5,10	6,79	180,48	27	5,43	7,24	196,32
622	DOXAZOSIN 4MG TABLETA (CARDURA)	60	1,03	1,37	61,64	61	1,08	1,44	88,09	62	1,14	1,52	94,88	64	1,21	1,61	102,71	65	1,29	1,72	111,72
623	SIMETICONA-HIDROX. AL-MG-CO3CA SUSPENSION 250ML FRASCO	20	2,15	2,87	43,09	20	2,26	3,02	61,58	21	2,39	3,19	66,33	21	2,53	3,38	71,80	22	2,70	3,60	78,10
624	SACHARAMICES B. SOBRES 200MG (FLORATIL)	80	1,21	1,62	97,08	82	1,27	1,70	138,74	83	1,35	1,79	149,44	85	1,43	1,90	161,76	87	1,52	2,03	175,95
625	ESTRADIOL 4MG/1ML AMPOLLA (GYNODIAN DEPOT)	10	5,48	7,31	54,81	10	5,76	7,68	78,33	10	6,08	8,10	84,37	11	6,45	8,60	91,32	11	6,87	9,16	99,34
626	PENIC. CLEMIZOL FORTE 4. UI AMPOLLA (MEGACILINA)	10	2,07	2,76	20,70	10	2,17	2,90	29,58	10	2,29	3,06	31,86	11	2,43	3,25	34,48	11	2,59	3,46	37,51
627	AMBROXOL 15MG/2ML AMPOLLA (MUCOSOLVAN)	10	1,10	1,46	10,97	10	1,15	1,54	15,68	10	1,22	1,62	16,89	11	1,29	1,72	18,28	11	1,38	1,83	19,89
628	OXITOCINA 10UI AMPOLLA (PITOCIN)	10	0,52	0,69	5,20	10	0,55	0,73	7,43	10	0,58	0,77	8,00	11	0,61	0,82	8,66	11	0,65	0,87	9,42
629	MANITOL 20% SOLUCION 500ML FRASCO (OSMORIN)	15	4,34	5,78	65,05	15	4,56	6,07	92,96	16	4,81	6,41	100,13	16	5,10	6,80	108,39	16	5,44	7,25	117,90
630	LECHE S-26 POLVO 454 G (TARRO S-26)	15	6,03	8,04	90,44	15	6,33	8,44	129,25	16	6,69	8,91	139,22	16	7,09	9,46	150,70	16	7,56	10,08	163,92
631	LECHE SIMILAC ADVANCE I POLVO 450 G (TARRO SIMILAC)	80	6,21	8,27	496,50	82	6,52	8,69	709,55	83	6,88	9,18	764,28	85	7,30	9,73	827,28	87	7,78	10,38	899,87
632	POLIACRILICO A. GEL OFTL. TUBO (VISCOTEAR GEL)	20	8,08	10,77	161,60	20	8,49	11,32	230,94	21	8,96	11,95	248,76	21	9,50	12,67	269,26	22	10,13	13,51	292,89
633	ALPRAZOLAM 0.50MG TABLETA (XANAX)	80	0,47	0,62	37,20	82	0,49	0,65	53,16	83	0,52	0,69	57,26	85	0,55	0,73	61,98	87	0,58	0,78	67,42
634	CEFUROXIMA 750 MG AMPOLLA (ZINNAT)	10	10,47	13,96	104,67	10	10,99	14,66	149,58	10	11,61	15,47	161,12	11	12,31	16,42	174,41	11	13,12	17,50	189,71
635	ACICLOVIR IV 250MG AMPOLLA (ZOVIRAX)	10	20,12	26,82	201,18	10	21,13	28,18	287,51	10	22,31	29,74	309,68	11	23,66	31,55	335,21	11	25,22	33,63	364,63
636	AMOX. - A. CLAVULONICO 1000 MG TABLETA (CURAM)	80	0,81	1,08	64,98	82	0,85	1,14	92,87	83	0,90	1,20	100,03	85	0,96	1,27	108,28	87	1,02	1,36	117,78
637	SEVOFLUORANE CADA CENTIMETRO (SEVORANE)	80	0,51	0,68	40,96	82	0,54	0,72	58,54	83	0,57	0,76	63,05	85	0,60	0,80	68,25	87	0,64	0,86	74,24
638	LECHE ENFAMIL I POLVO 450 G (TARRO ENFAMIL)	20	5,92	7,90	118,44	20	6,22	8,29	169,26	21	6,57	8,76	182,32	21	6,97	9,29	197,35	22	7,43	9,90	214,67

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
MARY BRITO
MARISOL PESANTEZ



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010				2011				2012				2013				2014			
		DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
639	FUCIDICO A. 2% CREMA 15G TUBO (FUCIDIN LEO)	25	4,31	5,75	107,84	26	4,53	6,04	154,11	26	4,78	6,38	166,00	27	5,07	6,76	179,68	27	5,41	7,21	195,45
640	GEMFIBROZIL 300MG CAPSULA (LOPID)	70	0,30	0,40	20,83	71	0,31	0,42	29,77	73	0,33	0,44	32,06	74	0,35	0,47	34,71	76	0,37	0,50	37,75
641	HIDROXIPROGESTERONA 500MG/2ML AMPOLLA (PRIMOLUT-DEPC)	10	6,34	8,46	63,42	10	6,66	8,88	90,63	10	7,03	9,38	97,62	11	7,46	9,95	105,67	11	7,95	10,60	114,94
642	METFORMINA 500MG TABLETA (GLUCOFAGE XR)	80	0,43	0,57	34,43	82	0,45	0,60	49,20	83	0,48	0,64	52,99	85	0,51	0,67	57,36	87	0,54	0,72	62,39
643	DICLOFENACO P. 12,5MG PEDIAT.SUPOSITORIO (CATAFLAM)	20	0,15	0,20	2,98	20	0,16	0,21	4,26	21	0,17	0,22	4,58	21	0,18	0,23	4,96	22	0,19	0,25	5,40
644	SOLETROL K 10ML AMPOLLA (SOLETROL K)	12	0,40	0,53	4,80	12	0,42	0,56	6,86	12	0,44	0,59	7,38	13	0,47	0,63	7,99	13	0,50	0,67	8,69
645	NALBUPHINA 20MG AMPOLLA (NUBAIN)	15	3,45	4,60	51,73	15	3,62	4,83	73,92	16	3,82	5,10	79,62	16	4,06	5,41	86,19	16	4,32	5,77	93,75
646	LECHE SIMILAC ADVANCE LF SIN LACTOSA 400G (TARRO SIMILAC)	20	5,39	7,18	107,75	20	5,66	7,55	153,99	21	5,97	7,96	165,86	21	6,34	8,45	179,54	22	6,76	9,01	195,29
647	PROPINOX-LISINA CL AMPOLLA (SERTAL COMPUESTO)	15	1,36	1,82	20,45	15	1,43	1,91	29,23	16	1,51	2,02	31,48	16	1,60	2,14	34,08	16	1,71	2,28	37,07
648	DIAZEPAM 10MG TABLETA (VALIUM)	70	0,10	0,13	7,00	71	0,11	0,14	10,00	73	0,11	0,15	10,78	74	0,12	0,16	11,66	76	0,13	0,17	12,69
649	PROMOD 275 G POLVO (TARRO PROMOD)	20	9,34	12,45	186,80	20	9,81	13,08	266,96	21	10,36	13,81	287,55	21	10,99	14,65	311,25	22	11,71	15,61	338,57
650	MEPILFINA 500MG/100ML JARABE 200ML FRASCO (FLUIDASA)	25	4,67	6,22	116,67	26	4,90	6,54	166,73	26	5,17	6,90	179,59	27	5,49	7,32	194,39	27	5,85	7,80	211,45
651	MELOXICAM 15MG AMPOLLA (OXA)	15	1,67	2,22	24,98	15	1,75	2,33	35,70	16	1,85	2,46	38,46	16	1,96	2,61	41,63	16	2,09	2,78	45,28
652	BETAMETAS-CLOTRIMAZOL-GENTAMICIAN CREMA TOPICA TUBO (15	3,55	4,74	53,31	15	3,73	4,98	76,19	16	3,94	5,25	82,06	16	4,18	5,57	88,83	16	4,46	5,94	96,62
653	ONDASETRON 8MG AMPOLLA (MODIFICAL)	15	7,19	9,59	107,89	15	7,56	10,07	154,19	16	7,98	10,63	166,08	16	8,46	11,28	179,77	16	9,02	12,02	195,55
654	AMPICILINA 1G TABLETA (AMPIBEX)	90	0,36	0,48	32,58	92	0,38	0,51	46,56	94	0,40	0,54	50,15	96	0,43	0,57	54,29	98	0,45	0,61	59,05
655	PROPINOX-LISINA AMPOLLA (BRAMEDIL)	20	0,99	1,31	19,70	20	1,03	1,38	28,16	21	1,09	1,46	30,33	21	1,16	1,55	32,83	22	1,24	1,65	35,71
656	METILERGOMETRINA 0.125MG TABLETA (METHERGIN)	60	0,28	0,38	16,94	61	0,30	0,40	24,20	62	0,31	0,42	26,07	64	0,33	0,44	28,22	65	0,35	0,47	30,70
657	PARACETAMOL PSEUDOCLORFENIR. CADA TABLETA (TRIOVAL)	60	0,11	0,14	6,31	61	0,11	0,15	9,01	62	0,12	0,16	9,71	64	0,12	0,16	10,51	65	0,13	0,18	11,43
658	TRIMET-SULFAMT 40/200MG/SML SUSP (BACTRIM)	50	2,71	3,61	135,42	51	2,84	3,79	193,52	52	3,00	4,00	208,45	53	3,19	4,25	225,64	54	3,40	4,53	245,44
659	BENZOCAINA-YODOURO 10ML SOLUCION (TOPIDENT ADULTO)	50	2,32	3,09	115,93	51	2,44	3,25	165,67	52	2,57	3,43	178,45	53	2,73	3,64	193,16	54	2,91	3,88	210,11
660	DIFENHIDRAMINA 50MG/1ML AMPOLLA (BENADRYL)	60	2,92	3,90	175,49	61	3,07	4,10	250,80	62	3,24	4,32	270,14	64	3,44	4,59	292,41	65	3,67	4,89	318,07
661	LECHE ENFAMIL PREMATUREOS (TARRO ENFAMIL)	20	6,62	8,83	132,43	20	6,96	9,27	189,26	21	7,34	9,79	203,85	21	7,79	10,38	220,66	22	8,30	11,07	240,02
662	REMIFENTANILO 5MG AMPOLLA (ULTIVA)	15	2,08	2,78	31,24	15	2,19	2,92	44,64	16	2,31	3,08	48,09	16	2,45	3,27	52,05	16	2,61	3,48	56,62
663	VIT. C EFERVESCENTE 1G X 10 (CEBION)	90	1,83	2,45	165,12	92	1,93	2,57	235,97	94	2,03	2,71	254,18	96	2,16	2,88	275,13	98	2,30	3,07	299,27
664	HIERRO SACARATO 100MG/5ML AMPOLLA (VENOFER)	80	10,00	13,33	800,05	82	10,50	14,01	1143,35	83	11,09	14,78	1231,55	85	11,76	15,68	1333,07	87	12,54	16,72	1450,05
665	PROGESTERONA 100MG CAPSULA (GESLUTIN)	100	0,40	0,54	40,35	102	0,42	0,57	57,66	104	0,45	0,60	62,11	106	0,47	0,63	67,23	108	0,51	0,67	73,13
666	BETAMETASONA-GENTAMICINA 30G TUBO CREMA (DIPOGENTA)	100	1,95	2,60	195,06	102	2,05	2,73	278,76	104	2,16	2,88	300,26	106	2,29	3,06	325,01	108	2,45	3,26	353,53
667	DEXAMETASONA 4MG/1ML AMPOLLA (DECADRON)	15	0,52	0,69	7,80	15	0,55	0,73	11,15	16	0,58	0,77	12,01	16	0,61	0,82	13,00	16	0,65	0,87	14,14
668	CEFOTAXIMA 1G AMPOLLA (GRIFOTAXIMA)	15	6,22	8,30	93,33	15	6,54	8,71	133,38	16	6,90	9,20	143,67	16	7,32	9,76	155,52	16	7,80	10,40	169,16
669	BIFOSFATO-FOSFATO ORAL ADULTO ENEMA (FLEET ORAL ADULTO)	20	3,10	4,13	62,00	20	3,26	4,34	88,60	21	3,44	4,58	95,44	21	3,65	4,86	103,31	22	3,89	5,18	112,37
670	SUSTAGEN 400G LATA (TARRO SUSTAGEN)	20	5,79	7,72	115,80	20	6,08	8,11	165,49	21	6,42	8,56	178,26	21	6,81	9,08	192,95	22	7,26	9,68	209,88
671	CEFAZOLINA 1G AMPOLLA (KEFZOL)	15	2,17	2,90	32,59	15	2,28	3,04	46,57	16	2,41	3,21	50,17	16	2,56	3,41	54,30	16	2,72	3,63	59,07
672	SECNIDAZOL LIFE 1G X 2 TAB CAJA (PAZIDOL 1G)	10	1,67	2,23	16,69	10	1,75	2,34	23,86	10	1,85	2,47	25,70	11	1,96	2,62	27,81	11	2,09	2,79	30,25
673	SITOSTEROL-B CREMA 30 G TUBO (MEBO)	10	11,78	15,70	117,75	10	12,37	16,49	168,28	10	13,06	17,41	181,26	11	13,85	18,47	196,20	11	14,76	19,69	213,42
674	MICONAZOL-OX DE ZINC 30G POMADA TUBO (DAKTOZIN CREMA)	20	1,47	1,96	29,33	20	1,54	2,05	41,92	21	1,63	2,17	45,15	21	1,73	2,30	48,88	22	1,84	2,45	53,17
675	SIMETICONA-ENZIMAS DIG. POLVO GRANULADO (PANKREOFLAT)	15	4,68	6,24	70,17	15	4,91	6,55	100,28	16	5,19	6,92	108,01	16	5,50	7,34	116,92	16	5,87	7,82	127,18

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
MARY BRITO
MARISOL PESANTEZ



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010				2011				2012				2013				2014			
		DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
676	CLUNIDIO BR.CLORDIAZEPOXIDO TABLETA (GASTROPAX)	50	0,12	0,15	5,77	51	0,12	0,16	8,24	52	0,13	0,17	8,88	53	0,14	0,18	9,61	54	0,14	0,19	10,46
677	BENZOCAINA-YODURO GOTAS FCO (TOPIDENT INFANTIL)	60	1,82	2,42	109,09	61	1,91	2,55	155,90	62	2,02	2,69	167,93	64	2,14	2,85	181,77	65	2,28	3,04	197,72
678	DEXTROPROPX-METAMIZOL 50MG AMPOLLA (KLOSIDOL)	15	0,84	1,13	12,67	15	0,89	1,18	18,10	16	0,94	1,25	19,50	16	0,99	1,32	21,11	16	1,06	1,41	22,96
679	OX.ZINC POMADA MAGISTRAL CAJA 30 G (PASTA LAAZAR)	25	2,00	2,67	50,00	26	2,10	2,80	71,46	26	2,22	2,96	76,97	27	2,35	3,14	83,31	27	2,51	3,34	90,62
680	FENITOINA 100MG CAPSULA (EPAMIN)	50	0,08	0,11	4,00	51	0,08	0,11	5,72	52	0,09	0,12	6,16	53	0,09	0,13	6,66	54	0,10	0,13	7,25
681	PEDIASURE POLVO 400G (TARRO PEDIASURE POLVO)	20	6,60	8,80	132,00	20	6,93	9,24	188,64	21	7,32	9,76	203,19	21	7,76	10,35	219,94	22	8,28	11,03	239,24
682	CITRATO DE CALCIO VIT.D (CALCIBON D)	120	0,24	0,32	28,86	122	0,25	0,34	41,25	125	0,27	0,36	44,43	127	0,28	0,38	48,09	130	0,30	0,40	52,31
683	IPATROPIO-SALBUTAMOL INHALADOR 200PUF (COMBIVENT)	20	12,06	16,08	241,20	20	12,67	16,89	344,70	21	13,37	17,83	371,29	21	14,19	18,91	401,90	22	15,12	20,16	437,16
684	LIDOCAINA SIMPLE CADA CENTIMETRO (ROXICAINA S/EPIN)	100	0,05	0,07	5,05	102	0,05	0,07	7,21	104	0,06	0,07	7,77	106	0,06	0,08	8,41	108	0,06	0,08	9,15
685	AZITROMICINA 500MG TABLETA (RICILUNA TAB)	100	2,42	3,23	242,04	102	2,54	3,39	345,90	104	2,68	3,58	372,58	106	2,85	3,80	403,29	108	3,03	4,05	438,68
686	CEFUROXIMA SUSP. 250MG. FRASCO (ZINNAT)	20	23,56	31,42	471,24	20	24,75	33,00	673,45	21	26,13	34,83	725,40	21	27,71	36,95	785,20	22	29,54	39,39	854,10
687	CETIRICINA 10MG/ML GOTAS FRASCO (HISTAX)	30	6,39	8,52	191,73	31	6,71	8,95	274,01	31	7,09	9,45	295,14	32	7,52	10,02	319,47	33	8,01	10,68	347,51
688	VIT. C GOTAS 30ML FRASCO (CEVISOL)	20	1,07	1,42	21,33	20	1,12	1,49	30,48	21	1,18	1,58	32,83	21	1,25	1,67	35,54	22	1,34	1,78	38,66
689	RANITIDINA 300MG TABLETA (RANITIDINA 300)	120	0,13	0,18	15,84	122	0,14	0,18	22,64	125	0,15	0,20	24,38	127	0,16	0,21	26,39	130	0,17	0,22	28,71
690	ESTRIOL CREMA VAGINAL 42.5 G TUBO (PREMARIN)	20	7,02	9,36	140,40	20	7,37	9,83	200,65	21	7,78	10,38	216,12	21	8,26	11,01	233,94	22	8,80	11,74	254,47
691	MULTIVITAMINAS + MINERALES MATERNALES (MATERNA)	500	0,11	0,14	54,17	510	0,11	0,15	77,41	521	0,12	0,16	83,38	531	0,13	0,17	90,25	542	0,14	0,18	98,17
692	NEOMICINA, BACITRACINA GLICINA, CREMA 15 G TUBO (CICATREX)	20	3,20	4,27	64,00	20	3,36	4,48	91,46	21	3,55	4,73	98,52	21	3,76	5,02	106,64	22	4,01	5,35	116,00
693	RANITIDINA 150 MG TABLETA (RANITIDINA 150)	120	0,06	0,08	7,00	122	0,06	0,08	10,00	125	0,06	0,09	10,78	127	0,07	0,09	11,66	130	0,07	0,10	12,69
694	CLINDAMICINA 100MG. (DIVANON OVULO)	10	2,16	2,87	21,55	10	2,26	3,02	30,80	10	2,39	3,19	33,17	11	2,53	3,38	35,91	11	2,70	3,60	39,06
695	IBUPROFENO GOTAS 40MG/1ML FRASCO 30ML (TERMYL GOTAS)	20	2,49	3,32	49,77	20	2,61	3,48	71,12	21	2,76	3,68	76,61	21	2,93	3,90	82,92	22	3,12	4,16	90,20
696	NUTRAMENTO 300 G POLVO (TARRO NUTRAMENTO)	20	4,61	6,15	92,20	20	4,84	6,46	131,76	21	5,11	6,82	141,93	21	5,42	7,23	153,63	22	5,78	7,71	167,11
697	LIDOCAINA 2% C/EPINEFRINA CADA CENTIMETRO (ROXICAINA C EP)	1000	0,07	0,09	68,09	1020	0,07	0,10	97,31	1041	0,08	0,10	104,81	1062	0,08	0,11	113,45	1084	0,09	0,11	123,41
698	CLORZOXAZONA, ACETAMINOFEN GRAGEAS (PARAFON FORTE)	150	0,11	0,15	16,45	153	0,12	0,15	23,51	156	0,12	0,16	25,32	159	0,13	0,17	27,41	163	0,14	0,18	29,82
699	METOCLOPRAMIDA GOTAS 60ML FRASCO (PRIMPERAN)	20	4,31	5,75	86,22	20	4,53	6,04	123,22	21	4,78	6,37	132,72	21	5,07	6,76	143,66	22	5,41	7,21	156,27
700	FLUCONAZOL IV 2MG/ML FCO 50ML AMPOLLA (DIFLUCAN IV)	15	14,92	19,89	223,73	15	15,67	20,89	319,74	16	16,54	22,05	344,40	16	17,54	23,39	372,79	16	18,70	24,94	405,50
701	VITAMINA-MINERALES GOTAS 20ML FRASCO (SUPRADYN G)	15	4,25	5,67	63,75	15	4,46	5,95	91,11	16	4,71	6,28	98,14	16	5,00	6,67	106,23	16	5,33	7,11	115,55
702	IBUPROFENO 200MG/5ML JARABE 120ML (TERMYL FORTE)	20	3,05	4,06	60,94	20	3,20	4,27	87,09	21	3,38	4,50	93,81	21	3,58	4,78	101,54	22	3,82	5,09	110,45
703	ESTROGENOS CONJUGADOS TABLETA 0.625 X 28 (PREMARIN 0.625)	10	4,11	5,48	41,11	10	4,32	5,76	58,74	10	4,56	6,08	63,28	11	4,83	6,45	68,49	11	5,15	6,87	74,50
704	CEFUROXIMA 125MG/5ML SUSP. 70 ML (ZINNAT 125)	25	17,08	22,78	427,08	26	17,94	23,93	610,35	26	18,94	25,26	657,43	27	20,09	26,79	711,62	27	21,42	28,56	774,07
705	VITAMINAS-MINERALES CAPSULA (SUPRADYN)	500	0,18	0,24	90,27	510	0,19	0,25	129,00	521	0,20	0,27	138,95	531	0,21	0,28	150,41	542	0,23	0,30	163,60
706	RUIBARBO EXTR. ACETIL SALICILICO A. SOLUCION (PYRALVEX)	50	3,53	4,71	176,67	51	3,71	4,95	252,48	52	3,92	5,22	271,95	53	4,16	5,54	294,37	54	4,43	5,91	320,20
707	TRIMET-SULFMET. 100 ML FRASCO SUSPENSION (SUFTREX)	10	1,22	1,62	12,18	10	1,28	1,71	17,40	10	1,35	1,80	18,75	11	1,43	1,91	20,29	11	1,53	2,04	22,07
708	BIFOSFATO- FOSFATO ENEMA 240ML (TRAVAD)	20	1,80	2,40	36,04	20	1,89	2,52	51,50	21	2,00	2,66	55,48	21	2,12	2,83	60,05	22	2,26	3,01	65,32

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
MARY BRITO
MARISOL PESANTEZ



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010				2011				2012				2013				2014			
		DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
709	AMOXICILINA 875MG TABLETA (DINAMICINA DUO)	50	0,35	0,46	17,32	51	0,36	0,49	24,75	52	0,38	0,51	26,66	53	0,41	0,54	28,86	54	0,43	0,58	31,39
710	OMEPRAZOL 20 MG CAPSULAS (PEPTICUM 20)	90	0,91	1,21	81,88	92	0,96	1,27	117,01	94	1,01	1,34	126,04	96	1,07	1,43	136,43	98	1,14	1,52	148,40
711	CLARITROMICINA 500 MG (CLARITROL)	50	0,87	1,16	43,53	51	0,91	1,22	62,21	52	0,97	1,29	67,01	53	1,02	1,37	72,54	54	1,09	1,46	78,90
712	METHOTREXATO AMPOLLA 50MG/2ML (METHOTREXATO AMP)	15	6,97	9,29	104,55	15	7,32	9,76	149,41	16	7,73	10,30	160,94	16	8,20	10,93	174,21	16	8,74	11,65	189,49
713	DICLOFENACO 1.5% GOTAS 10ML (LIBRAFLAM)	15	2,19	2,93	32,92	15	2,31	3,07	47,04	16	2,43	3,24	50,67	16	2,58	3,44	54,85	16	2,75	3,67	59,66
714	SULFATO DE MAGNESIO AMPOLLA (SULFATO DE MAGNESIO)	15	0,40	0,53	5,96	15	0,42	0,56	8,51	16	0,44	0,59	9,17	16	0,47	0,62	9,92	16	0,50	0,66	10,79
715	VITAMINAS-MINERALES JARABE (KIDDI PHARMATON)	50	4,42	5,90	221,25	51	4,65	6,20	316,19	52	4,91	6,54	340,58	53	5,20	6,94	368,66	54	5,55	7,40	401,00
716	CAVERGOLINA 0.5MG TAB (DOSTINEX)	120	4,43	5,90	531,29	122	4,65	6,20	759,27	125	4,91	6,55	817,84	127	5,21	6,94	885,26	130	5,55	7,40	962,94
717	OMEPRAZOL 20MG CAPSULA (GASEC)	130	0,72	0,97	94,18	133	0,76	1,01	134,60	135	0,80	1,07	144,98	138	0,85	1,14	156,93	141	0,91	1,21	170,70
718	HIDROCORTISONA 500MG AMPOLLA (HIDROCORTIF)	15	3,10	4,14	46,57	15	3,26	4,35	66,56	16	3,44	4,59	71,69	16	3,65	4,87	77,60	16	3,89	5,19	84,41
719	CIPROFLOXACINA 500MG TABLETA (UNEX)	125	0,64	0,85	79,49	128	0,67	0,89	113,60	130	0,71	0,94	122,36	133	0,75	1,00	132,45	136	0,80	1,06	144,07
720	FLUCONAZOL 150MG CAPSULA (FLUCONAZOL)	125	1,07	1,43	134,31	128	1,13	1,50	191,94	130	1,19	1,59	206,75	133	1,26	1,69	223,79	136	1,35	1,80	243,43
721	METAMIZOL AMPOLLA 2ML (DOLRAT 2ML)	15	0,36	0,48	5,45	15	0,38	0,51	7,79	16	0,40	0,54	8,39	16	0,43	0,57	9,08	16	0,46	0,61	9,88
722	BIFOSFATO-FOSFATO ENEMA 1 LT (TRAVAD 1 LT)	20	1,82	2,43	36,40	20	1,91	2,55	52,02	21	2,02	2,69	56,03	21	2,14	2,85	60,65	22	2,28	3,04	65,97
723	LACTOSUERO-AC. LACTICO-AC.FOSFORICO SOLUCION 250ML (LAC)	10	3,94	5,26	39,44	10	4,14	5,52	56,36	10	4,37	5,83	60,71	11	4,64	6,19	65,72	11	4,95	6,59	71,48
724	ATROPINA 1% 1ML AMPOLLA (ATROPINA)	15	0,39	0,52	5,80	15	0,41	0,54	8,29	16	0,43	0,57	8,92	16	0,45	0,61	9,66	16	0,48	0,65	10,51
725	MEBEVERINA 200MG RETARD CAPSULA (DUSPATALIN RETARD)	120	0,41	0,55	49,80	122	0,44	0,58	71,17	125	0,46	0,61	76,65	127	0,49	0,65	82,97	130	0,52	0,69	90,26
726	HIDROCORTISONA 100MG AMPOLLA (HIDROCORTIF)	15	2,29	3,06	34,38	15	2,41	3,21	49,13	16	2,54	3,39	52,91	16	2,70	3,59	57,28	16	2,87	3,83	62,30
727	BETAMETASONA 2 ML AMPOLLA (CELESTONE CRONODOSE 2 ML)	15	3,00	4,00	44,99	15	3,15	4,20	64,30	16	3,33	4,43	69,26	16	3,53	4,70	74,97	16	3,76	5,01	81,55
728	SIMVASTATINA 20MG TABLETA (VASOTENAL)	120	0,84	1,12	100,42	122	0,88	1,17	143,51	125	0,93	1,24	154,58	127	0,98	1,31	167,32	130	1,05	1,40	182,00
729	GEMFIBROZIL 900 MG. CAP. (LOPID)	120	0,84	1,12	100,85	122	0,88	1,18	144,13	125	0,93	1,24	155,25	127	0,99	1,32	168,05	130	1,05	1,41	182,79
730	CLOBETASONA 0,05% CREMA 15 GR (EUMOVATE)	15	2,95	3,94	44,28	15	3,10	4,13	63,28	16	3,27	4,36	68,16	16	3,47	4,63	73,78	16	3,70	4,94	80,26
731	MEDROXIPROGESTERONA 10MG GRAGEA (PROVERA)	130	0,28	0,37	35,75	133	0,29	0,39	51,09	135	0,30	0,41	55,03	138	0,32	0,43	59,57	141	0,34	0,46	64,80
732	HIEDRA SECA EXTRACTO JARABE FCO 100ML (ABRILAR)	20	4,51	6,01	90,15	20	4,73	6,31	128,83	21	5,00	6,66	138,77	21	5,30	7,07	150,21	22	5,65	7,54	163,39
733	AMBROXOL CLORHIDRATO GOTAS 30ML FRASCO (BRONCOT)	25	2,16	2,89	54,10	26	2,27	3,03	77,31	26	2,40	3,20	83,28	27	2,55	3,39	90,14	27	2,71	3,62	98,05
734	CEFTRIAXONA 1G AMPOLLA (MESPORIN 1)	15	5,00	6,67	75,00	15	5,25	7,00	107,18	16	5,54	7,39	115,45	16	5,88	7,84	124,97	16	6,27	8,36	135,93
735	BETAHISTINA TABLETAS 16 MG (MICROSER)	90	0,90	1,20	81,00	92	0,95	1,26	115,76	94	1,00	1,33	124,69	96	1,06	1,41	134,97	98	1,13	1,50	146,81
736	BETAMETASONA LIDOCAINA OX ZINC POMADA 20G (CONTRALMO)	25	3,45	4,60	86,25	26	3,62	4,83	123,26	26	3,83	5,10	132,77	27	4,06	5,41	143,71	27	4,33	5,77	156,32
737	DEXTROPROXIFENO 32.5 MG CAPSULA (ACROGESICO 32.5 MG)	100	0,06	0,08	6,25	102	0,07	0,09	8,94	104	0,07	0,09	9,63	106	0,07	0,10	10,42	108	0,08	0,10	11,33
738	SIMETICONA GOTAS 15 ML FRASCO (AERO OM GOTAS)	20	3,04	4,05	60,73	20	3,19	4,25	86,79	21	3,37	4,49	93,48	21	3,57	4,76	101,19	22	3,81	5,08	110,07
739	PARACETAMOL 1G TABLETA (ANALGAN)	120	0,16	0,21	19,34	122	0,17	0,23	27,64	125	0,18	0,24	29,77	127	0,19	0,25	32,22	130	0,20	0,27	35,05
740	CINITAPRIDA 1MG TABLETA (ENDIAL)	130	0,42	0,56	54,42	133	0,44	0,59	77,78	135	0,46	0,62	83,77	138	0,49	0,66	90,68	141	0,52	0,70	98,64

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
 MARY BRITO
 MARISOL PESANTEZ



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010				2011				2012				2013				2014			
		DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
741	AZITROMICINA 200 MG/5ML FCO 30ML SUSPENSION (TOBIL SUSP)	20	8,91	11,88	178,27	20	9,36	12,48	254,76	21	9,88	13,18	274,41	21	10,48	13,98	297,03	22	11,18	14,90	323,10
742	DICLOFENACO POTASICO 50 MG TABLETA (LIBRAFLAM 50MG)	130	0,26	0,35	34,08	133	0,28	0,37	48,70	135	0,29	0,39	52,46	138	0,31	0,41	56,78	141	0,33	0,44	61,77
743	MEBENDAZOL 100MG TABLETA (MEBENDAZOL)	150	0,06	0,08	9,00	153	0,06	0,08	12,86	156	0,07	0,09	13,85	159	0,07	0,09	15,00	163	0,08	0,10	16,31
744	ALBENDAZOL 400MG SUSP FRCO (ZENTEL)	30	1,93	2,58	57,94	31	2,03	2,70	82,80	31	2,14	2,86	89,19	32	2,27	3,03	96,54	33	2,42	3,23	105,01
745	SURFACTANTE PULMONAR B 200MG AMPOLLA RICHTER (SURFACTA)	2	189,00	252,00	378,00	2	198,53	264,70	540,20	2	209,56	279,42	581,87	2	222,31	296,41	629,84	2	236,98	315,97	685,11
746	AZITROMICINA 200MG SUSPENSION 15ML (RICILINA SUSP)	10	5,80	7,73	57,97	10	6,09	8,12	82,85	10	6,43	8,57	89,24	11	6,82	9,09	96,59	11	7,27	9,69	105,07
747	CEFACLOR 750 MG TABLETAS (CECLOR 750)	50	1,66	2,21	83,00	51	1,74	2,32	118,62	52	1,84	2,45	127,76	53	1,95	2,60	138,30	54	2,08	2,78	150,43
748	METOCLOPRAMIDA 10MG AMPOLLA (METOCLOX)	15	0,28	0,37	4,18	15	0,29	0,39	5,97	16	0,31	0,41	6,43	16	0,33	0,44	6,96	16	0,35	0,47	7,57
749	METRONIDAZOL 500MG I. V. AMPOLLA FRASCO (ETRON)	20	2,70	3,61	54,08	20	2,84	3,79	77,28	21	3,00	4,00	83,24	21	3,18	4,24	90,11	22	3,39	4,52	98,01
750	ENALAPRIL 10 MG TABLETA (PRILACE 10)	120	0,27	0,36	32,41	122	0,28	0,38	46,32	125	0,30	0,40	49,90	127	0,32	0,42	54,01	130	0,34	0,45	58,75
751	ENALAPRIL 20MG TABLETA (PRILACE 20)	130	0,44	0,58	56,69	133	0,46	0,61	81,01	135	0,48	0,64	87,26	138	0,51	0,68	94,46	141	0,55	0,73	102,74
752	AMLODIPINA 5 MG TABLETA (AMLR 5 MG)	130	0,54	0,72	69,86	133	0,56	0,75	99,84	135	0,60	0,79	107,54	138	0,63	0,84	116,40	141	0,67	0,90	126,62
753	KETOROLACO - PARACETAMOL TABLETA (ZALDIAR)	100	0,33	0,44	32,69	102	0,34	0,46	46,72	104	0,36	0,48	50,32	106	0,38	0,51	54,47	108	0,41	0,55	59,25
754	BROMURO DE VECURONIO 50MG/5ML FCO AMPOLLA (ESMERON)	20	2,00	2,66	39,95	20	2,10	2,80	57,09	21	2,21	2,95	61,49	21	2,35	3,13	66,56	22	2,50	3,34	72,40
755	NITAZOXANIDA 500MG GRAGEAS (COLUFASE)	80	1,01	1,35	80,95	82	1,06	1,42	115,68	83	1,12	1,50	124,60	85	1,19	1,59	134,88	87	1,27	1,69	146,71
756	GENTAMICINA 160 MG AMPOLLA (GENTAMICINA 160)	15	0,45	0,61	6,82	15	0,48	0,64	9,74	16	0,50	0,67	10,50	16	0,53	0,71	11,36	16	0,57	0,76	12,36
757	PYLORI PROMOPACK NE-MO-BA (PYLORI PACK)	20	40,42	53,89	808,33	20	42,45	56,60	1155,19	21	44,81	59,75	1244,29	21	47,54	63,38	1346,87	22	50,68	67,57	1465,05
758	VIT. C MAS CALCIO TABLETAS EFERVESCENTES X 10 (CEBION CALCIO)	200	2,66	3,55	532,10	204	2,79	3,73	760,43	208	2,95	3,93	819,09	212	3,13	4,17	886,61	217	3,34	4,45	964,41
759	CODEINA-FENITOLOXAMINA-GUAIFENESINA JARABE 60ML FCO (CO)	20	2,38	3,18	47,66	20	2,50	3,34	68,11	21	2,64	3,52	73,36	21	2,80	3,74	79,41	22	2,99	3,98	86,38
760	GENTAMICINA 80MG AMPOLLA (GENTAMICINA 80)	15	0,33	0,44	4,96	15	0,35	0,46	7,08	16	0,37	0,49	7,63	16	0,39	0,52	8,26	16	0,41	0,55	8,98
761	VITAMINA-MINERALES DURANTE EL EMBARAZO CAPSULA (PRENAN)	50	0,16	0,22	8,06	51	0,17	0,23	11,52	52	0,18	0,24	12,41	53	0,19	0,25	13,44	54	0,20	0,27	14,62
762	AMLODIPINA 10 MG TABLETA (AMLR 10MG)	50	0,81	1,08	40,66	51	0,85	1,14	58,11	52	0,90	1,20	62,59	53	0,96	1,28	67,75	54	1,02	1,36	73,70
763	DIAZEPAM 10MG AMPOLLA (VALIUM)	15	0,98	1,30	14,67	15	1,03	1,37	20,96	16	1,08	1,45	22,58	16	1,15	1,53	24,44	16	1,23	1,64	26,59
764	IBUPROFENO 200MG/5ML SUSPENSION (BUPREX FORTE SUSP)	20	1,89	2,52	37,78	20	1,98	2,65	53,99	21	2,09	2,79	58,15	21	2,22	2,96	62,95	22	2,37	3,16	68,47
765	PREDNISOLONA 20MG TABLETA (METICORTEN 20)	50	0,68	0,91	33,99	51	0,71	0,95	48,58	52	0,75	1,01	52,33	53	0,80	1,07	56,64	54	0,85	1,14	61,61
766	PENIC.BENZ. 6.3.3 AMPOLLA (BENZETACIL 6.3.3)	15	1,68	2,24	25,15	15	1,76	2,35	35,95	16	1,86	2,48	38,72	16	1,97	2,63	41,91	16	2,10	2,80	45,59
767	ADRENALINA RACEMICA SOL. PARA INHALACIONES 2.25%/0.5ML (20	2,24	2,99	44,84	20	2,35	3,14	64,07	21	2,49	3,31	69,02	21	2,64	3,52	74,71	22	2,81	3,75	81,26
768	AZTREONAM 1G AMPOLLA (AZACTAM)	15	27,12	36,16	406,77	15	28,48	37,98	581,32	16	30,07	40,09	626,16	16	31,90	42,53	677,78	16	34,00	45,34	737,25
769	CEFAZOLINA 1 G AMPOLLA (CEFAZOLINA 1G RICHTER)	15	1,80	2,40	27,00	15	1,89	2,52	38,59	16	2,00	2,66	41,56	16	2,12	2,82	44,99	16	2,26	3,01	48,94
770	ATENOLOL 100MG TABLETA (TENORMIN 100)	15	0,45	0,60	6,76	15	0,47	0,63	9,66	16	0,50	0,67	10,40	16	0,53	0,71	11,26	16	0,56	0,75	12,24
771	BICARBONATO DE SODIO AMPOLLA 10ML (BICARBONATO 10ML)	15	0,47	0,63	7,06	15	0,49	0,66	10,09	16	0,52	0,70	10,87	16	0,55	0,74	11,77	16	0,59	0,79	12,80
772	SULFATO FERROSO 30ML GOTAS FRASCO (FER-IN-SOL GOTAS)	30	0,97	1,29	29,07	31	1,02	1,36	41,54	31	1,07	1,43	44,75	32	1,14	1,52	48,44	33	1,21	1,62	52,69
773	CIPROTERONA-ETINILESTRADIOL 2/0.035MG CAJA X 21 (DIANE 35)	20	6,27	8,36	125,34	20	6,58	8,78	179,12	21	6,95	9,27	192,94	21	7,37	9,83	208,85	22	7,86	10,48	227,17

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
 MARY BRITO
 MARISOL PESANTEZ



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010				2011				2012				2013				2014			
		DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
774	METISOPRINOL 250MG/5ML JARABE 120ML (ISOPRINOSIDE JBE)	20	10,30	13,73	206,00	20	10,82	14,43	294,40	21	11,42	15,23	317,10	21	12,12	16,15	343,25	22	12,91	17,22	373,36
775	CLORFENIRAMINA-ACETAMINOFEN JARABE 60 ML (CORICIDIN JBE)	20	1,08	1,45	21,69	20	1,14	1,52	31,00	21	1,20	1,60	33,39	21	1,28	1,70	36,15	22	1,36	1,81	39,32
776	MOMETASONA 0,05% SPRAY NASAL 140 DOSIS (UNICLAR SPRAY)	10	16,50	22,01	165,05	10	17,34	23,12	235,87	10	18,30	24,40	254,07	11	19,41	25,88	275,01	11	20,69	27,59	299,14
777	NIMESULIDA GOTAS 50MG/1ML FRASCO (MESULID GTS)	20	2,64	3,52	52,79	20	2,77	3,70	75,44	21	2,93	3,90	81,26	21	3,10	4,14	87,95	22	3,31	4,41	95,67
778	ELECTROLITOS SOLUCION 45 MEQ 400ML (PEDIALYTE 45)	20	1,80	2,40	36,07	20	1,89	2,53	51,54	21	2,00	2,67	55,52	21	2,12	2,83	60,10	22	2,26	3,01	65,37
779	FUROSEMIDA 10MG/1ML JARABE ORAL 60ML (ASAX JBE)	10	7,56	10,08	75,60	10	7,94	10,59	108,04	10	8,38	11,18	116,37	11	8,89	11,86	125,97	11	9,48	12,64	137,02
780	VITAMINA-MINERALES CAPSULA (SUPRAVITAL PLUS)	30	0,25	0,33	7,50	31	0,26	0,35	10,72	31	0,28	0,37	11,55	32	0,29	0,39	12,50	33	0,31	0,42	13,59
781	CEFAUROXIL 250MG/5ML SUSPENSION (BIODROXIL SUSP 250MG)	20	4,20	5,60	84,00	20	4,41	5,88	120,04	21	4,66	6,21	129,30	21	4,94	6,59	139,96	22	5,27	7,02	152,25
782	HIERRO Y VITAMINAS TABLETA (FERROVITAMINICO TAB)	120	0,08	0,11	10,19	122	0,09	0,12	14,57	125	0,09	0,13	15,69	127	0,10	0,13	16,99	130	0,11	0,14	18,48
783	BUCILIZINA JARABE 0.1% 150ML FCO (POSTAFENO JBE)	20	4,86	6,48	97,20	20	5,10	6,81	138,91	21	5,39	7,19	149,62	21	5,72	7,62	161,96	22	6,09	8,12	176,17
784	ENALAPRIL 5MG TABLETA (PRILASE 5)	30	0,13	0,17	3,90	31	0,14	0,18	5,58	31	0,14	0,19	6,01	32	0,15	0,20	6,50	33	0,16	0,22	7,07
785	LABETALOL 100MG/20ML AMPOLLA (LABETALOL)	15	12,50	16,67	187,50	15	13,13	17,51	267,96	16	13,86	18,48	288,63	16	14,70	19,60	312,42	16	15,67	20,90	339,83
786	NISTATINA-PREDNACINOLONA 100.000U/7250MCG OVULO (NYST)	10	0,10	0,14	1,02	10	0,11	0,14	1,45	10	0,11	0,15	1,57	11	0,12	0,16	1,69	11	0,13	0,17	1,84
787	MULTIVITAMINAS A-D-C GOTAS 30ML FCO (TRI-VI-SOL GTS)	90	0,97	1,29	87,21	92	1,02	1,36	124,63	94	1,07	1,43	134,25	96	1,14	1,52	145,31	98	1,21	1,62	158,06
788	SECNIDAZOL 500 MG SUSPENSION (BIANOS SUSP)	30	2,03	2,70	60,79	31	2,13	2,84	86,88	31	2,25	3,00	93,58	32	2,38	3,18	101,30	33	2,54	3,39	110,18
789	VITAMINAS-MINERALES JALEA 120ML FRASCO (ENERVIT)	20	3,38	4,51	67,61	20	3,55	4,73	96,63	21	3,75	5,00	104,08	21	3,98	5,30	112,66	22	4,24	5,65	122,55
790	MULTIVITAMINAS + MINERALES CAP (BENEXOL B 12)	100	0,23	0,30	22,67	102	0,24	0,32	32,39	104	0,25	0,34	34,89	106	0,27	0,36	37,77	108	0,28	0,38	41,08
791	DEXTROMETORFANO/FENILPROPANOLAMINA/CARBINOXAMINA J	20	2,68	3,57	53,60	20	2,82	3,75	76,60	21	2,97	3,96	82,51	21	3,15	4,20	89,31	22	3,36	4,48	97,15
792	NIMESULIDA 50MG/5ML FRASCO 60ML (MESULID JARABE)	20	3,10	4,13	62,00	20	3,26	4,34	88,60	21	3,44	4,58	95,44	21	3,65	4,86	103,31	22	3,89	5,18	112,37
793	PROPINOX-LISINA COMPRIMIDOS (BRAMEDIL)	70	0,21	0,28	14,87	71	0,22	0,30	21,25	73	0,24	0,31	22,89	74	0,25	0,33	24,78	76	0,27	0,36	26,95
794	GEOFUSINE X 500 ML SUSTITUTO DE HAEMACEL	5	12,20	16,27	61,00	5	12,81	17,09	87,18	5	13,53	18,04	93,90	5	14,35	19,13	101,64	5	15,30	20,40	110,56
795	LOCION HIDRATANTE 5% DE 125 ML (HIDRIBET LOCION)	20	6,30	8,40	126,05	20	6,62	8,83	180,14	21	6,99	9,32	194,03	21	7,41	9,88	210,03	22	7,90	10,54	228,46
796	ACEITE JHONSON FRASCO	20	3,70	4,93	74,00	20	3,89	5,18	105,75	21	4,10	5,47	113,91	21	4,35	5,80	123,30	22	4,64	6,19	134,12
797	COMPLEJO, B1, B2, B6 NICOTINAMIDA JARABE 120 ML (FERBIO PLUS)	20	7,82	10,43	156,39	20	8,21	10,95	223,49	21	8,67	11,56	240,73	21	9,20	12,26	260,58	22	9,80	13,07	283,44
798	COMPLEJO, B1, B2, B6 NICOTINAMIDA GOTAS 30 ML (FERBIO PLUS)	20	6,94	9,25	138,71	20	7,29	9,71	198,23	21	7,69	10,25	213,52	21	8,16	10,88	231,12	22	8,70	11,59	251,40
799	FLUMAZEN 0.5MG AMPOLLA 5ML (LANEXAT)	10	23,74	31,66	237,42	10	24,94	33,25	339,30	10	26,33	35,10	365,47	11	27,93	37,23	395,60	11	29,77	39,69	430,31
800	CEFTIBUTEN 400MG CAPSULAS (CEDAX)	50	6,96	9,28	348,17	51	7,31	9,75	497,57	52	7,72	10,29	535,95	53	8,19	10,92	580,13	54	8,73	11,64	631,03
801	DENTURE BB 30GR GEL DENTAL (DENTURE BB)	30	2,09	2,79	62,68	31	2,19	2,93	89,58	31	2,32	3,09	96,49	32	2,46	3,28	104,45	33	2,62	3,49	113,61
802	CREMA NUTRICIA TRIGO Y MIEL 310GR (TARRO)	20	3,68	4,91	73,67	20	3,87	5,16	105,28	21	4,08	5,45	113,40	21	4,33	5,78	122,75	22	4,62	6,16	133,52
803	CREMA NUTRICIA 4 FRUTAS 310 GR. (TARRO)	20	3,68	4,91	73,67	20	3,87	5,16	105,28	21	4,08	5,45	113,40	21	4,33	5,78	122,75	22	4,62	6,16	133,52
804	SULFADIAZINA DE PLATA (SILVADIN)	10	10,11	13,47	101,05	10	10,61	14,15	144,41	10	11,20	14,94	155,55	11	11,89	15,85	168,37	11	12,67	16,89	183,15
805	AMOXICILINA 100 MG GOTAS 30 ML (SERVAMOX)	30	4,17	5,56	125,08	31	4,38	5,84	178,75	31	4,62	6,16	192,54	32	4,90	6,54	208,41	33	5,23	6,97	226,70

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
 MARY BRITO
 MARISOL PESANTEZ



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010				2011				2012				2013				2014			
		DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
806	ALCANFOR, CALAMINA LOCION 100 ML (CALADRYL)	20	1,58	2,11	31,68	20	1,66	2,22	45,28	21	1,76	2,34	48,77	21	1,86	2,48	52,79	22	1,99	2,65	57,43
807	NITAZOXANIDA SUSPENSION 60ML (CELECTAN)	5	9,56	12,75	47,82	5	10,05	13,39	68,34	5	10,60	14,14	73,61	5	11,25	15,00	79,68	5	11,99	15,99	86,67
808	HIERRO GOTAS 30ML (FERRUS)	10	7,66	10,22	76,64	10	8,05	10,73	109,52	10	8,50	11,33	117,97	11	9,01	12,02	127,69	11	9,61	12,81	138,90
809	DEXTROSA ANHIDRA, CLOR.SODIO 500ML (HIDRAPLUS 30)	15	2,01	2,68	30,17	15	2,11	2,82	43,12	16	2,23	2,97	46,44	16	2,37	3,15	50,27	16	2,52	3,36	54,68
810	DEXTROSA ANHIDRA, CLOR.SODIO 500ML (HIDRAPLUS 45)	15	2,64	3,52	39,60	15	2,77	3,70	56,59	16	2,93	3,90	60,96	16	3,11	4,14	65,98	16	3,31	4,41	71,77
811	SECNIDAZOL 750MG SUSPENSION (PAZIDOL)	15	2,50	3,33	37,50	15	2,63	3,50	53,59	16	2,77	3,70	57,73	16	2,94	3,92	62,48	16	3,13	4,18	67,97
812	CEFUROXIMA 125MG SUSPENSION (FURACAM)	10	6,52	8,69	65,16	10	6,84	9,13	93,12	10	7,22	9,63	100,30	11	7,66	10,22	108,57	11	8,17	10,89	118,09
813	CLEMBUTEROL, AMBROXOL CLORHIDRATO 120ML (CLEMBROXIL)	20	2,95	3,93	58,98	20	3,10	4,13	84,30	21	3,27	4,36	90,80	21	3,47	4,63	98,28	22	3,70	4,93	106,91
814	DICLOXACILINA 250MG SUSPENSION 80ML (DIXALIN)	30	3,29	4,39	98,70	31	3,46	4,61	141,05	31	3,65	4,86	151,93	32	3,87	5,16	164,46	33	4,13	5,50	178,89
815	FOSFATO SODICO DE BETAMETASONA AMPOLLA 4MG/1ML (INFLA)	15	1,15	1,53	17,21	15	1,21	1,61	24,59	16	1,27	1,70	26,49	16	1,35	1,80	28,68	16	1,44	1,92	31,19
816	CLOTIRIMAZOL CREMA TOPICA 20 GR. (CLOMAZOL)	15	0,65	0,87	9,75	15	0,68	0,91	13,93	16	0,72	0,96	15,01	16	0,76	1,02	16,25	16	0,82	1,09	17,67
817	CORTICOESTEROIDE TOPICO 0.1% TUBO 15GR (DERMOSUPRIL)	20	3,27	4,36	65,44	20	3,44	4,58	93,52	21	3,63	4,84	100,73	21	3,85	5,13	109,04	22	4,10	5,47	118,61
818	LACTICO, ACIDO LOCION PH 3.5 FRASCO 120ML (LACTIBON)	10	5,28	7,03	52,75	10	5,54	7,39	75,39	10	5,85	7,80	81,20	11	6,20	8,27	87,89	11	6,61	8,82	95,61
819	NEOMICINA POLIMIXINA + GARAMICINA(OFTABIOTICO)	50	2,36	3,14	117,90	51	2,48	3,30	168,49	52	2,61	3,49	181,49	53	2,77	3,70	196,45	54	2,96	3,94	213,69
820	LAMOTRIGINA SOBRES (LAMICTAL)	50	0,53	0,71	26,67	51	0,56	0,75	38,11	52	0,59	0,79	41,05	53	0,63	0,84	44,43	54	0,67	0,89	48,33
821	ELECTROLITOS SOLUCION 45 MEQ.500 ML (ORALYTE)	60	1,51	2,01	90,50	61	1,58	2,11	129,33	62	1,67	2,23	139,31	64	1,77	2,37	150,79	65	1,89	2,52	164,03
822	ELECTROLITOS SOLUCION 45 MEQ.250ML (ORALYTE)	60	1,01	1,34	60,50	61	1,06	1,41	86,46	62	1,12	1,49	93,13	64	1,19	1,58	100,81	65	1,26	1,69	109,65
823	CASEC CON ZINC TARRO 250 GR. (CASEC)	10	11,16	14,88	111,60	10	11,72	15,63	159,49	10	12,37	16,50	171,79	11	13,13	17,50	185,95	11	13,99	18,66	202,27
824	CLORHIDRATO DE ETILEFRINA 10MG/ML AMPOLLAS (EFFORTIL)	15	3,90	5,20	58,50	15	4,10	5,46	83,60	16	4,32	5,77	90,05	16	4,59	6,12	97,48	16	4,89	6,52	106,03
825	ESTROGENOS CONIUGADOS TABLETA 0.3 X 28 (PREMARIN 0.3)	10	4,11	5,48	41,10	10	4,32	5,76	58,74	10	4,56	6,08	63,27	11	4,83	6,45	68,48	11	5,15	6,87	74,49
826	HIDROCORTISONA 100MG AMPOLLAS (HIDROCORTISONA)	15	2,29	3,06	34,38	15	2,41	3,21	49,13	16	2,54	3,39	52,91	16	2,70	3,59	57,28	16	2,87	3,83	62,30
827	ALBENDAZOL 400MG+SECNIDAZOL 1GR. COMPRIMIDOS (PAZIDOL)	50	2,11	2,81	105,55	51	2,22	2,96	150,84	52	2,34	3,12	162,48	53	2,48	3,31	175,87	54	2,65	3,53	191,30
828	LECHE S-26 GOLD 900GR. (TARRO S-26 GOLD)	10	16,55	22,07	165,49	10	17,38	23,18	236,50	10	18,35	24,47	254,74	11	19,47	25,95	275,74	11	20,75	27,67	299,94
829	LEVOTIROXINA SOBRES (LEVOTIROXINA)	50	0,95	1,26	47,38	51	1,00	1,33	67,70	52	1,05	1,40	72,93	53	1,11	1,49	78,94	54	1,19	1,58	85,86
830	ZINC SULFATE SOBRE	50	0,28	0,38	14,08	51	0,30	0,39	20,11	52	0,31	0,42	21,67	53	0,33	0,44	23,45	54	0,35	0,47	25,51
831	ENALAPRIL COMPRIMIDOS 10 MG (LOTRIAL)	50	0,20	0,27	10,06	51	0,21	0,28	14,38	52	0,22	0,30	15,49	53	0,24	0,32	16,77	54	0,25	0,34	18,24
832	ENALAPRIL COMPRIMIDOS 20 MG (LOTRIAL)	50	0,35	0,47	17,71	51	0,37	0,50	25,31	52	0,39	0,52	27,26	53	0,42	0,56	29,51	54	0,44	0,59	32,10
833	LABETALOL 20MG/4ML AMPOLLA (LABETALOL)	10	12,96	17,28	129,60	10	13,61	18,15	185,21	10	14,37	19,16	199,50	11	15,24	20,33	215,94	11	16,25	21,67	234,89
834	ZINC OXIDO DE BENICETONIO UNGUENTO (ZINOX)	20	2,00	2,67	40,00	20	2,10	2,80	57,16	21	2,22	2,96	61,57	21	2,35	3,14	66,65	22	2,51	3,34	72,50
835	HIDROXICINA JARABE 200ML (ATARAX)	10	5,24	6,98	52,35	10	5,50	7,33	74,81	10	5,80	7,74	80,58	11	6,16	8,21	87,23	11	6,56	8,75	94,88
836	ENFAMIL HUMAN MILK SOBRES (ENFAMIL SOBRES)	30	3,00	4,00	90,00	31	3,15	4,20	128,62	31	3,33	4,44	138,54	32	3,53	4,70	149,96	33	3,76	5,02	163,12
837	ALBENDAZOL SUSPENSION 20 ML (ROTOPAR)	10	1,46	1,94	14,58	10	1,53	2,04	20,83	10	1,62	2,16	22,44	11	1,71	2,29	24,29	11	1,83	2,44	26,42
838	DEXTROPROPOFENO COMPRIMIDOS (KLOSIDOL CAP.)	30	0,18	0,24	5,39	31	0,19	0,25	7,70	31	0,20	0,27	8,29	32	0,21	0,28	8,98	33	0,23	0,30	9,76

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
 MARY BRITO
 MARISOL PESANTEZ



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010				2011				2012				2013				2014			
		DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
839	TRIMETOPRIM, SULFAMETOXAZOL JARABE 80MG/400MG (BACTRI	20	4,18	5,57	83,62	20	4,39	5,86	119,51	21	4,64	6,18	128,73	21	4,92	6,56	139,34	22	5,24	6,99	151,57
840	HUMULIN R-(C) FRASCO X 10ML (INSULINA)	30	1,89	2,52	56,69	31	1,98	2,65	81,01	31	2,10	2,79	87,26	32	2,22	2,96	94,45	33	2,37	3,16	102,74
841	CREMA PARA PIEL SECA UREA 5% (EUCERIN)	30	7,97	10,63	239,10	31	8,37	11,16	341,70	31	8,84	11,78	368,06	32	9,37	12,50	398,40	33	9,99	13,32	433,36
842	LACTATO DE AMONIO CREMA 12% (LACTREX)	20	10,71	14,28	214,20	20	11,25	15,00	306,11	21	11,88	15,83	329,73	21	12,60	16,80	356,91	22	13,43	17,90	388,23
843	AMPICILINA GOTAS FRASCO 100MG * 20ML (PENTREXIL)	30	2,88	3,84	86,42	31	3,03	4,03	123,51	31	3,19	4,26	133,04	32	3,39	4,52	144,00	33	3,61	4,82	156,64
844	VITAMINAS, MINERALES, AMINOACIDOS CAJA 450G. (COMPLAN)	20	11,18	14,90	223,51	20	11,74	15,65	319,41	21	12,39	16,52	344,05	21	13,14	17,53	372,41	22	14,01	18,68	405,09
845	GENTAMICINA, BETAMETASONA SOLUCION OFTALMICO FCO. 10ML	20	7,77	10,35	155,30	20	8,16	10,88	221,94	21	8,61	11,48	239,06	21	9,13	12,18	258,77	22	9,74	12,98	281,47
846	LORATADINA GOTAS FCO. 30ML (CLARITYNE)	20	3,37	4,49	67,30	20	3,53	4,71	96,18	21	3,73	4,97	103,60	21	3,96	5,28	112,14	22	4,22	5,63	121,98
847	PREDNICORTEN CAPSULAS 5MG (PREDNICORTEN)	30	0,21	0,28	6,24	31	0,22	0,29	8,92	31	0,23	0,31	9,61	32	0,24	0,33	10,40	33	0,26	0,35	11,31
848	PRAMIVERINA, ACETAMINOFEN GOTAS 15ML (SISTALGINA COMP.)	15	2,36	3,14	35,33	15	2,47	3,30	50,50	16	2,61	3,48	54,39	16	2,77	3,69	58,87	16	2,95	3,94	64,04
849	CARBURHIDRATOS, PREPARADOS DE PROTEINAS (TARRO ISOMIL)	10	6,36	8,48	63,60	10	6,68	8,91	90,89	10	7,05	9,40	97,90	11	7,48	9,97	105,97	11	7,97	10,63	115,27
850	OXIDO DE ZINC 40% UNGUENTO 57GR. (DESITIN)	20	2,92	3,89	58,33	20	3,06	4,08	83,36	21	3,23	4,31	89,79	21	3,43	4,57	97,20	22	3,66	4,88	105,73
851	GLUCOSAMINA SULFATO 1.5 GR. SOBRE (FLEXURE)	25	1,12	1,49	27,97	26	1,18	1,57	39,97	26	1,24	1,65	43,05	27	1,32	1,75	46,60	27	1,40	1,87	50,69
852	ERITROMICINA 500MG TABLETAS (ERITROMICINA)	60	0,23	0,30	13,50	61	0,24	0,32	19,29	62	0,25	0,33	20,78	64	0,26	0,35	22,49	65	0,28	0,38	24,47
853	EMULSION EMOLIENTE- CREMA (EMOLIN NEO)	30	6,65	8,86	199,39	31	6,98	9,31	284,95	31	7,37	9,83	306,92	32	7,82	10,42	332,23	33	8,33	11,11	361,38
854	AMOX, SULBACTAM SUSPENSION 200 MG / 30 ML (TRIFAMOX IBL)	10	8,44	11,25	84,41	10	8,87	11,82	120,62	10	9,36	12,48	129,93	11	9,93	13,24	140,64	11	10,58	14,11	152,98
855	ALBENDAZOL 200 MG TABLETAS (ZENTEL)	80	0,59	0,79	47,48	82	0,62	0,83	67,86	83	0,66	0,88	73,09	85	0,70	0,93	79,12	87	0,74	0,99	86,06
856	PSEUDDEFEDRINA, CLORFEN. MALEATO, PARACETAMOL 100MG SU	20	3,43	4,57	68,57	20	3,60	4,80	98,00	21	3,80	5,07	105,55	21	4,03	5,38	114,26	22	4,30	5,73	124,28
857	SILIMARINA CAPSULAS (SIMEPAR)	70	0,25	0,33	17,50	71	0,26	0,35	25,01	73	0,28	0,37	26,94	74	0,29	0,39	29,16	76	0,31	0,42	31,72
858	MONTELUKAST SODICO 5 MG COMPRIMIDOS (SINGLAIR TAB)	20	1,60	2,14	32,05	20	1,68	2,24	45,80	21	1,78	2,37	49,34	21	1,88	2,51	53,40	22	2,01	2,68	58,09
859	USADO LIOFILIZADO BACTERIANO CAPSULAS 3.50MG (BRONCHO V	10	1,05	1,40	10,51	10	1,10	1,47	15,02	10	1,17	1,55	16,18	11	1,24	1,65	17,52	11	1,32	1,76	19,05
860	FLUCONAZOL AMPOLLA 200 MG/100 ML (TAVOR AMP.)	10	24,33	32,43	243,25	10	25,55	34,07	347,63	10	26,97	35,96	374,44	11	28,61	38,15	405,31	11	30,50	40,67	440,88
861	ROSUVASTATINA 20 MG COMPRIMIDOS (CRESTOR 20 MG)	50	1,98	2,63	98,80	51	2,08	2,77	141,19	52	2,19	2,92	152,08	53	2,32	3,10	164,62	54	2,48	3,30	179,07
862	BROMACEPAM 1.5 MG TABLETAS (LEXOTAN 1.5 MG)	80	0,28	0,37	22,19	82	0,29	0,39	31,71	83	0,31	0,41	34,15	85	0,33	0,43	36,97	87	0,35	0,46	40,21
863	CLINDAMICINA CAPSULAS 300 MG (DALACIN CAP)	70	0,50	0,67	35,31	71	0,53	0,71	50,46	73	0,56	0,75	54,35	74	0,59	0,79	58,83	76	0,63	0,84	64,00
864	SALIVSOL FCO 140 ML	10	5,59	7,45	55,90	10	5,87	7,83	79,89	10	6,20	8,26	86,05	11	6,58	8,77	93,14	11	7,01	9,35	101,32
865	AMOXICILINA 375 MG SUSPENSION (SERVAMOX)	30	3,98	5,31	119,54	31	4,19	5,58	170,83	31	4,42	5,89	184,01	32	4,69	6,25	199,18	33	5,00	6,66	216,66
866	ACETAMINOFEN+CAFEINA TABLETAS (TEMPRA PLUS)	80	0,10	0,13	8,00	82	0,11	0,14	11,43	83	0,11	0,15	12,31	85	0,12	0,16	13,33	87	0,13	0,17	14,50
867	LECHE BEBELAC 1 POLVO 400 GR. CAJA (BEBELAC 1)	5	4,90	6,54	24,52	5	5,15	6,87	35,04	5	5,44	7,25	37,75	5	5,77	7,69	40,86	5	6,15	8,20	44,44
868	LECHE BEBELAC 2 POLVO 400 GR. CAJA (BEBELAC 2)	5	5,21	6,95	26,05	5	5,47	7,30	37,23	5	5,78	7,70	40,10	5	6,13	8,17	43,41	5	6,53	8,71	47,22
869	HEPARINA SODICA PURA 30 GR. TUBO(MENAVEN GEL)	5	9,00	12,00	45,00	5	9,45	12,60	64,31	5	9,98	13,31	69,27	5	10,59	14,11	74,98	5	11,28	15,05	81,56
870	BUDESONIDA AEROSOL 200 MG (INFLAMIDE AEROSOL)	6	16,75	22,33	100,50	6	17,59	23,46	143,62	6	18,57	24,76	154,70	6	19,70	26,27	167,46	7	21,00	28,00	182,15

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
 MARY BRITO
 MARISOL PESANTEZ



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010				2011				2012				2013				2014			
		DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
871	LECHE SIMILAC SPECIAL CARE 4 ONZAS (SIMILAC PREMATURO)	10	1,02	1,36	10,17	10	1,07	1,42	14,53	10	1,13	1,50	15,65	11	1,20	1,59	16,94	11	1,27	1,70	18,43
872	LECHE SIMILAC ADVANCE 1 IQ 400 GR.(SIMILAC ADVANCE 1 IQ)	10	8,14	10,85	81,38	10	8,55	11,40	116,29	10	9,02	12,03	125,26	11	9,57	12,76	135,59	11	10,20	13,60	147,49
873	USINA, CLONIXINATO DE PROPRINOX COMPRIMIDOS (SERTAL COMP)	20	0,22	0,29	4,33	20	0,23	0,30	6,18	21	0,24	0,32	6,66	21	0,25	0,34	7,21	22	0,27	0,36	7,84
874	CLOROFENOTIAZINILSCOPINA (6 COPIN)	20	1,85	2,47	37,00	20	1,94	2,59	52,88	21	2,05	2,74	56,96	21	2,18	2,90	61,65	22	2,32	3,09	67,06
875	ACIDO FOLICO (ACIDO FOLICO 1MG)	100	0,03	0,04	2,97	102	0,03	0,04	4,24	104	0,03	0,04	4,57	106	0,03	0,05	4,95	108	0,04	0,05	5,38
876	METILDOPA (ALDOMET 250 MG)	100	0,09	0,12	9,00	102	0,09	0,13	12,86	104	0,10	0,13	13,85	106	0,11	0,14	15,00	108	0,11	0,15	16,31
877	METILDOPA (ALDOMET 500 MG)	100	0,19	0,25	19,00	102	0,20	0,27	27,15	104	0,21	0,28	29,25	106	0,22	0,30	31,66	108	0,24	0,32	34,44
878	CETIRIZINA + PSEUDOEFEDRINA 10MG (ALERCET TAB)	23	0,26	0,34	5,90	23	0,27	0,36	8,44	24	0,28	0,38	9,09	24	0,30	0,40	9,84	25	0,32	0,43	10,70
879	PENICILINA G SODICA (BICONCLINA 5'000000)	30	1,98	2,64	59,32	31	2,08	2,77	84,77	31	2,19	2,92	91,31	32	2,33	3,10	98,84	33	2,48	3,31	107,51
880	HIOSCINA BUTILBROMURO (BUSCAPINA SIMPLE)	20	1,07	1,43	21,43	20	1,13	1,50	30,62	21	1,19	1,58	32,99	21	1,26	1,68	35,71	22	1,34	1,79	38,84
881	DESOGESTREL (CERAZETTE CAJA X 28)	5	4,05	5,40	19,27	5	4,25	5,67	28,92	5	4,49	5,98	31,15	5	4,76	6,35	33,72	5	5,07	6,77	36,68
882	DESOGESTREL (CERAZETTE PSR X 28)	5	3,85	5,14	19,27	5	4,05	5,40	27,54	5	4,27	5,70	29,67	5	4,53	6,05	32,11	5	4,83	6,44	34,93
883	CHLORQUINALDOL-PROMESTRIENE (COLPOSEPTINE TAB VAGINALE)	20	0,50	0,67	9,99	20	0,52	0,70	14,28	21	0,55	0,74	15,38	21	0,59	0,78	16,64	22	0,63	0,84	18,11
884	CREMA NUTRICIA ARROZ 310 GR. (TARRO)	10	3,68	4,91	36,83	10	3,87	5,16	52,64	10	4,08	5,45	56,70	11	4,33	5,78	61,37	11	4,62	6,16	66,76
885	CREMA NUTRICIA FRESAS Y MANZANAS 310 GR (TARRO)	10	3,68	4,91	36,83	10	3,87	5,16	52,64	10	4,08	5,45	56,70	11	4,33	5,78	61,37	11	4,62	6,16	66,76
886	DICLOFENAC (DESINFLAM RETARD)	60	0,44	0,59	26,40	61	0,46	0,62	37,73	62	0,49	0,65	40,64	64	0,52	0,69	43,99	65	0,55	0,74	47,85
887	ACETATO DE MEDROXIPROGESTERONA (DEPOVERA PSR)	5	9,34	12,45	46,68	5	9,81	13,08	66,72	5	10,35	13,80	71,86	5	10,98	14,64	77,79	5	11,71	15,61	84,61
888	DICLOFENACO SODICO 75MG (FENAGEN)	50	0,27	0,36	13,42	51	0,28	0,38	19,18	52	0,30	0,40	20,66	53	0,32	0,42	22,36	54	0,34	0,45	24,33
889	OXIDO DE ZINC, VITA. A Y D POMADA (HIPOGLOS)	10	2,00	2,67	20,00	10	2,10	2,80	28,58	10	2,22	2,96	30,79	11	2,35	3,14	33,32	11	2,51	3,34	36,25
890	CEFADROXIL 500MG/5ML SUSPENSION 60ML (BIODROXIL)	10	7,57	10,09	75,69	10	7,95	10,60	108,17	10	8,39	11,19	116,52	11	8,90	11,87	126,12	11	9,49	12,65	137,19
891	GEMFIBROZIL 600 CAPSULA (LOPID)	80	0,68	0,91	54,31	82	0,71	0,95	77,61	83	0,75	1,00	83,60	85	0,80	1,06	90,49	87	0,85	1,13	98,43
892	ENOXIPARINA 60MG AMPOLLA (CLEXANE)	10	9,80	13,06	97,95	10	10,29	13,72	139,98	10	10,86	14,48	150,78	11	11,52	15,36	163,21	11	12,28	16,38	177,53
893	MT4 1ML AMPOLLAS (MT4)	10	3,48	4,64	34,80	10	3,66	4,87	49,73	10	3,86	5,14	53,57	11	4,09	5,46	57,99	11	4,36	5,82	63,07
894	PIMECROLIMUS CREMA 1% X 15 G. (ELIDEL)	10	20,44	27,25	204,40	10	21,47	28,63	292,11	10	22,66	30,22	314,64	11	24,04	32,06	340,58	11	25,63	34,17	370,46
895	CEFPROZIL 100ML/250MG SUSPENSION (PROCEF)	15	16,43	21,90	246,41	15	17,26	23,01	352,14	16	18,21	24,29	379,31	16	19,32	25,76	410,58	16	20,60	27,46	446,60
896	AMPICILINA 3G SUSPENSION 60ML FRASCO (AMPIBEX)	20	2,14	2,85	42,73	20	2,24	2,99	61,06	21	2,37	3,16	65,77	21	2,51	3,35	71,20	22	2,68	3,57	77,44
897	OXACILINA 1G. AMPOLLA IM/EV (OXACILINA)	20	1,32	1,76	26,36	20	1,38	1,85	37,68	21	1,46	1,95	40,58	21	1,55	2,07	43,93	22	1,65	2,20	47,78
898	RACECADODRILLO 10 MG SOBRES (HIDRASEC)	25	0,70	0,93	17,53	26	0,74	0,98	25,05	26	0,78	1,04	26,99	27	0,82	1,10	29,21	27	0,88	1,17	31,77
899	GLIBENCLAMIDA 5MG TABLETA (DAONIL 5MG)	70	0,09	0,13	6,63	71	0,10	0,13	9,47	73	0,10	0,14	10,20	74	0,11	0,15	11,04	76	0,12	0,16	12,01
900	CLORFENAMINA,PSEUDOEFEDRINA JARABE 120 ML (TUSIGEN)	20	2,40	3,20	47,94	20	2,52	3,36	68,51	21	2,66	3,54	73,80	21	2,82	3,76	79,88	22	3,01	4,01	86,89
901	LECHE SANCOR BEBE 1 - 450GR. CAJA (SANCOR 1)	5	7,27	9,69	36,33	5	7,63	10,18	51,92	5	8,06	10,74	55,93	5	8,55	11,40	60,54	5	9,11	12,15	65,85
902	LECHE SANCOR BEBE 2 - 800GR. CAJA (SANCOR 2)	5	8,96	11,94	44,79	5	9,41	12,55	64,01	5	9,93	13,24	68,95	5	10,54	14,05	74,63	5	11,23	14,98	81,18
903	UNGUENTO 2% DERMICO 15 GR (UNDERAN)	10	8,34	11,12	83,40	10	8,76	11,68	119,19	10	9,25	12,33	128,38	11	9,81	13,08	138,96	11	10,46	13,94	151,16

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
 MARY BRITO
 MARISOL PESANTEZ



UNIVERSIDAD D
FACULTAD DE
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010				2011				2012				2013				2014			
		DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
904	ACICLOVIR COMPRIMIDOS 500MG (VALTRET)	30	2,11	2,81	63,31	31	2,22	2,96	90,48	31	2,34	3,12	97,46	32	2,48	3,31	105,49	33	2,65	3,53	114,75
905	DEXTROPROPOXIFENO AMPOLLAS 5ML (KLOSIDOL AMP.)	15	0,84	1,12	12,58	15	0,88	1,17	17,98	16	0,93	1,24	19,36	16	0,99	1,32	20,96	16	1,05	1,40	22,80
906	USADO BACTERIANO * 14 COMPRIMIDOS. (LUIVAC)	10	10,36	13,81	103,59	10	10,88	14,51	148,04	10	11,49	15,31	159,46	11	12,18	16,25	172,61	11	12,99	17,32	187,75
907	ACIDO FOLICO SOBRES (ACIDO FOLICO SOBRES)	30	0,15	0,20	4,50	31	0,16	0,21	6,43	31	0,17	0,22	6,93	32	0,18	0,24	7,50	33	0,19	0,25	8,16
908	SULFATO FERROSO (FERROLENT GOTAS)	10	3,00	4,00	30,00	10	3,15	4,20	42,87	10	3,33	4,44	46,18	11	3,53	4,70	49,99	11	3,76	5,02	54,37
909	SULFATO FERROSO (FERROLENT JARABE)	15	3,79	5,05	56,85	15	3,98	5,31	81,24	16	4,20	5,60	87,51	16	4,46	5,94	94,73	16	4,75	6,34	103,04
910	GENTAMICINA (GENTRAX 80MG)	30	0,33	0,44	9,81	31	0,34	0,46	14,02	31	0,36	0,48	15,10	32	0,38	0,51	16,34	33	0,41	0,55	17,78
911	GENTAMICINA (GENTRAX 160 MG)	25	0,43	0,58	10,84	26	0,46	0,61	15,49	26	0,48	0,64	16,68	27	0,51	0,68	18,06	27	0,54	0,72	19,64
912	GLUCERINA SUPOSITORIOS	20	0,10	0,14	2,09	20	0,11	0,15	2,99	21	0,12	0,15	3,22	21	0,12	0,16	3,48	22	0,13	0,17	3,79
913	CEFALEXINA (KEFLEX 250 SUSP)	20	7,97	10,63	159,48	20	8,38	11,17	227,92	21	8,84	11,79	245,50	21	9,38	12,51	265,73	22	10,00	13,33	289,05
914	VALERATO DE ESTRADIOL (MESIGYNA PSR)	10	3,68	4,91	36,82	10	3,87	5,16	52,62	10	4,08	5,44	56,68	11	4,33	5,77	61,35	11	4,62	6,16	66,73
915	LEVONORGESTREL (MICROGYNON X 21 TAB)	20	2,22	2,96	44,33	20	2,33	3,10	63,35	21	2,46	3,28	68,24	21	2,61	3,48	73,86	22	2,78	3,71	80,35
916	GESTODENO (MINESSE PSR X 28 TAB)	5	6,71	8,95	33,56	5	7,05	9,40	47,97	5	7,44	9,92	51,67	5	7,90	10,53	55,92	5	8,42	11,22	60,83
917	SALBUTAMOL JARABE 120 ML (NEBULASMA)	20	1,89	2,51	37,71	20	1,98	2,64	53,90	21	2,09	2,79	58,05	21	2,22	2,96	62,84	22	2,36	3,15	68,36
918	CIPROFLOXACINA 1% 200MG (OSMOFLOX AMP)	20	3,16	4,21	63,20	20	3,32	4,43	90,32	21	3,50	4,67	97,29	21	3,72	4,96	105,31	22	3,96	5,28	114,55
919	BROMOCRIPTINA 2.5 MG (PARLODEL)	30	0,87	1,16	26,10	31	0,91	1,22	37,30	31	0,96	1,29	40,18	32	1,02	1,36	43,49	33	1,09	1,45	47,30
920	MALEATO DE ENALAPRIL (RENITEC 20MG)	50	0,68	0,91	34,00	51	0,71	0,95	48,59	52	0,75	1,01	52,34	53	0,80	1,07	56,65	54	0,85	1,14	61,62
921	MALEATO DE ENALAPRIL (RENITEC 5MG)	60	0,16	0,21	9,60	61	0,17	0,22	13,72	62	0,18	0,24	14,78	64	0,19	0,25	16,00	65	0,20	0,27	17,40
922	SUERO ORAL SOBRES	80	0,32	0,43	25,60	82	0,34	0,45	36,59	83	0,35	0,47	39,41	85	0,38	0,50	42,66	87	0,40	0,53	46,40
923	CLEMASTIN (TAVEGIL)	10	1,68	2,24	16,80	10	1,76	2,35	24,01	10	1,86	2,48	25,86	11	1,98	2,63	27,99	11	2,11	2,81	30,45
924	IBUPROFENO 200MG (TERMYL FORTE SUSP.)	15	2,74	3,65	41,03	15	2,87	3,83	58,63	16	3,03	4,04	63,16	16	3,22	4,29	68,36	16	3,43	4,57	74,36
925	IBUPROFENO 100MG (TERMYL SUSP.)	15	2,62	3,49	39,25	15	2,75	3,66	56,09	16	2,90	3,87	60,42	16	3,08	4,10	65,40	16	3,28	4,37	71,14
926	IBUPROFENO 40MG (TERMYL GOTAS)	15	2,43	3,24	36,50	15	2,56	3,41	52,16	16	2,70	3,60	56,19	16	2,86	3,82	60,82	16	3,05	4,07	66,15
927	AZITROMICINA 500 MG (TOBIL TAB)	10	3,63	4,84	36,32	10	3,82	5,09	51,91	10	4,03	5,37	55,91	11	4,27	5,70	60,52	11	4,55	6,07	65,83
928	PASTA DENTAL BLENDA 75CC	20	0,82	1,09	16,32	20	0,86	1,14	23,32	21	0,90	1,21	25,12	21	0,96	1,28	27,19	22	1,02	1,36	29,57
929	CEPILLO DENTAL PRO	50	0,41	0,55	20,71	51	0,44	0,58	29,59	52	0,46	0,61	31,88	53	0,49	0,65	34,51	54	0,52	0,69	37,53
930	DIHIPRIPROGESTERONA, ACETOFENIDO 1ML AMPOLLA (TOPASEL PS)	15	3,07	4,09	46,03	15	3,22	4,30	65,78	16	3,40	4,54	70,85	16	3,61	4,81	76,69	16	3,85	5,13	83,42
931	METILPREDNISOLONA 125MG/ML AMPOLLA (SOLUMEDROL)	15	33,21	44,28	498,14	15	34,88	46,51	711,89	16	36,82	49,10	766,80	16	39,06	52,08	830,01	16	41,64	55,52	902,85
932	VITAMINA A, MINERALES, COMPLEJO B CAPSULAS (MENOPACE)	50	7,89	10,51	394,25	51	8,28	11,04	563,42	52	8,74	11,66	606,88	53	9,27	12,37	656,92	54	9,89	13,18	714,56
933	SALBUTAMOL (VENTOLIN INHALADOR)	10	7,86	10,48	78,57	10	8,25	11,00	112,28	10	8,71	11,62	120,94	11	9,24	12,32	130,91	11	9,85	13,13	142,40
934	SECNIDAZOL LIFE 500MG X 15ML FRASCO (PAZIDOL 500MG SUSP)	10	2,23	2,97	22,25	10	2,34	3,12	31,80	10	2,47	3,29	34,25	11	2,62	3,49	37,07	11	2,79	3,72	40,33
935	TRIMOVAX O,5 SAR/PAR/RU.	10	4,33	5,77	43,30	10	4,55	6,06	61,88	10	4,80	6,40	66,65	11	5,09	6,79	72,15	11	5,43	7,24	78,48

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:

MARY BRITO

MARISOL PESANTEZ



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010				2011				2012				2013				2014			
		DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
936	AZITROMICINA 500MG TABLETA (ZITROMAX TAB)	10	8,50	11,33	85,00	10	8,93	11,90	121,47	10	9,42	12,57	130,84	11	10,00	13,33	141,63	11	10,66	14,21	154,06
937	LECHE PEPTI JUNIOR 400 GR (TARRO PEPTI JUNIOR)	8	12,53	16,71	100,24	8	13,16	17,55	143,25	8	13,89	18,52	154,30	8	14,74	19,65	167,02	9	15,71	20,95	181,68
938	VITAMINAS-MINERALES TABLETAS MASTICABLES (KIDDI PHARMAT)	100	0,21	0,29	21,42	102	0,22	0,30	30,61	104	0,24	0,32	32,97	106	0,25	0,34	35,69	108	0,27	0,36	38,82
939	NISTATINA-OXIDO ZINC CREMA 30 GR. (NISTAGLOS)	20	2,34	3,13	46,89	20	2,46	3,28	67,00	21	2,60	3,47	72,17	21	2,76	3,68	78,12	22	2,94	3,92	84,98
940	CEFUROXIMA SUSPENSION 250 MG (CEFUR)	15	10,16	13,55	152,40	15	10,67	14,23	217,79	16	11,27	15,02	234,59	16	11,95	15,93	253,93	16	12,74	16,98	276,21
941	ENSURE 1000 GR POLVO (ENSURE TARRO)	10	13,64	18,18	136,37	10	14,32	19,10	194,88	10	15,12	20,16	209,91	11	16,04	21,39	227,22	11	17,10	22,80	247,16
942	NAPROXENO,PARACETAMOL TABLETAS (FEBRAX)	20	0,16	0,21	3,17	20	0,17	0,22	4,53	21	0,18	0,23	4,87	21	0,19	0,25	5,28	22	0,20	0,26	5,74
943	SECNIDAZOL 750MG SUSPENSION (BIANOS SUSP.)	10	2,19	2,92	21,91	10	2,30	3,07	31,31	10	2,43	3,24	33,73	11	2,58	3,44	36,51	11	2,75	3,66	39,71
944	VITAMINA E 400 MG CAPSULA (VITA. E)	100	0,14	0,18	13,77	102	0,14	0,19	19,67	104	0,15	0,20	21,19	106	0,16	0,22	22,94	108	0,17	0,23	24,95
945	VITAMINA E 1000 MG CAPSULA (PERLAVIT. E)	100	0,28	0,37	27,78	102	0,29	0,39	39,70	104	0,31	0,41	42,76	106	0,33	0,44	46,28	108	0,35	0,46	50,35
946	ETINIL ESTRADIOL, GESTODENO CAJA X 21 TABLETAS (HARMONET P)	5	4,24	5,65	21,19	5	4,45	5,93	30,28	5	4,70	6,26	32,61	5	4,98	6,65	35,30	5	5,31	7,08	38,40
947	AZITROMICINA 200MG FRASCO 30ML SUSPENSION (UDOX SUSP)	10	6,64	8,85	66,40	10	6,97	9,30	94,90	10	7,36	9,82	102,21	11	7,81	10,41	110,64	11	8,33	11,10	120,35
948	AZITROMICINA 500MG CAPSULAS (UDOX CAP)	50	2,66	3,55	133,05	51	2,80	3,73	190,15	52	2,95	3,93	204,81	53	3,13	4,17	221,70	54	3,34	4,45	241,15
949	HIERRO GLUCINATO QUELATO 150MG/5ML SUSPENSION (CHELTIN S)	50	7,13	9,51	356,59	51	7,49	9,99	509,60	52	7,91	10,54	548,91	53	8,39	11,18	594,17	54	8,94	11,92	646,30
950	LECHE PROMIL GOLD II 900G.(PROMIL TARRO)	10	15,09	20,12	150,90	10	15,85	21,13	215,65	10	16,73	22,31	232,28	11	17,75	23,67	251,43	11	18,92	25,23	273,49
951	LACTULOSA 65% FRASCO 200ML (LACTULOSA)	10	9,50	12,67	95,00	10	9,98	13,31	135,76	10	10,53	14,04	146,24	11	11,17	14,90	158,29	11	11,91	15,88	172,18
952	LOMEFLOXACINA COLIRIO FRASCO 5 ML (OKACIN GOTAS)	20	12,00	16,00	240,00	20	12,60	16,81	342,99	21	13,31	17,74	369,44	21	14,11	18,82	399,90	22	15,05	20,06	434,99
953	AMIODARONA AMPOLLAS 150MG/3ML (CORDARONE)	15	2,47	3,29	37,01	15	2,59	3,46	52,89	16	2,74	3,65	56,97	16	2,90	3,87	61,67	16	3,09	4,13	67,08
954	FLUOXETINA,CLORHIDRATO COMPRIMIDOS 20MG (ACTAN)	20	0,37	0,49	7,39	20	0,39	0,52	10,56	21	0,41	0,55	11,37	21	0,43	0,58	12,31	22	0,46	0,62	13,39
955	ACIDO ACETILSALICILICO COMPRIMIDOS 81MG. (CARDIONIL)	20	0,15	0,20	3,05	20	0,16	0,21	4,36	21	0,17	0,23	4,70	21	0,18	0,24	5,09	22	0,19	0,26	5,53
956	UOIFILIZADO MULTIVITAMINICO AMPOLLA VIA PARENTERAL (CERN)	15	7,27	9,70	109,11	15	7,64	10,19	155,93	16	8,07	10,75	167,96	16	8,56	11,41	181,80	16	9,12	12,16	197,76
957	DESLORATADINA JARABE 60 ML (AVIANT)	20	8,78	11,70	175,56	20	9,22	12,29	250,89	21	9,73	12,98	270,24	21	10,32	13,77	292,52	22	11,01	14,67	318,19
958	GESTODENO, ETINILESTRADIOL CAJA X 28TABLETAS (MINESSE)	5	6,71	8,95	33,57	5	7,05	9,40	47,97	5	7,44	9,93	51,67	5	7,90	10,53	55,93	5	8,42	11,22	60,84
959	ESTRADIOL, TRIMEGESTONA CAJA X 28 (TOTELLE 1MG/0.125 MG)	2	17,79	23,72	35,58	2	18,69	24,92	50,85	2	19,73	26,30	54,77	2	20,93	27,90	59,29	2	22,31	29,74	64,49
960	NEOMICINA, POLIMIXINA, DEXAMETASONA GOTAS 50ML (MAXITR)	10	7,78	10,37	77,80	10	8,17	10,90	111,18	10	8,63	11,50	119,76	11	9,15	12,20	129,63	11	9,75	13,01	141,01
961	NEOMICINA, POLIMIXINA, DEXAMETASONA UNGUENTO 3.5 GR. (N)	10	7,08	9,44	70,80	10	7,44	9,92	101,18	10	7,85	10,47	108,99	11	8,33	11,10	117,97	11	8,88	11,84	128,32
962	HIDROXIPROPILMETILCELULOSA, DEXTRAN SOLUCION OFT. (NICOT)	10	4,81	6,41	48,10	10	5,05	6,74	68,74	10	5,33	7,11	74,04	11	5,66	7,54	80,15	11	6,03	8,04	87,18
963	FLUBENDAZOL SUSPENSION 30 ML (FUGOS)	15	3,04	4,06	45,65	15	3,20	4,26	65,24	16	3,37	4,50	70,27	16	3,58	4,77	76,07	16	3,82	5,09	82,74
964	CEFUROXIMA SUSPENSION 250 MG X 50 ML (FURACAM)	5	7,77	10,36	38,84	5	8,16	10,88	55,51	5	8,61	11,48	59,79	5	9,14	12,18	64,72	5	9,74	12,99	70,40
965	CIPROFLOXACINA, HIDROCORTISONA GOTAS 5 ML (CIRIAX OTIC)	10	4,86	6,48	48,58	10	5,10	6,80	69,43	10	5,39	7,18	74,79	11	5,71	7,62	80,95	11	6,09	8,12	88,05
966	NITAZOXANIDA SUSPENSION 100 MG X 60 ML (COLLUFASE)	10	5,19	6,92	51,92	10	5,45	7,27	74,19	10	5,76	7,68	79,92	11	6,11	8,14	86,51	11	6,51	8,68	94,10
967	AMOXICILINA SUSPENSION DUO 750 MG X 70 ML (PROXIDAL DUO)	10	4,44	5,92	44,40	10	4,67	6,22	63,48	10	4,92	6,57	68,37	11	5,22	6,97	74,01	11	5,57	7,43	80,50
968	URSOLFALK 60MG SOBRES (URSOLFALK SOBRES)	50	0,95	1,27	47,50	51	1,00	1,33	67,88	52	1,05	1,40	73,12	53	1,12	1,49	79,15	54	1,19	1,59	86,09

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
 MARY BRITO
 MARISOL PESANTEZ



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010				2011				2012				2013				2014			
		DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
969	CLOTRIMAZOL CREMA 1% TUBO 20 GR. (CANESTEN)	20	2,65	3,53	53,00	20	2,78	3,71	75,74	21	2,94	3,92	81,58	21	3,12	4,16	88,31	22	3,32	4,43	96,06
970	DICLOFENACO 9MG/5ML FRASCO (CATAFLAM SUSP.)	10	2,32	3,09	23,17	10	2,43	3,24	33,11	10	2,57	3,42	35,66	11	2,72	3,63	38,60	11	2,90	3,87	41,99
971	METOCLOPRAMIDA 10MG AMPOLLA (PRIMPERAN AMPOLLA)	15	0,70	0,93	10,46	15	0,73	0,98	14,95	16	0,77	1,03	16,11	16	0,82	1,09	17,43	16	0,87	1,17	18,96
972	CICLESONIDA INHALADOR 10ML/120 DOSIS(ALVESCO INHALADOR)	2	37,36	49,81	74,72	2	39,24	52,32	106,78	2	41,42	55,23	115,02	2	43,94	58,59	124,50	2	46,84	62,46	135,43
973	ROSUVASTATINA 10MG COMPRIMIDOS (CRESTOR 10MG)	10	1,05	1,40	10,49	10	1,10	1,47	14,99	10	1,16	1,55	16,14	11	1,23	1,64	17,47	11	1,31	1,75	19,00
974	CEFTRIAXONA 1 GR. IV / 10 ML (CEFTRIAN)	10	4,00	5,33	40,00	10	4,20	5,60	57,16	10	4,44	5,91	61,57	11	4,70	6,27	66,65	11	5,02	6,69	72,50
975	MEROPENEM 1 GR. AMPOLLAS IV (MERONEM)	5	26,74	35,65	133,70	5	28,09	37,45	191,07	5	29,65	39,53	205,81	5	31,45	41,94	222,78	5	33,53	44,70	242,32
976	MUPIROICIN 2% UNGUENTO TOPICO 15 GR. TUBO (SELADERM)	10	11,62	15,49	116,20	10	12,21	16,27	166,06	10	12,88	17,18	178,87	11	13,67	18,22	193,62	11	14,57	19,43	210,61
977	MUCOPOLISACARIDO,CALAMINA,ZINC GEL TUBO 20 G. (HIRUDOID)	5	4,31	5,74	21,53	5	4,52	6,03	30,77	5	4,77	6,37	33,14	5	5,06	6,75	35,87	5	5,40	7,20	39,02
978	CETIRIZINA, DICLORHIDRATO GOTAS 10 ML (ZYRTEC)	5	9,20	12,27	46,00	5	9,66	12,88	65,74	5	10,20	13,60	70,81	5	10,82	14,43	76,65	5	11,54	15,38	83,37
979	ISOCANAZOL CREMA VAGINAL 20 GR. (ICADEN)	5	8,50	11,34	42,51	5	8,93	11,91	60,75	5	9,43	12,57	65,43	5	10,00	13,33	70,83	5	10,66	14,21	77,04
980	PIRACETAM 1 GR/5ML AMPOLLA (NOOTROPIL)	15	1,46	1,95	21,90	15	1,53	2,04	31,30	16	1,62	2,16	33,71	16	1,72	2,29	36,49	16	1,83	2,44	39,69
981	NORELGESTROMINA, ETINIL ESTRADIOL PARCHE CAJA X 3 (EVRA)	10	13,39	17,85	133,88	10	14,06	18,75	191,33	10	14,84	19,79	206,09	11	15,75	21,00	223,08	11	16,79	22,38	242,65
982	CLOTRIMAZOL CREMA 50 GR. (VAGIL-CROWE)	10	4,45	5,94	44,55	10	4,68	6,24	63,66	10	4,94	6,59	68,57	11	5,24	6,99	74,22	11	5,59	7,45	80,74
983	CEFFPROZIL CREMA TOPICA 60 GR. (PROICAR)	10	6,03	8,04	60,28	10	6,33	8,44	86,15	10	6,68	8,91	92,80	11	7,09	9,45	100,45	11	7,56	10,08	109,26
984	TARRO GLUCERNA FIBRA 8 ONZAS LIQUIDO (TARRO GLUCERNA)	15	2,21	2,94	33,08	15	2,32	3,09	47,27	16	2,44	3,26	50,91	16	2,59	3,46	55,11	16	2,76	3,69	59,95
985	CLOTRIMAZOL OVULOS (VAGIRAL)	20	0,19	0,26	3,85	20	0,20	0,27	5,50	21	0,21	0,28	5,92	21	0,23	0,30	6,41	22	0,24	0,32	6,97
986	AD-MUC UNGUENTO 10 GR. (AD-MUC)	10	4,54	6,05	45,37	10	4,77	6,35	64,84	10	5,03	6,71	69,84	11	5,34	7,11	75,59	11	5,69	7,58	82,23
987	CEFUROXIMA COMPRIMIDO 500 MG. (FURACAM)	30	1,07	1,42	31,98	31	1,12	1,49	45,71	31	1,18	1,58	49,23	32	1,25	1,67	53,29	33	1,34	1,78	57,97
988	CLOMIFENO 50 MG. COMPRIMIDOS (ZIMAQUIN)	25	0,91	1,22	22,80	26	0,96	1,28	32,58	26	1,01	1,35	35,09	27	1,07	1,43	37,99	27	1,14	1,52	41,32
989	LEVONORGESTREL GRAGEAS CAJA X 35 (MICROLUT)	5	3,19	4,26	15,97	5	3,35	4,47	22,82	5	3,54	4,72	24,58	5	3,76	5,01	26,60	5	4,00	5,34	28,94
990	ETINIL, ESTRADIOL, DROSPIRENONA GRAGEAS CAJA X 21 (YASMIN)	5	7,66	10,21	38,28	5	8,04	10,72	54,70	5	8,49	11,32	58,92	5	9,00	12,01	63,78	5	9,60	12,80	69,37
991	DICLOXACILINA TABLETAS 500 MG (DICLOLAK)	60	0,29	0,38	17,10	61	0,30	0,40	24,44	62	0,32	0,42	26,33	64	0,34	0,45	28,50	65	0,36	0,48	31,00
992	TIOTRICINA, CETILPIRIDO PASTILLAS MASTICABLES (ISLA-MINT)	80	0,13	0,18	10,67	82	0,14	0,19	15,25	83	0,15	0,20	16,43	85	0,16	0,21	17,78	87	0,17	0,22	19,34
993	COMPLEJO POLIMALTUSADO FERRICO+ACIDO FOLICO 100 MG TAB	70	0,38	0,51	26,78	71	0,40	0,54	38,26	73	0,42	0,57	41,22	74	0,45	0,60	44,61	76	0,48	0,64	48,53
994	FOSFATO SODICO DE BETAMETASONA 2 ML AMPOLLAS (INFLACOR)	15	2,40	3,20	36,00	15	2,52	3,36	51,45	16	2,66	3,55	55,42	16	2,82	3,76	59,98	16	3,01	4,01	65,25
995	VITAMINAS Y MINERALES DURANTE EMBARAZO, TAB. FCO X 30 (NU)	100	4,74	6,31	473,60	102	4,97	6,63	676,82	104	5,25	7,00	729,03	106	5,57	7,43	789,13	108	5,94	7,92	858,37
996	SENOSIDOS A-B JARABE 60 ML (SENOKOT)	20	2,21	2,94	44,17	20	2,32	3,09	63,12	21	2,45	3,26	67,99	21	2,60	3,46	73,59	22	2,77	3,69	80,05
997	CIPROFLOXACINA TABLETAS 500 MG (PROFLOX)	60	0,91	1,21	54,54	61	0,95	1,27	77,94	62	1,01	1,34	83,96	64	1,07	1,43	90,88	65	1,14	1,52	98,85
998	NITROPRUSIATO DE SODIO 50 MG AMPOLLA (NITROPRUSIATO)	10	8,11	10,81	81,10	10	8,52	11,36	115,90	10	8,99	11,99	124,84	11	9,54	12,72	135,13	11	10,17	13,56	146,99
999	SERTACONAZOL OVULOS 300 MG (ZALAIN 2% OVULO)	20	5,87	7,83	117,47	20	6,17	8,23	167,87	21	6,51	8,68	180,82	21	6,91	9,21	195,73	22	7,36	9,82	212,90
1000	HIDROCORTISONA,CLORANFENICOL POMADA 4GR OFT. (CORTIFENC)	20	8,61	11,48	172,20	20	9,04	12,06	246,09	21	9,55	12,73	265,07	21	10,13	13,50	286,93	22	10,80	14,39	312,10

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
 MARY BRITO
 MARISOL PESANTEZ



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010				2011				2012				2013				2014			
		DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
1001	IBUPROFENO GRAGEAS 200 MG (BUPREX)	40	0,04	0,06	1,66	41	0,04	0,06	2,37	42	0,05	0,06	2,55	42	0,05	0,07	2,76	43	0,05	0,07	3,01
1002	ISOCANAZOL CREMA DERMATOLÓGICA 20 GR. (ICADEN)	20	5,48	7,30	109,54	20	5,75	7,67	156,55	21	6,07	8,10	168,62	21	6,44	8,59	182,52	22	6,87	9,16	198,54
1003	SALMETEROL, FLUTICASONA 50MG/120 DOSIS(SERE)	5	16,58	22,11	82,90	5	17,42	23,22	118,47	5	18,38	24,51	127,61	5	19,50	26,00	138,13	5	20,79	27,72	150,25
1004	EPINASTINA JARABE 10 MG/60 ML(FLURINOL)	10	6,91	9,21	69,08	10	7,26	9,68	98,73	10	7,66	10,21	106,34	11	8,13	10,83	115,11	11	8,66	11,55	125,21
1005	ACICLOVIR SUSPENSION 200MG-5ML FRASCO 125 ML. (ZOVIRAX)	5	18,43	24,57	92,13	5	19,36	25,81	131,67	5	20,43	27,24	141,82	5	21,67	28,90	153,52	5	23,10	30,81	166,99
1006	ACICLOVIR CREMA 5% / 5GR. (ZOVIRAX)	10	6,22	8,30	62,23	10	6,54	8,72	88,94	10	6,90	9,20	95,80	11	7,32	9,76	103,70	11	7,80	10,40	112,79
1007	BETAMETASONA, LORATADINA SOLUCION FRASCO 60ML (CLARICO)	10	6,28	8,37	62,79	10	6,60	8,79	89,73	10	6,96	9,28	96,65	11	7,39	9,85	104,62	11	7,87	10,50	113,80
1008	LORATADINA, AMBROXOL JARABE 60ML(CLARIXOL)	15	6,39	8,53	95,91	15	6,72	8,95	137,06	16	7,09	9,45	147,63	16	7,52	10,03	159,80	16	8,02	10,69	173,83
1009	BETAMETASONA UNGUENTO 30GR (DIPROSALIC)	10	3,57	4,76	35,68	10	3,75	5,00	50,98	10	3,96	5,27	54,92	11	4,20	5,59	59,44	11	4,47	5,96	64,66
1010	MCT OIL 960 ML	10	0,10	0,14	1,05	10	0,11	0,15	1,50	10	0,12	0,15	1,61	11	0,12	0,16	1,75	11	0,13	0,18	1,90
1011	NISTATINA-ZINC OX. UNGUENTO 30 GR. (COCIDERMIN)	10	2,89	3,85	28,89	10	3,03	4,05	41,28	10	3,20	4,27	44,46	11	3,40	4,53	48,13	11	3,62	4,83	52,35
1012	VECURONIO 4MG/MLAMPOLLA (NORCURON)	10	4,30	5,73	43,00	10	4,52	6,02	61,45	10	4,77	6,36	66,19	11	5,06	6,74	71,65	11	5,39	7,19	77,94
1013	AMOX, SULBACTAM SUSPENSION 250 MG / 60 ML (TRIFAMOX IBL)	5	16,69	22,26	83,47	5	17,53	23,38	119,28	5	18,51	24,68	128,49	5	19,64	26,18	139,08	5	20,93	27,91	151,28
1014	GENTAMICINA 10 MG AMPOLLAS (GENBEXIL 10 MG)	10	0,38	0,51	3,80	10	0,40	0,53	5,43	10	0,42	0,56	5,85	11	0,45	0,60	6,33	11	0,48	0,64	6,89
1015	AZITROMICINA SUSPENSION 15 ML (ULTRABAC)	10	6,82	9,09	68,18	10	7,16	9,55	97,44	10	7,56	10,08	104,95	11	8,02	10,69	113,61	11	8,55	11,40	123,58
1016	CEFUROXIMA COMPRIMIDOS 250 MG (FURACAM)	50	0,65	0,86	32,32	51	0,68	0,91	46,19	52	0,72	0,96	49,75	53	0,76	1,01	53,85	54	0,81	1,08	58,57
1017	AMOX. 250 MG+ACIDO CLAVULANICO 62.5 MG SUSPENSION (SINE)	5	8,86	11,81	44,29	5	9,30	12,40	63,29	5	9,82	13,09	68,17	5	10,42	13,89	73,79	5	11,11	14,81	80,27
1018	AMOX. 400 MG+ACIDO CLAVULANICO 57 MG SUSPENSION (SINER)	5	10,55	14,07	52,77	5	11,09	14,78	75,42	5	11,70	15,60	81,24	5	12,41	16,55	87,93	5	13,23	17,65	95,65
1019	CEREAL NUTRICIA 5 CEREALES CAJA X 200 G.	30	1,44	1,93	43,31	31	1,52	2,02	61,90	31	1,60	2,13	66,67	32	1,70	2,26	72,17	33	1,81	2,41	78,50
1020	CEREAL NUTRICIA ARROZ CAJA X 200 G.	30	1,40	1,87	42,08	31	1,47	1,96	60,13	31	1,56	2,07	64,77	32	1,65	2,20	70,11	33	1,76	2,34	76,26
1021	CEREAL NUTRICIA AVENA CAJA X 200 G.	30	1,38	1,83	41,25	31	1,44	1,93	58,95	31	1,52	2,03	63,50	32	1,62	2,16	68,73	33	1,72	2,30	74,76
1022	CEREAL NUTRICIA MAIZ CAJA X 200 G.	30	1,59	2,12	47,80	31	1,67	2,23	68,31	31	1,77	2,36	73,58	32	1,87	2,50	79,65	33	2,00	2,66	86,64
1023	CEREAL NUTRICIA AVENA-BANANA CAJA X 200 G.	30	1,49	1,99	44,75	31	1,57	2,09	63,95	31	1,65	2,21	68,89	32	1,75	2,34	74,56	33	1,87	2,49	81,11
1024	CEREAL NUTRICIA FRESA-MANZANA CAJA X 200 G.	30	1,60	2,13	48,00	31	1,68	2,24	68,60	31	1,77	2,37	73,89	32	1,88	2,51	79,98	33	2,01	2,67	87,00
1025	VITAMINAS+MINERALES DURANTE EL EMBARAZO TAB. FCO X 30 (IN)	10	5,64	7,52	56,40	10	5,92	7,90	80,60	10	6,25	8,34	86,82	11	6,63	8,84	93,97	11	7,07	9,43	102,22
1026	MULTIVITAMINICO-MIERALES-TONICO TABLETAS (VITAVANTAGE)	100	8,87	11,83	886,96	102	9,32	12,42	1267,55	104	9,83	13,11	1365,33	106	10,43	13,91	1477,88	108	11,12	14,83	1607,56
1027	ANTIOXIDANTE-PROTECTOR HEPATICO TABLETA 10 MG (COENZIMA)	20	7,46	9,95	149,22	20	7,84	10,45	213,25	21	8,27	11,03	229,70	21	8,78	11,70	248,63	22	9,35	12,47	270,45
1028	CALCIO, VITAMINA D,K TAB CAJA (OSTEOBLASTOL FORTE)	5	6,63	8,83	33,13	5	6,96	9,28	47,34	5	7,35	9,79	50,99	5	7,79	10,39	55,19	5	8,31	11,08	60,04
1029	LECHE ENFAMIL 2 PREMIUM 400 GR (TARRO ENFAMIL 2 PREMIUM)	10	7,02	9,36	70,20	10	7,37	9,83	100,32	10	7,78	10,38	108,06	11	8,26	11,01	116,97	11	8,80	11,74	127,23
1030	PSEUDOEFEDRINA SULFATO,CLORFENAMINA MALEATO 100 ML SU	5	2,81	3,75	14,07	5	2,95	3,94	20,10	5	3,12	4,16	21,65	5	3,31	4,41	23,44	5	3,53	4,70	25,49
1031	VITAMINA-MINERALES CAPSULA (SUPRAVITAL PLATINIUM)	30	0,16	0,21	4,80	31	0,17	0,22	6,86	31	0,18	0,24	7,39	32	0,19	0,25	8,00	33	0,20	0,27	8,70
1032	AMOXICILINA 875MG TABLETA (AMOXIL.BD)	50	0,41	0,55	20,72	51	0,44	0,58	29,61	52	0,46	0,61	31,89	53	0,49	0,65	34,52	54	0,52	0,69	37,55
1033	AMOXICILINA 400MG SUSP. (AMOXIL.BD)	50	2,66	3,55	133,00	51	2,79	3,73	190,08	52	2,95	3,93	204,74	53	3,13	4,17	221,62	54	3,34	4,45	241,06

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
MARY BRITO
MARISOL PESANTEZ



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010				2011				2012				2013				2014			
		DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
1034	ACIDO FOLICO (ACIDO FOLICO 5MG)	100	0,01	0,01	1,02	102	0,01	0,01	1,45	104	0,01	0,02	1,56	106	0,01	0,02	1,69	108	0,01	0,02	1,84
1035	CLORFENAMINA, PARACETAMOL SUSPENSION 100 ML (TRIOVAL JB)	20	2,37	3,16	47,45	20	2,49	3,32	67,82	21	2,63	3,51	73,05	21	2,79	3,72	79,07	22	2,98	3,97	86,01
1036	CIPROFLOXACINA TABLETAS 500 MG (BACTIFLOX)	40	0,87	1,16	34,70	41	0,91	1,21	49,59	42	0,96	1,28	53,41	42	1,02	1,36	57,81	43	1,09	1,45	62,89
1037	LECHE SIMILAC ADVANCE 2 IQ 400 GR (SIMILAC ADVANCE 2 IQ)	20	7,49	9,98	149,77	20	7,87	10,49	214,03	21	8,30	11,07	230,54	21	8,81	11,74	249,55	22	9,39	12,52	271,44
1038	LIDOCAINA JALEA TUBO 30 ML (ROXICAINA JALEA)	10	3,42	4,56	34,22	10	3,59	4,79	48,90	10	3,79	5,06	52,68	11	4,03	5,37	57,02	11	4,29	5,72	62,02
1039	ESTRIOL TABLETAS 2 MG (OVESTIN)	30	0,28	0,38	8,50	31	0,30	0,40	12,15	31	0,31	0,42	13,09	32	0,33	0,44	14,17	33	0,36	0,47	15,41
1040	HEPARINA SODICA, SUFOXIDO DE DIMETILO (DOLOBENE GEL 20G)	10	4,56	6,08	45,60	10	4,79	6,39	65,17	10	5,06	6,74	70,19	11	5,36	7,15	75,98	11	5,72	7,62	82,65
1041	CABERGOLINA TABLETA 2.5 MG (GRIFOCRIPITINA)	50	0,62	0,82	30,88	51	0,65	0,86	44,13	52	0,68	0,91	47,53	53	0,73	0,97	51,45	54	0,77	1,03	55,96
1042	CARBAMAZEPINA SUSPENSION 2% FRASCO 120 ML (TEGRETOL)	20	3,58	4,78	71,67	20	3,76	5,02	102,42	21	3,97	5,30	110,32	21	4,21	5,62	119,41	22	4,49	5,99	129,89
1043	AMBROXOL AMPOLLAS 15 MG/2 CC (MUXOL AMP.)	15	0,47	0,63	7,04	15	0,49	0,66	10,05	16	0,52	0,69	10,83	16	0,55	0,74	11,72	16	0,59	0,78	12,75
1044	PAÑOS HUMEDOS FRASCO * 70 UNID.	60	1,84	2,45	110,18	61	1,93	2,57	157,46	62	2,04	2,71	169,61	64	2,16	2,88	183,59	65	2,30	3,07	199,70
1045	NIFEDIPINA 20 MG OROS TABLETA (ADALAT 20 OROS)	20	0,97	1,29	19,41	20	1,02	1,36	27,74	21	1,08	1,43	29,88	21	1,14	1,52	32,35	22	1,22	1,62	35,18
1046	FENILPROPANOLAMINA, CLORHIDRATO SOLUCION FRASCO 100 ML	25	3,64	4,86	91,08	26	3,83	5,10	130,16	26	4,04	5,39	140,20	27	4,29	5,71	151,76	27	4,57	6,09	165,08
1047	NITROGLICERINA 5 MG/ML AMPOLLA (NITROGLICERINA AMP)	15	10,21	13,61	153,08	15	10,72	14,29	218,76	16	11,32	15,09	235,63	16	12,00	16,00	255,06	16	12,80	17,06	277,44
1048	HALORINATO DESODIO X 28 COMPRIMIDOS (MICROGYNON CD)	5	7,06	9,42	35,31	5	7,42	9,89	50,47	5	7,83	10,44	54,36	5	8,31	11,08	58,84	5	8,86	11,81	64,01
1049	TRIMETOPRIMA SULFAMETOXAZOL SUSPENSION 60 ML FRASCO (S)	10	1,39	1,85	13,89	10	1,46	1,95	19,85	10	1,54	2,05	21,38	11	1,63	2,18	23,14	11	1,74	2,32	25,17
1050	AMINOPLASMA 10 % 250 ML FRASCO (AMINOPLASMA)	10	13,76	18,35	137,60	10	14,45	19,27	196,64	10	15,26	20,34	211,81	11	16,18	21,58	229,27	11	17,25	23,00	249,39
1051	MEBENDAZOL SUSPENSION FRASCO 100MG/5ML (MEBENDAZOL)	10	0,63	0,84	6,30	10	0,66	0,88	9,00	10	0,70	0,93	9,70	11	0,74	0,99	10,50	11	0,79	1,05	11,42
1052	VITAMINAS MINERALES GINSEG CAPSULAS (MIOBI)	100	0,20	0,27	20,01	102	0,21	0,28	28,59	104	0,22	0,30	30,80	106	0,24	0,31	33,34	108	0,25	0,33	36,26
1053	VIT. B1-B6-B12 SUSPENSION 120 ML FRASCO (ROJAMIN COMPUES)	10	1,12	1,50	11,22	10	1,18	1,57	16,04	10	1,24	1,66	17,27	11	1,32	1,76	18,70	11	1,41	1,88	20,34
1054	HIERRO GLUCINATO QUELATO 150 MG, ACIDO FOLICO 600 (CHELTIN)	90	0,16	0,21	14,20	92	0,17	0,22	20,29	94	0,17	0,23	21,86	96	0,19	0,25	23,66	98	0,20	0,26	25,73
1055	HIERRO GLUCINATO QUELATO 30 MG/ML GOTAS (CHELTIN FOLIC GC)	80	4,73	6,31	378,67	82	4,97	6,63	541,16	83	5,25	7,00	582,90	85	5,57	7,42	630,95	87	5,93	7,91	686,32
1056	CAPTOPRIL SOBRES (CAPTOPRIL)	50	0,20	0,27	10,00	51	0,21	0,28	14,29	52	0,22	0,30	15,39	53	0,24	0,31	16,66	54	0,25	0,33	18,12
1057	AMOXICILINA SUSPENSION 250MG/5ML (BASELMOX SUSP.)	25	2,64	3,52	66,04	26	2,77	3,70	94,38	26	2,93	3,91	101,66	27	3,11	4,14	110,04	27	3,31	4,42	119,70
1058	NIMESULIDA 100 MG TABLETAS (LANIMEX TAB)	30	0,28	0,37	8,34	31	0,29	0,39	11,92	31	0,31	0,41	12,83	32	0,33	0,44	13,89	33	0,35	0,46	15,11
1059	NIMESULIDA SUSPENSION 50MG/5ML (LANIMEX SUSP)	40	2,71	3,61	108,33	41	2,84	3,79	154,82	42	3,00	4,00	166,76	42	3,19	4,25	180,51	43	3,40	4,53	196,35
1060	VALSARTAN CAPSULAS 80 MG (DIOVAN)	40	0,81	1,08	32,50	41	0,85	1,14	46,45	42	0,90	1,20	50,03	42	0,96	1,27	54,15	43	1,02	1,36	58,90
1061	TIOTROPIO CAPSULAS PARA INHALACION 18 MG (SPIRIVA)	2	14,27	19,03	28,54	2	14,99	19,99	40,79	2	15,82	21,10	43,93	2	16,78	22,38	47,55	2	17,89	23,86	51,73
1062	AMOXICILINA + ACIDO CLAVULANICO (CLAVINEX DUO)	20	1,62	2,16	32,40	20	1,70	2,27	46,30	21	1,80	2,39	49,87	21	1,91	2,54	53,98	22	2,03	2,71	58,72
1063	LORATADINA 10MG TABLETAS (FRENALER)	40	0,32	0,42	12,60	41	0,33	0,44	18,01	42	0,35	0,47	19,40	42	0,37	0,49	21,00	43	0,40	0,53	22,84
1064	VITAMINAS MINERALES CAPSULAS BLANDAS * 28 (NATELE)	100	0,19	0,25	19,10	102	0,20	0,27	27,29	104	0,21	0,28	29,40	106	0,22	0,30	31,82	108	0,24	0,32	34,62
1065	SIMETICONA 250MG CAPSULAS (DIGESTA)	50	0,19	0,25	9,47	51	0,20	0,27	13,53	52	0,21	0,28	14,57	53	0,22	0,30	15,77	54	0,24	0,32	17,16

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
 MARY BRITO
 MARISOL PESANTEZ



UNIVERSIDAD DE LOJA
FACULTAD DE ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010				2011				2012				2013				2014			
		DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
1066	ANTIOXIDANTES,VITAMINAS Y MINERALES CAPSULAS (DIABION)	100	0,35	0,47	35,33	102	0,37	0,49	50,50	104	0,39	0,52	54,39	106	0,42	0,55	58,87	108	0,44	0,59	64,04
1067	DROSPIRENONA/ETINILESTRADIOL 3MG/0.02MG COMPRIMIDOS (NORINDET)	60	10,03	13,37	601,87	61	10,54	14,05	860,13	62	11,12	14,83	926,47	64	11,80	15,73	1002,85	65	12,58	16,77	1090,85
1068	METFORMINA-GLIBENCLAMIDA 500MG/2.5MG TABLETA (GLUCOVANCE)	60	0,21	0,28	12,77	61	0,22	0,30	18,25	62	0,24	0,31	19,66	64	0,25	0,33	21,28	65	0,27	0,36	23,15
1069	PANCREATINA, HIDROLASA, BILIS DE BUEY, SIMETICONA GRAGEA (STANTON)	40	0,26	0,35	10,49	41	0,28	0,37	14,98	42	0,29	0,39	16,14	42	0,31	0,41	17,47	43	0,33	0,44	19,00
1070	LEVOFLOXACINO 500MG COMPRIMIDOS (RECAMICINA)	80	1,45	1,93	116,08	82	1,52	2,03	165,88	83	1,61	2,15	178,68	85	1,71	2,28	193,41	87	1,82	2,43	210,38
1071	CILOSTAZOL 50MG TABLETA (CILOSTAL)	70	0,71	0,94	49,35	71	0,74	0,99	70,53	73	0,78	1,04	75,97	74	0,83	1,11	82,23	76	0,88	1,18	89,44
1072	MULTIVITAMINAS, MINERALES, EXTRACTO DE ALOE, GINSENG CAPSULAS (MULTIVIT)	100	0,24	0,32	23,95	102	0,25	0,34	34,22	104	0,27	0,35	36,86	106	0,28	0,38	39,90	108	0,30	0,40	43,41
1073	CLINDAMICINA 100MG. (CLINDANA OVULOS)	20	1,27	1,70	25,47	20	1,34	1,78	36,39	21	1,41	1,88	39,20	21	1,50	2,00	42,43	22	1,60	2,13	46,16
1074	AMBROXOL 30MG/5ML JARABE 100ML (MUXOL ADULTO)	10	2,16	2,88	21,59	10	2,27	3,02	30,86	10	2,39	3,19	33,24	11	2,54	3,39	35,98	11	2,71	3,61	39,14
1075	POLICRESULENO 90MG OVULO (CERVIXEPT)	5	1,38	1,84	6,89	5	1,45	1,93	9,84	5	1,53	2,04	10,60	5	1,62	2,16	11,48	5	1,73	2,30	12,49
1076	LECHE SIMILAC ADVANCE 1 IQ 900GR (SIMILAC ADVANCE 1 IQ)	60	17,69	23,58	1061,26	61	18,58	24,77	1516,66	62	19,61	26,15	1633,64	64	20,80	27,74	1768,32	65	22,18	29,57	1923,48
1077	LECHE GAIN PLUS ADVANCE 3 IQ 400GR (GAIN PLUS ADVANCE 3 IQ)	60	4,42	5,89	265,20	61	4,64	6,19	379,00	62	4,90	6,53	408,23	64	5,20	6,93	441,89	65	5,54	7,39	480,66
1078	AMOXICILINA 250 MG SUSPENSION FRASCO (AMOVAL)	25	3,14	4,19	78,62	26	3,30	4,40	112,35	26	3,49	4,65	121,02	27	3,70	4,93	130,99	27	3,94	5,26	142,49
1079	CITRATO DE CALCIO-VITAMINA D TABLETAS (DENSIBONE D SOYA)	100	0,27	0,36	27,03	102	0,28	0,38	38,62	104	0,30	0,40	41,60	106	0,32	0,42	45,03	108	0,34	0,45	48,98
1080	CISATRACURIO FRASCO 30 CC (NIMBEX FORTE)	50	1,18	1,57	58,90	51	1,24	1,65	84,17	52	1,31	1,74	90,67	53	1,39	1,85	98,14	54	1,48	1,97	106,75
1081	TOPIRAMATO COMPRIMIDOS 25MG (TOPAMAC)	70	0,35	0,47	24,59	71	0,37	0,49	35,15	73	0,39	0,52	37,86	74	0,41	0,55	40,98	76	0,44	0,59	44,57
1082	AMPH+SULBACTAM 1.5GR. AMPOLLAS (SULTAMICILINA RICHET)	60	2,65	3,53	159,00	61	2,78	3,71	227,23	62	2,94	3,92	244,75	64	3,12	4,16	264,93	65	3,32	4,43	288,18
1083	ISOCANAZOL 600MG OVULOS (OVUGEL)	10	4,81	6,41	48,08	10	5,05	6,73	68,71	10	5,33	7,11	74,01	11	5,65	7,54	80,11	11	6,03	8,04	87,14
1084	NISTATINA 100000 UNID/ML GOTAS 60ML (MICOSTATIN)	10	2,58	3,44	25,83	10	2,71	3,62	36,92	10	2,86	3,82	39,77	11	3,04	4,05	43,04	11	3,24	4,32	46,82
1085	MINIMICROESFERAS PANCREATINA CAPSULAS (CREON 10000)	50	0,48	0,65	24,20	51	0,51	0,68	34,59	52	0,54	0,72	37,26	53	0,57	0,76	40,33	54	0,61	0,81	43,87
1086	CODEINA ANHIDRA, FENILTLOXAMINA CAPSULAS 30MG (CODIPRIN)	50	0,28	0,37	13,96	51	0,29	0,39	19,95	52	0,31	0,41	21,49	53	0,33	0,44	23,26	54	0,35	0,47	25,30
1087	LECHE PROGRESS GOLD 900GR (PROGRESS GOLD)	20	9,13	12,17	182,59	20	9,59	12,79	260,94	21	10,12	13,50	281,06	21	10,74	14,32	304,23	22	11,45	15,26	330,93
1088	LECHE SIMILAC ADVANCE 2 IQ 900GR (SIMILAC ADVANCE 2 IQ)	20	15,83	21,10	316,52	20	16,62	22,16	452,34	21	17,55	23,40	487,23	21	18,61	24,82	527,40	22	19,84	26,46	573,68
1089	RIFAMPICINA SOBRES	60	0,38	0,51	23,04	61	0,40	0,54	32,93	62	0,43	0,57	35,47	64	0,45	0,60	38,39	65	0,48	0,64	41,76
1090	CAPOTEN SOBRES (CAPOTEN)	60	0,30	0,40	18,00	61	0,32	0,42	25,72	62	0,33	0,44	27,71	64	0,35	0,47	29,99	65	0,38	0,50	32,62
1091	INSULINA HUMANA 10 ML FRASCO (HUMULIN N)	5	18,89	25,19	94,45	5	19,84	26,46	134,98	5	20,95	27,93	145,39	5	22,22	29,62	157,38	5	23,69	31,58	171,19
1092	SECNIDAZOL 500 MG FRASCO 30 ML (SECNIL SUSP.)	5	2,32	3,10	11,61	5	2,44	3,25	16,59	5	2,57	3,43	17,87	5	2,73	3,64	19,34	5	2,91	3,88	21,04
1093	LECHE NUTRAMIGEN PREMIUM 454 GR. (TARRO NUTRAMIGEN)	20	13,60	18,13	272,00	20	14,29	19,05	388,72	21	15,08	20,11	418,70	21	16,00	21,33	453,22	22	17,05	22,74	492,99
1094	LECHE ENFAMIL SOYA PREMIUM 400 GR. (TARRO ENFAMIL SOYA PREMIUM)	20	7,05	9,40	140,93	20	7,40	9,87	201,41	21	7,81	10,42	216,94	21	8,29	11,05	234,83	22	8,84	11,78	255,43
1095	CLORHIDRATO DE AMBROXOL GOTAS 7.5 MG FRASCO 20 ML (MUCOL)	10	2,16	2,88	21,60	10	2,27	3,03	30,87	10	2,40	3,19	33,25	11	2,54	3,39	35,99	11	2,71	3,61	39,15
1096	ELECTROLITOS SOLUCION 30 MEQ. 500 ML (PEDIALYTE 30)	10	1,80	2,41	18,04	10	1,90	2,53	25,78	10	2,00	2,67	27,77	11	2,12	2,83	30,06	11	2,26	3,02	32,70
1097	TRIMEBUTINA MALEATO 300 MG CAP (MUVETT)	20	0,32	0,43	6,49	20	0,34	0,45	9,28	21	0,36	0,48	10,00	21	0,38	0,51	10,82	22	0,41	0,54	11,77
1098	PREDNISOLONA CLIOQUINOL CREMA 16 GR (VOXIPREN)	25	0,76	1,01	19,00	26	0,80	1,06	27,15	26	0,84	1,12	29,25	27	0,89	1,19	31,66	27	0,95	1,27	34,44
1099	VITAMINAS, MINERALES GEL TUBO (VIT AMINO)	150	2,47	3,29	369,82	153	2,59	3,45	528,51	156	2,73	3,64	569,27	159	2,90	3,87	616,20	163	3,09	4,12	670,27
1100	LORATADINA, FENILPROPANOLAMINA GOTAS 15ML (NEOGRIPAL S)	60	2,17	2,89	130,00	61	2,28	3,03	185,78	62	2,40	3,20	200,11	64	2,55	3,40	216,61	65	2,72	3,62	235,62

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
MARY BRITO
MARISOL PESANTEZ



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010				2011				2012				2013				2014			
		DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
1101	MICONAZOL-NITRATO DE TINIDAZOL (DOXIFEN CAPS-BLAND)	50	0,68	0,91	34,13	51	0,72	0,96	48,77	52	0,76	1,01	52,54	53	0,80	1,07	56,87	54	0,86	1,14	61,86
1102	MEROPENEM 1G(MEROPENEM 1GR)	50	34,80	46,40	1740,00	51	36,55	48,74	2486,64	52	38,59	51,45	2678,45	53	40,93	54,58	2899,26	54	43,63	58,18	3153,66
1103	LEVODOROPROPINAZINA JARABE 60ML(LEVOPRONT)	20	7,68	10,24	153,60	20	8,07	10,76	219,51	21	8,52	11,35	236,44	21	9,03	12,04	255,93	22	9,63	12,84	278,39
1104	METOTREXATE 50MG (METOTREX)	20	8,08	10,77	161,50	20	8,48	11,31	230,80	21	8,95	11,94	248,60	21	9,50	12,66	269,10	22	10,12	13,50	292,71
1105	HIEDRA SECA EXTRACTO JARABE FCO 100ML (HEDILAR)	40	3,33	4,43	133,03	41	3,49	4,66	190,11	42	3,69	4,92	204,78	42	3,91	5,22	221,66	43	4,17	5,56	241,11
1106	CLORHIDRATO DE DILTIAZEM 120MG (CORAZEM CD 120MG)	40	0,91	1,21	36,33	41	0,95	1,27	51,92	42	1,01	1,34	55,93	42	1,07	1,42	60,54	43	1,14	1,52	65,85
1107	MONONITRATO DE ISOSORBIDE 20MG(ELANTAN 20MG)	50	0,44	0,58	21,90	51	0,46	0,61	31,29	52	0,49	0,65	33,71	53	0,52	0,69	36,48	54	0,55	0,73	39,69
1108	LANZOPRAZOL 30MG AMOXICILINA CLARITROMICINA(LANZOPRAL)	60	37,56	50,08	2253,53	61	39,45	52,60	3220,53	62	41,65	55,53	3468,94	64	44,18	58,90	3754,92	65	47,09	62,79	4084,40
1109	NORFLOXACINA TABL(MICROBAC)	60	1,11	1,48	66,73	61	1,17	1,56	95,36	62	1,23	1,64	102,72	64	1,31	1,74	111,18	65	1,39	1,86	120,94
1110	ATENOLOL CLORTALDONA(ATECLOR 100/25)	20	0,30	0,40	5,95	20	0,31	0,42	8,50	21	0,33	0,44	9,16	21	0,35	0,47	9,91	22	0,37	0,50	10,78
1111	LOSARTAN 50MG(NEFROTAL 50MG)	60	0,49	0,65	29,36	61	0,51	0,69	41,95	62	0,54	0,72	45,19	64	0,58	0,77	48,91	65	0,61	0,82	53,20
1112	LOSARTAN HIDROCLOROTIAZINA 50-12.5(NEFROTAL H)	60	0,34	0,45	20,14	61	0,35	0,47	28,78	62	0,37	0,50	31,00	64	0,39	0,53	33,55	65	0,42	0,56	36,49
1113	AMLODIPINO + LOZARTAN (ARANDA 2.5/50 MG)	60	0,65	0,87	39,03	61	0,68	0,91	55,78	62	0,72	0,96	60,08	64	0,77	1,02	65,03	65	0,82	1,09	70,74
1114	AMLODIPINO + LOZARTAN (ARANDA 5/100 MG)	80	1,09	1,46	87,33	82	1,15	1,53	124,81	83	1,21	1,61	134,44	85	1,28	1,71	145,52	87	1,37	1,83	158,29
1115	LANZOPRAZOL 30MG TABLETAS(LANZOPRAL 30MG)	60	1,09	1,45	65,39	61	1,14	1,53	93,44	62	1,21	1,61	100,65	64	1,28	1,71	108,95	65	1,37	1,82	118,51
1116	LANZOPRAZOL 15MG TABLETAS(LANZOPRAL 15MG)	70	0,55	0,73	38,15	71	0,57	0,76	54,53	73	0,60	0,81	58,73	74	0,64	0,85	63,57	76	0,68	0,91	69,15
1117	MICONAZOL-NITRATO DE TINIDAZOL CAPS-BLANDA + CREMA (DOX)	20	10,00	13,34	200,08	20	10,51	14,01	285,94	21	11,09	14,79	307,99	21	11,77	15,69	333,38	22	12,54	16,72	362,63
1118	ATENOLOL 50MG TABL(PLENACOR 50MG TABL)	60	0,25	0,34	15,10	61	0,26	0,35	21,58	62	0,28	0,37	23,24	64	0,30	0,39	25,16	65	0,32	0,42	27,37
1119	SACCHAROMYCES BOULARDII SOBRES 200MG (BIOFLORA)	80	0,97	1,29	77,67	82	1,02	1,36	110,99	83	1,08	1,44	119,56	85	1,14	1,52	129,41	87	1,22	1,62	140,77
1120	ALGINATO DE SODIO,BICARBONATODE SODIO SUSPENSION 360ML	50	4,55	6,07	227,48	51	4,78	6,37	325,09	52	5,04	6,73	350,17	53	5,35	7,14	379,03	54	5,70	7,61	412,29
1121	CLARITROMICINA IV 500MG AMPOLLAS (KLARICID)	15	14,76	19,68	221,40	15	15,50	20,67	316,40	16	16,37	21,82	340,81	16	17,36	23,15	368,91	16	18,51	24,68	401,28
1122	GLUCOSA 50% AMPOLLA (GLUCOSA)	15	1,82	2,43	27,30	15	1,91	2,55	39,01	16	2,02	2,69	42,02	16	2,14	2,85	45,49	16	2,28	3,04	49,48
1123	TEST HELICOBACTER PILORY	60	1,76	2,34	105,30	61	1,84	2,46	150,48	62	1,95	2,59	162,09	64	2,06	2,75	175,46	65	2,20	2,93	190,85
1124	GAMMABENCENO LOCION 60ML (DAVESOL)	100	0,83	1,10	82,50	102	0,87	1,16	117,90	104	0,91	1,22	127,00	106	0,97	1,29	137,46	108	1,03	1,38	149,53
1125	CEFALOXINA (CEFADIN 1GR.)	20	0,63	0,84	12,61	20	0,66	0,88	18,03	21	0,70	0,93	19,42	21	0,74	0,99	21,02	22	0,79	1,05	22,86
1126	SALMETEROL, FLUTICASONA 250 MCG INHALADOR (SERETIDE INHA)	12	25,19	33,59	302,28	12	26,46	35,28	431,99	12	27,93	37,24	465,31	13	29,63	39,51	503,67	13	31,58	42,11	547,87
1127	PANTOPRAZOL SODICO 40 MG TAB.(ZURCAL TAB)	80	1,50	2,00	120,00	82	1,58	2,10	171,49	83	1,66	2,22	184,72	85	1,76	2,35	199,95	87	1,88	2,51	217,49
1128	VALPROICO, ACIDO, GRASAS JARABE 120 ML(VALCOTE)	50	6,33	8,44	316,65	51	6,65	8,87	452,53	52	7,02	9,36	487,43	53	7,45	9,93	527,62	54	7,94	10,59	573,91
1129	DIGOXINA TAB. 0.25 MG (LANICOR)	20	0,04	0,06	0,88	20	0,05	0,06	1,26	21	0,05	0,07	1,35	21	0,05	0,07	1,47	22	0,06	0,07	1,59
1130	SALBUTAMOL IPRATROPIO 2.5 ML AMPOLLAS (COMBIVENT)	15	0,66	0,88	9,95	15	0,70	0,93	14,22	16	0,74	0,98	15,31	16	0,78	1,04	16,58	16	0,83	1,11	18,03
1131	LIPOFUNDIN AL 10% FRASCO (LIPOFUNDIN)	10	14,08	18,77	140,80	10	14,79	19,72	201,22	10	15,61	20,82	216,74	11	16,56	22,08	234,61	11	17,65	23,54	255,19
1132	TRAVASOL 10% FRASCO 1000 ML (TRAVASOL)	15	17,11	22,81	256,65	15	17,97	23,96	366,78	16	18,97	25,30	395,07	16	20,13	26,83	427,64	16	21,45	28,60	465,16
1133	IRBESARTAN TABLETAS 300 MG (APROVEL)	70	1,18	1,57	82,32	71	1,24	1,65	117,64	73	1,30	1,74	126,72	74	1,38	1,84	137,16	76	1,47	1,97	149,20

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES
 ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
 MARY BRITO
 MARISOL PESANTEZ



UNIVERSIDAD D
FACULTAD DE
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010				2011				2012				2013				2014			
		DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
1134	ERITROMICINA SUSPENSION 200 ML FRASCO (PANTOMICINA)	90	6,06	8,08	545,40	92	6,37	8,49	779,43	94	6,72	8,96	839,55	96	7,13	9,50	908,77	98	7,60	10,13	988,51
1135	AMINOFLINA COMPRIMIDOS 10 MG. (AMINOFLINA)	90	0,23	0,31	21,00	92	0,25	0,33	30,01	94	0,26	0,34	32,33	96	0,27	0,37	34,99	98	0,29	0,39	38,06
1136	MONTELUKAST SODICO TABLETAS 10 MG. (SINGULAIR)	100	1,50	2,01	150,42	102	1,58	2,11	214,96	104	1,67	2,22	231,54	106	1,77	2,36	250,63	108	1,89	2,51	272,62
1137	SALMETEROL, FLUTICASONA 125 MCG INHALADOR (SERETIDE)	2	20,80	27,73	41,60	2	21,85	29,13	59,45	2	23,06	30,75	64,04	2	24,47	32,62	69,32	2	26,08	34,77	75,40
1138	CIPROFLOXACINA 500 MG COMPRIMIDOS (QUIPRO)	20	1,05	1,40	20,98	20	1,10	1,47	29,98	21	1,16	1,55	32,30	21	1,23	1,65	34,96	22	1,32	1,75	38,03
1139	CLORFENAMINA, PARACETAMOL COMPRIMIDOS (TRIOVAL DIA-NO)	200	0,61	0,82	122,57	204	0,64	0,86	175,17	208	0,68	0,91	188,68	212	0,72	0,96	204,23	217	0,77	1,02	222,15
1140	ACETAZOLAMIDA SOBRES (DIAMOX)	200	0,33	0,44	66,67	204	0,35	0,47	95,27	208	0,37	0,49	102,62	212	0,39	0,52	111,08	217	0,42	0,56	120,83
1141	CARBAMACEPINA 200 MG TABLETA (TEGRETOL)	200	0,18	0,24	35,50	204	0,19	0,25	50,73	208	0,20	0,26	54,65	212	0,21	0,28	59,15	217	0,22	0,30	64,34
1142	SECNIDAZOL LIFE 500 MG X 4 TAB. CAJA (PAZIDOL 500 MG.)	60	1,74	2,32	104,55	61	1,83	2,44	149,41	62	1,93	2,58	160,94	64	2,05	2,73	174,20	65	2,18	2,91	189,49
1143	LECHE ENFAMIL 2 PREMIUM 900 GR. (TARRO ENFAMIL 2 PREMIUM)	20	14,85	19,80	297,00	20	15,60	20,80	424,44	21	16,47	21,95	457,18	21	17,47	23,29	494,87	22	18,62	24,83	538,30
1144	SIMETICONA-HIDROXIDO DE MAGNESIO,ALUMINIO TABLETA (DITO)	80	0,25	0,33	20,00	82	0,26	0,35	28,58	83	0,28	0,37	30,79	85	0,29	0,39	33,32	87	0,31	0,42	36,25
1145	HIDROXIDO DE ALUMINIO, CALCIO CARBONATO SUSPENSION 250ML	100	2,31	3,08	230,79	102	2,42	3,23	329,82	104	2,56	3,41	355,26	106	2,71	3,62	384,55	108	2,89	3,86	418,29
1146	DOMPERIDONA GOTAS (DOSIN)	20	2,68	3,57	53,60	20	2,82	3,75	76,60	21	2,97	3,96	82,51	21	3,15	4,20	89,32	22	3,36	4,48	97,15
1147	TRIMEBUTINA 200 ML SUSPENSION (DEBRIDAT)	70	4,10	5,47	287,14	71	4,31	5,74	410,35	73	4,55	6,06	442,01	74	4,82	6,43	478,44	76	5,14	6,86	520,43
1148	TRIMEBUTINA MALEATO 200 MG CAP (MUVETT)	100	0,28	0,37	28,05	102	0,29	0,39	40,09	104	0,31	0,41	43,18	106	0,33	0,44	46,74	108	0,35	0,47	50,84
1149	PROPINOX- LISINA GOTAS (BRAMEDIL)	90	1,42	1,89	127,54	92	1,49	1,98	182,26	94	1,57	2,10	196,32	96	1,67	2,22	212,51	98	1,78	2,37	231,15
1150	HIERRO 210MG TABLETAS (MOL-IRON)	100	0,08	0,11	8,00	102	0,08	0,11	11,43	104	0,09	0,12	12,31	106	0,09	0,13	13,33	108	0,10	0,13	14,50
1151	FUROSEMIDA SOBRES (LASIX)	100	0,30	0,40	30,00	102	0,32	0,42	42,87	104	0,33	0,44	46,18	106	0,35	0,47	49,99	108	0,38	0,50	54,37
1152	ATENOLOL-NIFEDIPINA CAPSULAS 50 MG (BETADIPIN)	150	0,60	0,81	90,65	153	0,63	0,85	129,55	156	0,67	0,89	139,54	159	0,71	0,95	151,05	163	0,76	1,01	164,30
1153	KETOCONAZOL CREMA 15 MG (FUNGIUM)	60	2,00	2,67	120,00	61	2,10	2,80	171,49	62	2,22	2,96	184,72	64	2,35	3,14	199,95	65	2,51	3,34	217,49
1154	CREMA CERO PEQUEÑA (CREMA CERO)	100	0,78	1,04	78,18	102	0,82	1,09	111,73	104	0,87	1,16	120,35	106	0,92	1,23	130,27	108	0,98	1,31	141,70
1155	ACIDO FUCIDICO+CORTICOS 15MG CREMA (FUCICORT)	20	6,75	9,00	134,93	20	7,09	9,45	192,83	21	7,48	9,97	207,70	21	7,94	10,58	224,82	22	8,46	11,28	244,55
1156	ACICLOVIR 5% CREMA 5GR. (EUROVIR)	30	3,59	4,78	107,66	31	3,77	5,03	153,86	31	3,98	5,31	165,73	32	4,22	5,63	179,39	33	4,50	6,00	195,13
1157	ACICLOVIR 200MG/5ML JARABE (EUROVIR)	50	11,27	15,03	563,52	51	11,84	15,78	805,33	52	12,50	16,66	867,44	53	13,26	17,68	938,96	54	14,13	18,84	1021,35
1158	ACEPONATO DE METILPREDNISOLONA CREMA 15 GR(ADVANTAN)	10	6,50	8,67	65,01	10	6,83	9,10	92,91	10	7,21	9,61	100,07	11	7,65	10,20	108,32	11	8,15	10,87	117,83
1159	CORTICOIDE ANTIMONIATICO CREMA (LOTRIDERM)	40	2,37	3,16	94,70	41	2,49	3,32	135,33	42	2,63	3,50	145,77	42	2,78	3,71	157,79	43	2,97	3,96	171,63
1160	MICONAZOL-TINIDAZOL OVULOS-CREMA (GINEDAZOL DUAL)	10	6,27	8,37	62,74	10	6,59	8,79	89,67	10	6,96	9,28	96,58	11	7,38	9,84	104,54	11	7,87	10,49	113,72
1161	MICONAZOL-TINIDAZOL OVULOS (GINEDAZOL)	50	0,48	0,64	24,00	51	0,50	0,67	34,30	52	0,53	0,71	36,94	53	0,56	0,75	39,99	54	0,60	0,80	43,50
1162	MICONAZOL OVULOS 400 MG (ACROMIZOL)	100	0,24	0,32	24,00	102	0,25	0,34	34,30	104	0,27	0,35	36,94	106	0,28	0,38	39,99	108	0,30	0,40	43,50
1163	METRONIDAZOL-NISTATINA OVULOS 500 MG (FLAGYL NISTATINA)	50	0,51	0,68	25,50	51	0,54	0,71	36,44	52	0,57	0,75	39,25	53	0,60	0,80	42,49	54	0,64	0,85	46,22
1164	METRONIDAZOL-NISTATINA OVULOS (ETRON NISTATINA)	50	0,56	0,74	27,77	51	0,58	0,78	39,68	52	0,62	0,82	42,74	53	0,65	0,87	46,27	54	0,70	0,93	50,33
1165	MICONAZOL-TINIDAZOL OVULOS (CLAMOX)	50	0,46	0,61	23,04	51	0,48	0,65	32,93	52	0,51	0,68	35,47	53	0,54	0,72	38,39	54	0,58	0,77	41,76
1166	MICONAZOL-TINIDAZOL CREMA 80 GR (CLAMOX)	10	5,38	7,18	53,85	10	5,66	7,54	76,95	10	5,97	7,96	82,89	11	6,33	8,44	89,72	11	6,75	9,00	97,60
1167	ESTRIOL OVULOS 0.5 MG (OVESTIN)	50	0,65	0,86	32,33	51	0,68	0,91	46,20	52	0,72	0,96	49,77	53	0,76	1,01	53,87	54	0,81	1,08	58,60
1168	ESTROGENOS NATURALES CONJUGADOS 0.625 MG GRAGEA X 28 (FEMINEX)	100	11,76	15,68	1176,15	102	12,35	16,47	1680,85	104	13,04	17,39	1810,50	106	13,83	18,45	1959,76	108	14,75	19,66	2131,72

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
MARY BRITO
MARISOL PESANTEZ



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010				2011				2012				2013				2014			
		DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
1169	ACETATO DE MEDROXIPROGESTERONA AMP. 150 MG/3ML (DEPO)	100	7,97	10,63	797,43	102	8,38	11,17	1139,61	104	8,84	11,79	1227,52	106	9,38	12,51	1328,71	108	10,00	13,33	1445,30
1170	DIHIPRIPROGESTERONA, ACETOFENIDO 1ML AMPOLLA (TOPASEL)	15	3,07	4,10	46,12	15	3,23	4,31	65,92	16	3,41	4,55	71,00	16	3,62	4,82	76,85	16	3,86	5,14	83,60
1171	MEDROXIPROGESTERONA 5MG GRAGEA (PROVERA)	100	0,13	0,17	12,69	102	0,13	0,18	18,13	104	0,14	0,19	19,53	106	0,15	0,20	21,14	108	0,16	0,21	22,99
1172	NORETISTERONA-ESTRADIOL AMPOLLA (MESIGYNA)	15	3,63	4,83	54,38	15	3,81	5,08	77,72	16	4,02	5,36	83,72	16	4,26	5,69	90,62	16	4,55	6,06	98,57
1173	ETINILESTRADIOL, CLORMADINOMA COMPRIMIDOS 0.03 MG X 21 (10	5,30	7,06	52,98	10	5,57	7,42	75,72	10	5,87	7,83	81,56	11	6,23	8,31	88,28	11	6,64	8,86	96,03
1174	ESTRADIOL, NORGESTREL GRAGEAS X 21 (PROGYLUTON)	100	6,69	8,92	669,00	102	7,03	9,37	956,07	104	7,42	9,89	1029,82	106	7,87	10,49	1114,71	108	8,39	11,18	1212,53
1175	DESOGESTREL COMPRIMIDOS X 28 (CERAZETTE)	50	3,88	5,18	194,12	51	4,08	5,44	277,41	52	4,30	5,74	298,81	53	4,57	6,09	323,45	54	4,87	6,49	351,83
1176	DOXICICLINA 200 MG TABLETAS (SUPRAMYCINA FORTE)	150	0,33	0,44	49,09	153	0,34	0,46	70,15	156	0,36	0,48	75,56	159	0,38	0,51	81,79	163	0,41	0,55	88,97
1177	DOXICICLINA 100 MG TABLETA (SUPRAMYCINA)	160	0,16	0,21	25,34	163	0,17	0,22	36,22	167	0,18	0,23	39,01	170	0,19	0,25	42,23	173	0,20	0,26	45,94
1178	AMOX- A CLAVULONICO 70 ML SUSPENSION FRASCO (CLAVINEX-D	20	15,36	20,48	307,23	20	16,14	21,51	439,06	21	17,03	22,71	472,93	21	18,07	24,09	511,92	22	19,26	25,68	556,84
1179	AMOXICILINA 1 GR COMPRIMIDOS (GRUNAMOX)	220	0,31	0,41	68,03	224	0,32	0,43	97,22	229	0,34	0,46	104,72	234	0,36	0,48	113,36	239	0,39	0,52	123,30
1180	AMOXICILINA 125 MG SUSPENSION (AMOXIL)	230	2,48	3,31	571,10	235	2,61	3,48	816,16	239	2,75	3,67	879,12	244	2,92	3,89	951,59	249	3,11	4,15	1035,09
1181	AMOXICILINA 250MG SUSPENSION (AMOXIL)	200	2,30	3,07	460,44	204	2,42	3,22	658,02	208	2,55	3,40	708,78	212	2,71	3,61	767,21	217	2,89	3,85	834,53
1182	AMOXICILINA 250MG SUSPENSION (GRUNAMOX)	200	1,89	2,52	378,45	204	1,99	2,65	540,84	208	2,10	2,80	582,56	212	2,23	2,97	630,58	217	2,37	3,16	685,91
1183	AMOXICILINA 250MG SUSPENSION (SERVAMOX)	200	3,53	4,71	706,19	204	3,71	4,95	1009,22	208	3,92	5,22	1087,07	212	4,15	5,54	1176,69	217	4,43	5,90	1279,94
1184	AMOXICILINA 500 MG SUSPENSION (SERVAMOX)	200	4,09	5,46	818,46	204	4,30	5,73	1169,67	208	4,54	6,05	1259,89	212	4,81	6,42	1363,75	217	5,13	6,84	1483,42
1185	AMOXICILINA 750 MG TABLETA (AMOVAL)	400	0,36	0,47	142,48	408	0,37	0,50	203,62	416	0,39	0,53	219,32	425	0,42	0,56	237,40	434	0,45	0,60	258,23
1186	AMOX. A CLAVULONICO 60ML SUSPENSION FRASCO (VULAMOX)	25	7,18	9,58	179,58	26	7,55	10,06	256,64	26	7,96	10,62	276,44	27	8,45	11,27	299,23	27	9,01	12,01	325,49
1187	AMOXICILINA 100 MG GOTAS FRASCO (BRISTAMOX)	20	2,03	2,70	40,56	20	2,13	2,84	57,97	21	2,25	3,00	62,44	21	2,39	3,18	67,58	22	2,54	3,39	73,52
1188	AMPI-SULBACTAM TAB 750 MG (UNASYN 750MG)	50	2,62	3,49	130,78	51	2,75	3,66	186,90	52	2,90	3,87	201,31	53	3,08	4,10	217,91	54	3,28	4,37	237,03
1189	AMPI-SULBACTAM CAPSULAS 375 MG (UNASYN)	150	1,45	1,94	217,86	153	1,53	2,03	311,34	156	1,61	2,15	335,35	159	1,71	2,28	363,00	163	1,82	2,43	394,85
1190	CEFALOXINA CAPSULAS 500MG (CEFRIN)	150	0,31	0,42	46,81	153	0,33	0,44	66,90	156	0,35	0,46	72,06	159	0,37	0,49	78,00	163	0,39	0,52	84,85
1191	TRIMETOPRIMA FORTE COMPRIMIDOS (SUPRACOMBIN)	200	0,15	0,20	29,91	204	0,16	0,21	42,74	208	0,17	0,22	46,04	212	0,18	0,23	49,84	217	0,19	0,25	54,21
1192	TRIMETOPRIN COMPRIMIDO FORTE (OMSAT)	150	0,20	0,27	30,23	153	0,21	0,28	43,19	156	0,22	0,30	46,53	159	0,24	0,32	50,36	163	0,25	0,34	54,78
1193	TRIMETOPRIN SUSPENSION FRASCO 100 ML (OMSAT)	20	1,80	2,39	35,91	20	1,89	2,51	51,32	21	1,99	2,65	55,28	21	2,11	2,82	59,83	22	2,25	3,00	65,08
1194	CLARITROMICINA 125MG / 50 ML SUSPENSION FRASCO (CLARITR	20	10,80	14,40	216,00	20	11,34	15,13	308,69	21	11,98	15,97	332,50	21	12,70	16,94	359,91	22	13,54	18,06	391,49
1195	CLARITROMICINA 250 MG / 50 ML SUSPENSION FRASCO (CLARITR	20	10,76	14,35	215,25	20	11,30	15,07	307,61	21	11,93	15,91	331,34	21	12,66	16,88	358,66	22	13,49	17,99	390,13
1196	CIPROFLOXACINA 250 MG TABLETA (UNEX)	150	0,31	0,41	46,50	153	0,33	0,43	66,45	156	0,34	0,46	71,58	159	0,36	0,49	77,48	163	0,39	0,52	84,28
1197	PENIC. BENZ. 633 AMPOLLA (BENZETACIL)	50	1,78	2,37	89,00	51	1,87	2,49	127,19	52	1,97	2,63	137,00	53	2,09	2,79	148,30	54	2,23	2,98	161,31
1198	PENIC. BENZ. 600.000 UI AMPOLLA (BENZETACIL)	60	1,26	1,68	75,69	61	1,33	1,77	108,17	62	1,40	1,87	116,52	64	1,48	1,98	126,12	65	1,58	2,11	137,19
1199	GENTAMICINA 20 MG AMPOLLA (GENTRAX)	60	0,26	0,35	15,56	61	0,27	0,36	22,24	62	0,29	0,38	23,96	64	0,31	0,41	25,93	65	0,33	0,43	28,21
1200	FLUCONAZOL 2 MG/ML AMPOLLA (DIFLUCAN)	60	17,40	23,20	1044,10	61	18,28	24,37	1492,13	62	19,30	25,73	1607,22	64	20,47	27,29	1739,72	65	21,82	29,09	1892,38

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
 MARY BRITO
 MARISOL PESANTEZ



UNIVERSIDAD DE LOJA
FACULTAD DE ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010				2011				2012				2013				2014			
		DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
1201	FLUCONAZOL SOBRES (FLUCONAZOL)	200	0,50	0,67	100,00	204	0,53	0,70	142,91	208	0,55	0,74	153,93	212	0,59	0,78	166,62	217	0,63	0,84	181,24
1202	PREDNISONA 2 MG/1ML GOTAS FRASCO (BERSEN)	20	6,22	8,29	124,40	20	6,53	8,71	177,78	21	6,90	9,20	191,49	21	7,32	9,75	207,28	22	7,80	10,40	225,47
1203	PREDNISONA 20MG/5ML SUSPENSION FRASCO (CORTIPREX)	25	8,12	10,83	203,00	26	8,53	11,37	290,11	26	9,00	12,00	312,49	27	9,55	12,73	338,25	27	10,18	13,57	367,93
1204	PIROXICAM 20 MG TABLETA (PIROXICAM)	200	0,34	0,45	68,00	204	0,36	0,48	97,18	208	0,38	0,50	104,67	212	0,40	0,53	113,30	217	0,43	0,57	123,25
1205	ACETAMINOFEN GOTAS FRASCO (UMBRAL)	20	1,52	2,03	30,46	20	1,60	2,13	43,53	21	1,69	2,25	46,88	21	1,79	2,39	50,75	22	1,91	2,55	55,20
1206	PARACETAMOL 250MG SUPOSITORIO INFANTIL (NAPAFEN)	50	0,08	0,11	4,00	51	0,08	0,11	5,72	52	0,09	0,12	6,16	53	0,09	0,13	6,66	54	0,10	0,13	7,25
1207	PARACETAMOL 125 MG SUPOSITORIO LACTANTE (NAPAFEN)	50	0,10	0,13	5,03	51	0,11	0,14	7,19	52	0,11	0,15	7,74	53	0,12	0,16	8,38	54	0,13	0,17	9,12
1208	N-BUTILBROMURO DE HIOSCINA COMPRIMIDO 20 MG (BUSCAPIN)	250	0,22	0,29	54,28	255	0,23	0,30	77,57	260	0,24	0,32	83,55	266	0,26	0,34	90,44	271	0,27	0,36	98,38
1209	CLONIXINATO DE LISINA AMPOLLA 100 MG (DORIXINA)	50	1,35	1,80	67,50	51	1,42	1,89	96,46	52	1,50	2,00	103,91	53	1,59	2,12	112,47	54	1,69	2,26	122,34
1210	IBUPROFENO 40MG/30ML GOTAS FRASCO (BUPREX)	20	1,44	1,92	28,77	20	1,51	2,01	41,11	21	1,59	2,13	44,28	21	1,69	2,26	47,93	22	1,80	2,40	52,14
1211	ALPRAZOLAM 0.5 MG TABLETA (ADAX)	150	0,28	0,37	41,70	153	0,29	0,39	59,59	156	0,31	0,41	64,19	159	0,33	0,44	69,48	163	0,35	0,46	75,58
1212	KETOCONAZOL-SECNIDAZOL COMPRIMIDO (LIONDOX PLUS)	150	0,91	1,21	136,36	153	0,95	1,27	194,88	156	1,01	1,34	209,91	159	1,07	1,43	227,21	163	1,14	1,52	247,15
1213	TINIDAZOL 1GR TABLETA (TINIGRUN)	200	4,44	5,92	888,00	204	4,66	6,22	1269,04	208	4,92	6,56	1366,93	212	5,22	6,96	1479,62	217	5,57	7,42	1609,45
1214	METRONIDAZOL 125 MG/120ML SUSPENSION FRASCO (ETRON)	20	3,40	4,53	68,01	20	3,57	4,76	97,19	21	3,77	5,03	104,69	21	4,00	5,33	113,32	22	4,26	5,68	123,26
1215	METRONIDAZOL 250MG/120ML SUSPENSION FRASCO (ETRON)	20	4,30	5,73	86,00	20	4,52	6,02	122,90	21	4,77	6,36	132,38	21	5,06	6,74	143,30	22	5,39	7,19	155,87
1216	METRONIDAZOL 500 MG CAPSULAS (ETRON)	100	0,14	0,19	13,88	102	0,15	0,19	19,84	104	0,15	0,21	21,37	106	0,16	0,22	23,13	108	0,17	0,23	25,16
1217	METRONIDAZOL 250MG/120ML SUSPENSION FRASCO (AMEVAN)	20	2,46	3,28	49,27	20	2,59	3,45	70,42	21	2,73	3,64	75,85	21	2,90	3,86	82,10	22	3,09	4,12	89,30
1218	METRONIDAZOL 120MG/100ML SUSPENSION FRASCO (AMEVAN)	20	1,64	2,19	32,80	20	1,72	2,30	46,87	21	1,82	2,42	50,49	21	1,93	2,57	54,65	22	2,06	2,74	59,45
1219	CLORURO DE SODIO, TRMEROSAL 30 CC (FISIOL)	150	0,91	1,21	136,29	153	0,95	1,27	194,78	156	1,01	1,34	209,80	159	1,07	1,42	227,10	163	1,14	1,52	247,02
1220	SALBUTAMOL JARABE FRASCO 120ML (SALDEN)	25	3,08	4,11	77,06	26	3,24	4,32	110,13	26	3,42	4,56	118,62	27	3,63	4,83	128,40	27	3,86	5,15	139,67
1221	ASMAFILINA SUSPENSION FRASCO 240 ML (ASMAFILINA)	25	2,53	3,37	63,25	26	2,66	3,54	90,39	26	2,81	3,74	97,36	27	2,98	3,97	105,39	27	3,17	4,23	114,64
1222	AMINOFILINA SOBRE (AMINOFILINA)	50	0,18	0,24	9,17	51	0,19	0,26	13,10	52	0,20	0,27	14,11	53	0,22	0,29	15,27	54	0,23	0,31	16,61
1223	CODEINA-FENITOLOXAMINA FRASCO SUSPENSION (CODIPRONT)	50	1,96	2,61	97,95	51	2,06	2,74	139,98	52	2,17	2,90	150,78	53	2,30	3,07	163,21	54	2,46	3,28	177,53
1224	PARACETAMOL PSEUDOCLORFENIRINA 15 ML GOTAS FRASCO (TRIC)	25	1,19	1,58	29,68	26	1,25	1,66	42,42	26	1,32	1,76	45,69	27	1,40	1,86	49,46	27	1,49	1,98	53,80
1225	PSEUDOEFEDRINA+ARACETAMOL SUSPENSION FRASCO 120 ML (R)	25	1,71	2,27	42,63	26	1,79	2,39	60,92	26	1,89	2,52	65,62	27	2,01	2,67	71,03	27	2,14	2,85	77,26
1226	CODEINA FOSFATO SUSPENSION 120 ML FRASCO (FLEMEX JAT)	25	3,73	4,98	93,32	26	3,92	5,23	133,37	26	4,14	5,52	143,65	27	4,39	5,85	155,50	27	4,68	6,24	169,14
1227	PSEUDOEFEDRINA SULFATO, CLORFENAMINA MALEATO 15 ML GOTAS	30	2,13	2,83	63,75	31	2,23	2,98	91,11	31	2,36	3,14	98,13	32	2,50	3,33	106,22	33	2,66	3,55	115,54
1228	AMBROXOL 7.5 MG GOTAS 20 ML FRASCO (BRONCHOPRONT)	25	1,41	1,88	35,25	26	1,48	1,97	50,38	26	1,56	2,08	54,26	27	1,66	2,21	58,73	27	1,77	2,36	63,89
1229	AMBROXOL CLORHIDRATO, VITA C 600 MG/120ML FRASCO SUSPEN	25	4,88	6,51	122,04	26	5,13	6,84	174,41	26	5,41	7,22	187,86	27	5,74	7,66	203,35	27	6,12	8,16	221,19
1230	AMBROXOL CLORHIDRATO JARABE 120ML FRASCO (BRONCOT)	30	3,63	4,85	109,01	31	3,82	5,09	155,79	31	4,03	5,37	167,81	32	4,27	5,70	181,64	33	4,56	6,07	197,58
1231	N-ACETILCISTEINA 200 MG SOBRE (FLUIMICIL)	50	0,59	0,79	29,50	51	0,62	0,83	42,16	52	0,65	0,87	45,41	53	0,69	0,93	49,15	54	0,74	0,99	53,47
1232	ERDOSTEINA SOBRE (DOSTOL)	60	0,61	0,81	36,60	61	0,64	0,85	52,31	62	0,68	0,90	56,34	64	0,72	0,96	60,98	65	0,76	1,02	66,34
1233	CETIRIZINA 100 ML SUSPENSION FRASCO (HISTAX)	25	5,81	7,74	145,14	26	6,10	8,13	207,42	26	6,44	8,58	223,42	27	6,83	9,10	241,83	27	7,28	9,71	263,05

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES
 ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
 MARY BRITO
 MARISOL PESANTEZ



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010				2011				2012				2013				2014			
		DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
1234	CETRIZINA 10 MG TABLETA (HISTAX)	150	0,34	0,45	50,45	153	0,35	0,47	72,09	156	0,37	0,50	77,65	159	0,40	0,53	84,05	163	0,42	0,56	91,43
1235	BETAMETASONA, UDOCAINA, NEOMICINA 5 ML GOTAS (OTICUM)	60	0,96	1,28	57,75	61	1,01	1,35	82,53	62	1,07	1,42	88,90	64	1,13	1,51	96,23	65	1,21	1,61	104,67
1236	POLIMIXIMA, NEOMICINA, LIQUIFILM, TÍMEROSAL GOTAS 10ML (CO	60	4,30	5,73	257,78	61	4,51	6,02	368,39	62	4,76	6,35	396,81	64	5,05	6,74	429,52	65	5,39	7,18	467,21
1237	S-26 MAMA 400 GR. (TARRO S-26 MAMA)	30	7,79	10,39	233,76	31	8,18	10,91	334,07	31	8,64	11,52	359,84	32	9,17	12,22	389,50	33	9,77	13,03	423,68
1238	LECHE ENFAMILAR 400 GR. (TARRO ENFAMILAR)	30	7,88	10,50	236,30	31	8,27	11,03	337,70	31	8,73	11,64	363,75	32	9,26	12,35	393,73	33	9,88	13,17	428,28
1239	LECHE ENFAMIL 1 CON HIERRO 900 GR. (TARRO ENFAMIL 1 C/HIERRO)	30	11,83	15,77	354,79	31	12,42	16,56	507,03	31	13,11	17,48	546,14	32	13,91	18,55	591,16	33	14,83	19,77	643,03
1240	LECHE S-26 GOLD 400 GR. (TARRO S-26 GOLD)	25	8,12	10,83	203,00	26	8,53	11,37	290,11	26	9,00	12,00	312,49	27	9,55	12,73	338,25	27	10,18	13,57	367,93
1241	LECHE PROMIL GOLD 2 DE 400 GR. (TARRO PROMIL GOLD 2)	25	6,18	8,23	154,39	26	6,49	8,65	220,64	26	6,85	9,13	237,66	27	7,26	9,69	257,26	27	7,74	10,32	279,83
1242	LECHE ENFAMIL 2 C/HIERRO 900GR (TARRO ENFAMIL 2 C/HIERRO)	25	11,12	14,83	278,12	26	11,69	15,58	397,47	26	12,34	16,45	428,12	27	13,09	17,45	463,42	27	13,95	18,60	504,08
1243	LECHE ENFAMIL PREMIUM 900 GR. (TARRO ENFAMIL PREMIUM)	25	16,92	22,56	423,00	26	17,77	23,70	604,51	26	18,76	25,01	651,14	27	19,90	26,54	704,82	27	21,22	28,29	766,67
1244	LECHE ENFAMIL PREMIUM 400 GR	2	7,92	10,56	15,84	2	8,32	11,09	22,64	2	8,78	11,71	24,38	2	9,32	12,42	26,39	2	9,93	13,24	28,71
1245	CALCIO-VITAMINAS D-ZINC SUSPENSION 180 ML FRASCO (KID CAL	60	9,97	13,30	598,32	61	10,47	13,97	855,06	62	11,06	14,74	921,02	64	11,73	15,64	996,95	65	12,50	16,67	1084,42
1246	CALCIO-VITAMINAS D-ZINC SUSPENSION 120 ML FRASCO (KID CAL	60	7,56	10,08	453,52	61	7,94	10,59	648,12	62	8,38	11,17	698,12	64	8,89	11,85	755,67	65	9,48	12,64	821,98
1247	CARBONATO DE CALCIO 1300 MG + 400 UI TABLETA (CAPRIMIDA D	50	0,19	0,26	9,65	51	0,20	0,27	13,79	52	0,21	0,29	14,85	53	0,23	0,30	16,08	54	0,24	0,32	17,49
1248	ALENGRONATO SODICO TABLETA X 4 (FIXOPAN X 4)	120	18,58	24,78	2230,00	122	19,52	26,03	3186,90	125	20,61	27,47	3432,72	127	21,86	29,14	3715,72	130	23,30	31,07	4041,76
1249	MULTIVITAMINAS A-D-C GOTAS 30 ML FRASCO (VITANAT)	300	3,56	4,74	1067,15	306	3,74	4,98	1525,07	312	3,94	5,26	1642,71	319	4,18	5,58	1778,14	325	4,46	5,95	1934,16
1250	MULTIVITAMINAS A-D-C GOTAS 30ML FRASCO (ACEVIT)	300	4,11	5,49	1234,30	306	4,32	5,76	1763,95	312	4,56	6,08	1900,01	319	4,84	6,45	2056,65	325	5,16	6,88	2237,11
1251	VITAMINAS MINERALES CAPSULA (SIMBION)	400	0,24	0,32	96,00	408	0,25	0,34	137,19	416	0,27	0,35	147,78	425	0,28	0,38	159,96	434	0,30	0,40	173,99
1252	VITAMINAS MINERALES GOTAS 10 ML FRASCO (ENERVIT)	50	2,76	3,68	137,83	51	2,90	3,86	196,97	52	3,06	4,08	212,16	53	3,24	4,32	229,65	54	3,46	4,61	249,80
1253	VITAMINAS MINERALES GOTAS 30 ML FRASCO (POLIVIFLOR)	50	1,30	1,73	65,03	51	1,37	1,82	92,93	52	1,44	1,92	100,10	53	1,53	2,04	108,35	54	1,63	2,17	117,85
1254	VITAMINAS MINERALES GOTAS 30ML FRASCO (POLIVISOL)	50	1,20	1,60	59,93	51	1,26	1,68	85,65	52	1,33	1,77	92,25	53	1,41	1,88	99,86	54	1,50	2,00	108,62
1255	VITAMINAS MINERALES 100 ML SUSPENSION FRASCO (MIXAVIT)	60	1,98	2,63	118,50	61	2,07	2,77	169,35	62	2,19	2,92	182,41	64	2,32	3,10	197,45	65	2,48	3,30	214,77
1256	VITAMINAS MINERALES 120ML SUSPENSION FRASCO (APETITOL)	60	2,64	3,52	158,50	61	2,77	3,70	226,51	62	2,93	3,91	243,98	64	3,11	4,14	264,10	65	3,31	4,42	287,27
1257	VITAMINAS MINERALES 120 ML SUSPENSION FRASCO (PALADAC)	60	2,61	3,48	156,51	61	2,74	3,65	223,67	62	2,89	3,86	240,92	64	3,07	4,09	260,78	65	3,27	4,36	283,67
1258	VIT. B1-B6-B12 AMPOLLA (VITAMINA B)	50	0,83	1,11	41,67	51	0,88	1,17	59,55	52	0,92	1,23	64,14	53	0,98	1,31	69,43	54	1,04	1,39	75,52
1259	VIT. B1-B6-B12 AMPOLLA (NEUROGEN)	50	0,44	0,58	21,79	51	0,46	0,61	31,13	52	0,48	0,64	33,54	53	0,51	0,68	36,30	54	0,55	0,73	39,49
1260	VITA. B12 FUMARATO FERROSO COMPRIMIDO 600 MG (AUTRIN)	120	0,08	0,11	10,01	122	0,09	0,12	14,31	125	0,09	0,12	15,41	127	0,10	0,13	16,68	130	0,10	0,14	18,14
1261	VITA. B1-B6-B12 AMPOLLA (BEDOYECTA)	60	3,44	4,59	206,37	61	3,61	4,82	294,93	62	3,81	5,09	317,68	64	4,05	5,39	343,87	65	4,31	5,75	374,04
1262	COMPLEJO B JARABE 120 ML (COMPLEJO B)	30	0,72	0,96	21,69	31	0,76	1,01	31,00	31	0,80	1,07	33,39	32	0,85	1,13	36,14	33	0,91	1,21	39,32
1263	LECHE PROGRESS GOLD 400 GR. (PROGRESS GOLD)	25	4,04	5,38	100,97	26	4,24	5,66	144,29	26	4,48	5,97	155,42	27	4,75	6,33	168,23	27	5,06	6,75	183,00
1264	DENTURE BB CEPILLO DENTAL	60	1,54	2,05	92,34	61	1,62	2,16	131,96	62	1,71	2,28	142,14	64	1,81	2,41	153,86	65	1,93	2,57	167,36
1265	LECHE PREMATUROS S-26 FRASCO	20	1,25	1,67	25,00	20	1,31	1,75	35,73	21	1,39	1,85	38,48	21	1,47	1,96	41,66	22	1,57	2,09	45,31
1266	ATOMIZADO LACTOSERUN, A. LACTICO, LAURIL 200ML FCO (LACTAC	25	4,08	5,44	101,91	26	4,28	5,71	145,64	26	4,52	6,03	156,87	27	4,79	6,39	169,80	27	5,11	6,81	184,70
1267	ACICLOVIR 400MG/5ML JARABE (EUROVIR FORTE)	15	18,02	24,02	270,23	15	18,92	25,23	386,19	16	19,98	26,63	415,98	16	21,19	28,25	450,27	16	22,59	30,12	489,78
1268	LECHE GAIN PLUS ADVANCE 3 IQ.900GR (GAIN PLUS ADVANCE 3 IQ.	25	9,70	12,93	242,51	26	10,19	13,59	346,57	26	10,76	14,34	373,31	27	11,41	15,21	404,08	27	12,16	16,22	439,54

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES
ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
MARY BRITO
MARISOL PESANTEZ



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010				2011				2012				2013				2014			
		DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
1269	TRIMETOPRIM,SULFA, TABLETAS 800/160MG (BACTRIM F TAB)	150	0,32	0,43	48,55	153	0,34	0,45	69,38	156	0,36	0,48	74,74	159	0,38	0,51	80,90	163	0,41	0,54	88,00
1270	CIRUELAX JALEA 150 GR. TUBO (CIRUELAX)	25	3,31	4,42	82,80	26	3,48	4,64	118,32	26	3,67	4,90	127,45	27	3,90	5,19	137,96	27	4,15	5,54	150,06
1271	ACIDO FOLICO Y VITAMINAS DEL COMPLEJO B TABLETAS (FERROB	250	0,23	0,30	56,82	255	0,24	0,32	81,20	260	0,25	0,34	87,46	266	0,27	0,36	94,67	271	0,28	0,38	102,98
1272	OMEPRAZOL IV 40MG AMPOLLA (LOSEC AMP)	50	17,04	22,71	851,79	51	17,89	23,86	1217,29	52	18,89	25,19	1311,19	53	20,04	26,72	1419,28	54	21,36	28,48	1543,82
1273	UMBRELLA KIDS PROTECTOR SOLAR 120GR (UMBRELLA)	200	8,13	10,84	1626,48	204	8,54	11,39	2324,41	208	9,02	12,02	2503,70	212	9,57	12,75	2710,10	217	10,20	13,60	2947,91
1274	GLUCOSAMINA SOBRES SANDOZ (GLUCOSAMINA)	100	0,46	0,61	45,82	102	0,48	0,64	65,48	104	0,51	0,68	70,53	106	0,54	0,72	76,34	108	0,57	0,77	83,04
1275	LACTOSUERO-AC.LACTICO-AC.FOSFORICO SOLUCION 200ML (LACT	50	4,58	6,11	229,17	51	4,81	6,42	327,50	52	5,08	6,78	352,77	53	5,39	7,19	381,85	54	5,75	7,66	415,35
1276	DUODERM HIDROACTIVE GEL * 30 GR.	50	11,88	15,84	594,00	51	12,48	16,64	848,89	52	13,17	17,56	914,37	53	13,97	18,63	989,75	54	14,90	19,86	1076,59
1277	GINKGO BILOBA, VITAMINA E, COENZIMA Q10, TAB (BELLAVIT)	100	0,22	0,29	21,76	102	0,23	0,30	31,09	104	0,24	0,32	33,49	106	0,26	0,34	36,25	108	0,27	0,36	39,43
1278	VALPROICO, ACIDO, GRASAS TABLETAS 500MG(VALCOTE)	150	0,53	0,70	79,01	153	0,55	0,74	112,91	156	0,58	0,78	121,62	159	0,62	0,83	131,65	163	0,66	0,88	143,20
1279	PEDIASURE VAINILLA 900 GR (PEDIASURE)	10	13,33	17,77	133,25	10	14,00	18,66	190,43	10	14,77	19,70	205,12	11	15,67	20,90	222,03	11	16,71	22,28	241,51
1280	VITAMINAS TABLETAS FRASCO * 60 (8-VITA)	100	0,05	0,07	5,08	102	0,05	0,07	7,26	104	0,06	0,08	7,82	106	0,06	0,08	8,47	108	0,06	0,08	9,21
1281	MONTELUKAS COMPRIMIDOS 4MG (ASMALAIR 4MG)	100	0,53	0,71	53,29	102	0,56	0,75	76,15	104	0,59	0,79	82,02	106	0,63	0,84	88,79	108	0,67	0,89	96,58
1282	MONTELUKAS COMPRIMIDOS 5MG (ASMALAIR 5MG)	100	0,83	1,11	83,16	102	0,87	1,16	118,85	104	0,92	1,23	128,01	106	0,98	1,30	138,57	108	1,04	1,39	150,73
1283	METFORMINA-GLIBENCLAMIDA 500MG/5MG TABLETA (GLUCOVA	150	0,26	0,35	39,73	153	0,28	0,37	56,78	156	0,29	0,39	61,16	159	0,31	0,42	66,20	163	0,33	0,44	72,01
1284	SALBUTAMOL JARABE 120ML (NEBULASMA EXPECTORANTE)	50	2,98	3,97	148,77	51	3,13	4,17	212,61	52	3,30	4,40	229,01	53	3,50	4,67	247,89	54	3,73	4,97	269,64
1285	TROPICAMIDA 1% FRASCO 15 ML (MIDRIACYL)	20	14,19	18,92	283,80	20	14,91	19,87	405,58	21	15,73	20,98	436,86	21	16,69	22,25	472,88	22	17,79	23,72	514,37
1286	MELOXICAM 7.5 MG CAPSULAS (BIENEX)	100	0,33	0,44	33,30	102	0,35	0,47	47,60	104	0,37	0,49	51,27	106	0,39	0,52	55,49	108	0,42	0,56	60,36
1287	MELOXICAM 15 MG CAPSULAS (BIENEX)	100	0,42	0,57	42,44	102	0,45	0,59	60,65	104	0,47	0,63	65,33	106	0,50	0,67	70,72	108	0,53	0,71	76,92
1288	CLORFENIRAMINA-PSEUDO.E.GOTAS 15ML (NASTIZOL)	50	2,80	3,74	140,23	51	2,95	3,93	200,40	52	3,11	4,15	215,85	53	3,30	4,40	233,65	54	3,52	4,69	254,15
1289	DOBUTAMINA 250MG AMPOLLAS 20ML (DOBUTAMINA)	15	6,46	8,61	96,90	15	6,79	9,05	138,48	16	7,16	9,55	149,16	16	7,60	10,13	161,46	16	8,10	10,80	175,63
1290	ISOFLAVONAS DE SOYA 50MG CAPSULAS (CLIMASOY)	150	0,54	0,72	81,03	153	0,57	0,76	115,80	156	0,60	0,80	124,73	159	0,64	0,85	135,01	163	0,68	0,90	146,86
1291	GLICOLICO, ACIDO CREMA 10% (GLICOLIC)	25	7,67	10,23	191,82	26	8,06	10,75	274,13	26	8,51	11,34	295,27	27	9,02	12,03	319,62	27	9,62	12,83	347,66
1292	BLOQUEADOR SOLAR CREMA 60 GR. (UMBRELLA)	100	8,17	10,90	817,33	102	8,59	11,45	1168,05	104	9,06	12,08	1258,15	106	9,61	12,82	1361,87	108	10,25	13,66	1481,37
1293	METRONIDAZOL, NITRATO DE MICONAZOL CREMA VAGINAL 40 GR	10	7,23	9,64	72,34	10	7,60	10,13	103,37	10	8,02	10,69	111,35	11	8,51	11,34	120,53	11	9,07	12,09	131,10
1294	CLOTRIMAZOL 200 MG OVULOS (VAGIL-C)	10	0,61	0,81	6,07	10	0,64	0,85	8,67	10	0,67	0,90	9,34	11	0,71	0,95	10,11	11	0,76	1,01	11,00
1295	ENJUAGE BUCAL 300ML (ENCIDENT)	120	2,11	2,82	253,44	122	2,22	2,96	362,19	125	2,34	3,12	390,13	127	2,48	3,31	422,29	130	2,65	3,53	459,35
1296	PASTA DENTAL PROFESSIONAL 75 CC (ENCIDENT)	120	3,16	4,21	379,20	122	3,32	4,43	541,92	125	3,50	4,67	583,72	127	3,72	4,96	631,84	130	3,96	5,28	687,28
1297	FLUCONAZOL CAPSULA 150MG (FLUCOZOL)	100	4,35	5,80	435,17	102	4,57	6,09	621,91	104	4,83	6,43	669,88	106	5,12	6,82	725,10	108	5,46	7,28	788,73
1298	CLINDAMICINA CAPSULAS VAGINALES (DIVANON DUO)	25	2,46	3,29	61,60	26	2,59	3,45	88,03	26	2,73	3,64	94,82	27	2,90	3,86	102,63	27	3,09	4,12	111,64
1299	ERITROPOYETINA 4000 UI/1ML HUMANA RECOMBINANTE AMPOL	10	12,97	17,29	129,65	10	13,62	18,16	185,28	10	14,38	19,17	199,58	11	15,25	20,33	216,03	11	16,26	21,67	234,98
1300	MOMETASONA SPRAY INFANTIL 120 DOSIS (NASONEX)	20	15,83	21,11	316,67	20	16,63	22,18	452,55	21	17,56	23,41	487,46	21	18,62	24,83	527,64	22	19,85	26,47	573,94

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
 MARY BRITO
 MARISOL PESANTEZ



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CODIGO	DESCRIPCION	2010				2011				2012				2013				2014			
		DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL	DEMANDA	COSTO UNITARIO	INGRESO UNITARIO	INGRESO ANUAL
1301	MOMETASONA SPRAY ADULTO 120 DOSIS (NASONEX)	20	15,83	21,11	316,67	20	16,63	22,18	452,55	21	17,56	23,41	487,46	21	18,62	24,83	527,64	22	19,85	26,47	573,94
1302	LORATADINA 5MG/5ML FRASCO 120ML(CLARITYNE)	50	9,46	12,62	473,07	51	9,94	13,25	676,06	52	10,49	13,99	728,21	53	11,13	14,84	788,24	54	11,86	15,82	857,41
1303	LAMODERM NASAL	50	1,85	2,46	92,27	51	1,94	2,58	131,87	52	2,05	2,73	142,04	53	2,17	2,89	153,75	54	2,31	3,09	167,24
1304	CEPILLO DENTAL COLGATE NIÑOS CON BATERIA	25	7,13	9,51	178,25	26	7,49	9,99	254,74	26	7,91	10,54	274,39	27	8,39	11,18	297,01	27	8,94	11,92	323,07
1305	LORAYADINA,FENILPROPANOLAMINA JARABE 60ML (NEOGRIPALS)	20	2,92	3,89	58,33	20	3,06	4,08	83,36	21	3,23	4,31	89,79	21	3,43	4,57	97,20	22	3,66	4,88	105,73
1306	CARVEDILOL 25MG COMPRIMIDOS (CARVEDIL)	120	0,68	0,91	82,16	122	0,72	0,96	117,42	125	0,76	1,01	126,47	127	0,81	1,07	136,90	130	0,86	1,14	148,91
1307	ALGINATO DE SODIO, BICARBONATO DE SODIO SUSP. 150ML (MILP)	50	1,90	2,53	95,04	51	2,00	2,66	135,83	52	2,11	2,81	146,30	53	2,24	2,98	158,36	54	2,38	3,18	172,26
1308	SALBUTAMOL, AMBROXOL SUSPENSION 120ML (NEBULASMA PLU)	90	3,76	5,01	338,10	92	3,95	5,26	483,18	94	4,17	5,55	520,45	96	4,42	5,89	563,36	98	4,71	6,28	612,79
1309	EPINASTINA COMPRIMIDOS 10MG (FLURINOL D)	150	0,75	1,00	112,50	153	0,79	1,05	160,77	156	0,83	1,11	173,18	159	0,88	1,18	187,45	163	0,94	1,25	203,90
1310	ROSUVASTATINA 10MG COMPRIMIDOS PROMOCION (CRESTOR 10)	15	32,82	43,76	492,35	15	34,48	45,97	703,62	16	36,39	48,53	757,89	16	38,61	51,48	820,37	16	41,16	54,87	892,36
1311	LECHE BLEMIL PLUS 1 AE 400GR (BLEMIL PLUS 1 AE)	10	10,92	14,56	109,20	10	11,47	15,29	156,06	10	12,11	16,14	168,10	11	12,84	17,13	181,95	11	13,69	18,26	197,92
1312	LECHE BLEMIL PLUS ARAC 400GR (BLEMIL PLUS ARAC)	10	11,50	15,33	115,00	10	12,08	16,11	164,35	10	12,75	17,00	177,02	11	13,53	18,04	191,62	11	14,42	19,23	208,43
1313	MULTIVITAMINAS,CALCIO,ZINC FRASCO * 30 TAB (OSTEO SANTE)	150	11,33	15,11	1700,00	153	11,90	15,87	2429,48	156	12,57	16,76	2616,87	159	13,33	17,77	2832,61	163	14,21	18,95	3081,16
1314	SOLUCION PELARGONIUM SIOIDES GOTAS 20 ML (KALOBA)	120	6,04	8,05	724,63	122	6,34	8,46	1035,57	125	6,70	8,93	1115,45	127	7,10	9,47	1207,41	130	7,57	10,10	1313,35
1315	MIDAZOLAM 15MG/3ML AMPOLLA (DORMICUM 3ML)	15	1,06	1,42	15,96	15	1,12	1,49	22,81	16	1,18	1,57	24,57	16	1,25	1,67	26,59	16	1,33	1,78	28,93
1316	BUPRENORFINA 0.3MG /1ML(TEMGESIC 0.3MG)	100	4,38	5,84	438,00	102	4,60	6,13	625,95	104	4,86	6,48	674,23	106	5,15	6,87	729,81	108	5,49	7,32	793,85
1317	LNZEZOLID 600MG/300ML AMPOLLAS (ZYVOX)	15	57,66	76,87	864,83	15	60,56	80,75	1235,93	16	63,93	85,24	1331,26	16	67,81	90,42	1441,01	16	72,29	96,39	1567,45
1318	CETRIZINA, PSEUDOEFEDRINA, ACETAMINOFEN GOTAS 15 ML (FLU)	20	2,73	3,64	54,55	20	2,86	3,82	77,95	21	3,02	4,03	83,96	21	3,21	4,28	90,89	22	3,42	4,56	98,86
1319	CETRIZINA, PSEUDOEFEDRINA, ACETAMINOFEN JARABE 60 ML (FLU)	2	3,55	4,73	7,09	2	3,72	4,97	10,13	2	3,93	5,24	10,92	2	4,17	5,56	11,82	2	4,45	5,93	12,85
1320	FLUTICASONAPROPIONATO 50 CMG/120 DOSIS (FLUCOMIX)	30	12,39	16,52	371,79	31	13,02	17,36	531,33	31	13,74	18,32	572,31	32	14,58	19,44	619,49	33	15,54	20,72	673,85
1321	PAÑAL EXTRAGRANDE * 10 UNIDADES	1200	1,70	2,27	2041,80	1224	1,79	2,38	2917,94	1249	1,89	2,52	3143,02	1275	2,00	2,67	3402,13	1301	2,13	2,84	3700,65
1322	PAÑAL ACTSEC GRANDE TRIPACK	1200	0,55	0,73	655,32	1224	0,57	0,76	936,52	1249	0,61	0,81	1008,76	1275	0,64	0,86	1091,92	1301	0,68	0,91	1187,73
1323	PEROXIDO DE BENZOILO 5% ALDE VERA 60 GR GEL (PEROXNE)	12	5,13	6,84	61,55	12	5,39	7,18	87,96	12	5,69	7,58	94,74	13	6,03	8,04	102,55	13	6,43	8,57	111,55
1324	MINOCICLINA 100MG CAPSULAS (MINOT)	100	0,53	0,70	52,50	102	0,55	0,74	75,03	104	0,58	0,78	80,82	106	0,62	0,82	87,48	108	0,66	0,88	95,15
1325	RETAPAMULINA 1% UNGUENTO 5GR. (ALTARGO)	20	6,75	9,00	135,00	20	7,09	9,45	192,93	21	7,48	9,98	207,81	21	7,94	10,59	224,94	22	8,46	11,28	244,68
1326	ACIDO ACETILSALICILICO TABLETAS 100 MG (CARDIOASPIRINA)	150	0,21	0,28	31,51	153	0,22	0,29	45,03	156	0,23	0,31	48,51	159	0,25	0,33	52,51	163	0,26	0,35	57,11
1327	METRONIDAZOL,NITRATOMICONAZOL OVULOS (GYNOTRAN)	20	1,18	1,57	23,54	20	1,24	1,65	33,64	21	1,31	1,74	36,23	21	1,38	1,85	39,22	22	1,48	1,97	42,66
1328	PASTA DENTAL COLGATE 22 ML	120	0,49	0,66	59,15	122	0,52	0,69	84,53	125	0,55	0,73	91,05	127	0,58	0,77	98,56	130	0,62	0,82	107,21
1329	CEPILLO DENTAL ULTRA KID	120	0,38	0,51	45,60	122	0,40	0,53	65,17	125	0,42	0,56	70,19	127	0,45	0,60	75,98	130	0,48	0,64	82,65
1330	A.FOLICO,B12, ISOFLAVONES CAPSULAS * 30 (PHYTO MUJER)	160	13,37	17,83	2139,43	163	14,05	18,73	3057,47	167	14,83	19,77	3293,30	170	15,73	20,97	3564,80	173	16,77	22,35	3877,60
1331	A.FOLICO, VIT B12 TABLETAS * 30 (ULTRA FOLICO)	250	6,86	9,14	1714,29	255	7,20	9,60	2449,89	260	7,60	10,14	2638,86	266	8,07	10,75	2856,41	271	8,60	11,46	3107,05
1332	LECHE NAN 1 PRO BL 400GR (NAN 1)	120	8,90	11,87	1068,00	122	9,35	12,46	1526,28	125	9,87	13,16	1644,01	127	10,47	13,96	1779,54	130	11,16	14,88	1935,69
1333	LECHE NESTOGENO 1 DE 400GR (NESTOGENO 1)	120	5,42	7,23	650,40	122	5,69	7,59	929,49	125	6,01	8,01	1001,18	127	6,38	8,50	1083,72	130	6,80	9,06	1178,82
1334	DABIGATRAN ETEXILATO MESILATO 110MG (PRADAXA)	25	2,95	3,93	73,73	26	3,10	4,13	105,36	26	3,27	4,36	113,49	27	3,47	4,62	122,84	27	3,70	4,93	133,62
1335	DABIGATRAN ETEXILATO MESILATO 75MG (PRADAXA)	25	2,95	3,93	73,73	26	3,10	4,13	105,36	26	3,27	4,36	113,49	27	3,47	4,62	122,84	27	3,70	4,93	133,62
1336	CREMA CORPORAL ANTI-ESTRIAS 200ML (LUCIARA)	30	16,63	22,17	498,78	31	17,46	23,29	712,81	31	18,43	24,58	767,79	32	19,56	26,07	831,09	33	20,85	27,80	904,01
1337	BUPROFENO COMPRIMIDOS 600MG (PROBINEX)	150	0,08	0,11	12,58	153	0,09	0,12	17,97	156	0,09	0,12	19,36	159	0,10	0,13	20,96	163	0,11	0,14	22,80
1338	PRESERVATIVOS	343	2,35	3,13	806,05	350	2,47	3,29	1151,93	357	2,61	3,47	1240,78	364	2,76	3,69	1343,07	372	2,95	3,93	1460,92

FUENTE: INEC Y PROVEEDORES
 ELABORADO POR: LAS AUTORAS

AUTORAS:
 MARY BRITO
 MARISOL PESANTEZ



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ANEXO 13: PRESUPUESTOS DE COMPRA PARA CADA CATEGORÍA DE PRODUCTOS QUE EL MULTICOMERCIO VA A ADQUIRIR.

PRODUCTO: CONSUMO MASIVO					
PERIODO: AÑO 2010 A 2014					
UNIDAD DE MEDIDA: DOLARES					
AÑO	2010	2011	2012	2013	2014
Inventario inicial	74275,75	4153,49	5170,90	5841,29	4658,06
Compras	817033,28	955330,13	1029018,79	1113851,43	1211587,88
Disponibles	891309,04	959483,62	1034189,69	1119692,72	1216245,94
Inventario final	4153,49	5170,90	5841,29	4658,06	5312,63
Deducciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	887155,54	954312,71	1028348,41	1115034,65	1210933,31

FUENTE: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA, DEMANDA POTENCIAL Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

PRODUCTO: ENLATADOS, CONDIMENTOS, ESPECIAS					
PERIODO: AÑO 2010 A 2014					
UNIDAD DE MEDIDA: DOLARES					
AÑO	2010	2011	2012	2013	2014
Inventario inicial	4105,25	270,17	289,58	311,92	337,63
Compras	45157,77	52801,49	56874,29	61563,03	66964,96
Disponibles	49263,02	53071,66	57163,87	61874,94	67302,59
Inventario final	270,17	289,58	311,92	337,63	367,26
Deducciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	48992,84	52782,08	56851,96	61537,31	66935,34

FUENTE: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA, DEMANDA
POTENCIAL Y PROVEEDORES
ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

PRODUCTO: MARISCOS, CARNES, EMBUTIDOS Y LACTEOS					
PERIODO: AÑO 2010 A 2014					
UNIDAD DE MEDIDA: DOLARES					
AÑO	2010	2011	2012	2013	2014
Inventario inicial	4600,49	289,93	310,75	334,72	362,31
Compras	50605,42	59171,25	63735,38	68989,74	75043,34
Disponible	55205,91	59461,17	64046,13	69324,46	75405,66
Inventario final	289,93	310,75	334,72	362,31	394,11
Deducciones	210,32	245,92	264,89	286,73	311,89
	54705,66	58904,50	63446,52	68675,42	74699,67

FUENTE: ANALISIS DE LA COMPETENCIA, DEMANDA
POTENCIAL Y PROVEEDORES



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

PRODUCTO: FRUTAS, VERDURAS, HOTALIZAS Y LEGUMBRES					
PERIODO: AÑO 2010 A 2014					
UNIDAD DE MEDIDA: DOLARES					
AÑO	2010	2011	2012	2013	2014
Inventario inicial	1639,08	53,89	57,76	62,21	67,34
Compras	18029,92	21081,79	22707,92	24579,96	26736,77
Disponibles	19669,00	21135,68	22765,67	24642,18	26804,11
Inventario final	53,89	57,76	62,21	67,34	73,25
Deducciones	901,50	1054,09	1135,40	1229,00	1336,84
	18713,62	20023,83	21568,06	23345,84	25394,02

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

FUENTE: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA, DEMANDA POTENCIAL
Y PROVEEDORES



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

PRODUCTO: PANADERIA, PASTELERIA Y HELADERIA					
PERIODO: AÑO 2010 A 2014					
UNIDAD DE MEDIDA: DOLARES					
AÑO	2010	2011	2012	2013	2014
Inventario inicial	2330,06	141,37	151,53	163,22	176,67
Compras	25630,64	29969,07	32280,71	34941,94	38007,97
Disponibles	27960,70	30110,44	32432,24	35105,15	38184,64
Inventario final	141,37	151,53	163,22	176,67	192,17
Deducciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	27819,33	29958,91	32269,02	34928,48	37992,47

FUENTE: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA, DEMANDA POTENCIAL Y PROVEEDORES



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

PRODUCTO: GASEOSAS, REFRESCOS Y ENERGIZANTES					
PERIODO: AÑO 2010 A 2014					
UNIDAD DE MEDIDA: DOLARES					
AÑO	2010	2011	2012	2013	2014
Inventario inicial	2598,46	170,86	183,13	197,26	213,52
Compras	28583,03	33421,19	35999,11	38966,89	42386,09
Disponibles	31181,48	33592,05	36182,24	39164,14	42599,61
Inventario final	170,86	183,13	197,26	213,52	232,25
Deducciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	31010,63	33408,92	35984,99	38950,63	42367,36

FUENTE: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA, DEMANDA POTENCIAL Y PROVEEDORES



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

PRODUCTO: LICORES Y CIGARRILLOS					
PERIODO: AÑO 2010 A 2014					
UNIDAD DE MEDIDA: DOLARES					
AÑO	2010	2011	2012	2013	2014
Inventario inicial	1378,90	90,67	97,18	104,68	113,30
Compras	15167,85	17735,26	19103,26	20678,14	22492,57
Disponibles	16546,74	17825,93	19200,44	20782,81	22605,87
Inventario final	90,67	97,18	104,68	113,30	123,25
Deducciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	16456,07	17728,75	19095,76	20669,51	22482,63

FUENTE: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA, DEMANDA POTENCIAL
Y PROVEEDORES



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

PRODUCTO: CONFITERIA Y FRITURAS					
PERIODO: AÑO 2010 A 2014					
UNIDAD DE MEDIDA: DOLARES					
AÑO	2010	2011	2012	2013	2014
Inventario inicial	460,51	30,28	32,45	34,96	37,84
Compras	5065,59	5923,03	6379,90	6905,86	7511,82
Disponibles	5526,10	5953,31	6412,35	6940,82	7549,66
Inventario final	30,28	32,45	34,96	37,84	41,16
Deducciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	5495,82	5920,85	6377,39	6902,98	7508,50

FUENTE: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA, DEMANDA POTENCIAL
Y PROVEEDORES



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

PRODUCTO: CEREALES, GALLETAS Y SOLUBLES					
PERIODO: AÑO 2010 A 2014					
UNIDAD DE MEDIDA: DOLARES					
AÑO	2010	2011	2012	2013	2014
Inventario inicial	407,72	26,81	28,73	30,95	33,50
Compras	4484,96	5244,12	5648,62	6114,29	6650,80
Disponibles	4892,68	5270,93	5677,35	6145,24	6684,30
Inventario final	26,81	28,73	30,95	33,50	36,44
Deducciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	4865,87	5242,19	5646,40	6111,74	6647,86

FUENTE: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA, DEMANDA POTENCIAL
Y PROVEEDORES



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

PRODUCTO: PRODUCTOS DE ASEO					
PERIODO: AÑO 2010 A 2014					
UNIDAD DE MEDIDA: DOLARES					
AÑO	2010	2011	2012	2013	2014
Inventario inicial	1951,08	128,29	137,51	148,11	160,32
Compras	21461,87	25094,66	27030,32	29258,71	31826,05
Disponibles	23412,95	25222,95	27167,83	29406,82	31986,38
Inventario final	128,29	137,51	148,11	160,32	174,39
Deducciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	23284,66	25085,45	27019,71	29246,50	31811,99

FUENTE: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA, DEMANDA POTENCIAL Y PROVEEDORES



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

PRODUCTO: FERRETERIA					
PERIODO: AÑO 2010 A 2014					
UNIDAD DE MEDIDA: DOLARES					
AÑO	2010	2011	2012	2013	2014
Inventario inicial	6252,71	411,14	440,67	474,66	513,79
Compras	68779,77	80421,92	86625,21	93766,62	101994,30
Disponibles	75032,48	80833,06	87065,88	94241,28	102508,09
Inventario final	411,14	440,67	474,66	513,79	558,87
Deducciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	74621,34	80392,39	86591,22	93727,49	101949,22

FUENTE: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA, DEMANDA POTENCIAL Y PROVEEDORES



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

PRODUCTO: BAZAR					
PERIODO: AÑO 2010 A 2014					
UNIDAD DE MEDIDA: DOLARES					
AÑO	2010	2011	2012	2013	2014
Inventario inicial	140,98	9,27	9,94	10,70	11,58
Compras	1550,79	1813,29	1953,15	2114,17	2299,68
Disponibles	1691,77	1822,56	1963,09	2124,87	2311,27
Inventario final	9,27	9,94	10,70	11,58	12,60
Deducciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	1682,50	1812,62	1952,39	2113,29	2298,67

FUENTE: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA, DEMANDA POTENCIAL
Y PROVEEDORES



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

PRODUCTO: FARMACIA					
PERIODO: AÑO 2010 A 2014					
UNIDAD DE MEDIDA: DOLARES					
AÑO	2010	2011	2012	2013	2014
Inventario inicial	9753,19	350,57	366,53	383,00	405,41
Compras	107197,19	125337,72	135005,03	146134,34	158956,52
Disponibles	116950,38	125688,30	135371,56	146517,34	159361,93
Inventario final	350,57	366,53	383,00	401,41	422,08
Deducciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	116599,80	125321,77	134988,57	146115,92	158939,85

FUENTE: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA, DEMANDA POTENCIAL
Y PROVEEDORES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ANEXO 14: ESTIMACIÓN DE LOS SUELDOS Y SALARIOS.

Año	Incremento de los sueldos y salarios
2010	Año base
2011	12%
2012	13%
2013	14%
2014	15%

FUENTE: DATOS HISTORICOS DE LOS SALARIOS

ELABORADO POR: LAS AUTORAS

Estos datos se obtuvieron realizando una regresión de dos variables considerando el salario mínimo vital de cinco años atrás.

	1	2	3	4	5
SUELDOS Y SALARIOS					
PERSONAL ADMINISTRATIVO	14542,89	17768,77	20078,71	22889,73	26094,30
PERSONAL OPERATIVO	12285,88	15011,11	16962,55	19337,31	22044,53
BENEFICIOS SOCIALES	829,95	929,55	1050,39	1197,44	1365,09
TOTAL	27658,72	33709,43	38091,65	43424,48	49503,91

FUENTE: TABLAS SECTORIALES

ELABORADO POR: LAS AUTORAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ANEXO 15: GASTOS ESTIMADOS DE ADMINISTRACIÓN, VENTAS Y PUBLICIDAD.

ANEXO 15.1: Estimación de los gastos de administración y ventas, considerando las tasas de inflación proyectadas (ver tabla 19).

AÑOS	2010	2011	2012	2013	2014
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS	1	2	3	4	5
Suministros de oficina	393,15	825,93	871,85	924,86	985,90
Suministros de limpieza	120,70	190,17	200,75	212,95	225,05
Energía eléctrica	914,98	998,16	998,16	998,16	998,16
Agua Potable	44,00	48,00	48,00	48,00	48,00
Servicio telefónico	330,00	360,00	360,00	360,00	360,00
	2373,51	2422,26	2478,76	2629,47	2617,11



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ANEXO 15.2: Estimación de los gastos de publicidad, considerando las tasas de inflación proyectadas (ver tabla 19).

AÑOS	2010	2011	2012	2013	2014
GASTOS DE PUBLICIDAD	1	2	3	4	5
Radial	1650,00	1890,72	1995,84	2117,19	2256,93
Folletos	180,00	252,10	253,34	268,75	286,48
SUMAN	2040,00	2142,82	2249,19	2385,94	2543,41



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

VALOR RESIDUAL PARA LOS PRIMEROS 5 AÑOS										
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL	(%) DEPRECIA. ANUAL	DEPRECIA. ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Edificio	1	204.288,00	204.288,00	0,05	10.214,40	194.073,60	183.859,20	173.644,80	163.430,40	153.216,00
estacion de gerente	1	210,00	210,00	0,20	42,00	168,00	126,00	84,00	42,00	0,00
Estación de contador	2	168,00	336,00	0,20	67,20	268,80	201,60	134,40	67,20	0,00
Frutero al ambiente	1	6.800,00	6.800,00	0,20	1.360,00	5.440,00	4.080,00	2.720,00	1.360,00	0,00
Mueble para verduras	1	1.990,00	1.990,00	0,20	398,00	1.592,00	1.194,00	796,00	398,00	0,00
Armario enfriador	1	3.400,00	3.400,00	0,20	680,00	2.720,00	2.040,00	1.360,00	680,00	0,00
Armario congelador	1	4.200,00	4.200,00	0,20	840,00	3.360,00	2.520,00	1.680,00	840,00	0,00
Canastillas plásticas	12	9,00	108,00	0,20	21,60	86,40	64,80	43,20	21,60	0,00
Coches metálicos	10	11,30	113,00	0,20	22,60	90,40	67,80	45,20	22,60	0,00
Estantes	27	55,00	1.485,00	0,20	297,00	1.188,00	891,00	594,00	297,00	0,00
Góndolas Rectas	14	150,00	2.100,00	0,20	420,00	1.680,00	1.260,00	840,00	420,00	0,00
Tanden 4 puestos	1	192,00	192,00	0,20	38,40	153,60	115,20	76,80	38,40	0,00
Tanden 3 puestos	1	165,00	165,00	0,20	33,00	132,00	99,00	66,00	33,00	0,00
Archivos 5 gavetas	3	190,00	570,00	0,20	114,00	456,00	342,00	228,00	114,00	0,00
Estantes elite	5	158,00	790,00	0,20	158,00	632,00	474,00	316,00	158,00	0,00
Puntos de cobro	2	430,00	860,00	0,20	172,00	688,00	516,00	344,00	172,00	0,00
sillones	3	85,00	255,00	0,20	51,00	204,00	153,00	102,00	51,00	0,00
Camilla para consulta	1	100,46	100,46	0,20	20,09	80,37	60,28	40,18	20,09	0,00
Estetoscopio	1	78,40	78,40	0,33	26,13	52,27	26,14	0,01	52,27	26,14
Computadoras completas	6	520,00	3.120,00	0,33	1.039,90	2.080,10	1.040,21	0,31	2.080,10	1.040,21
Teléfonos simples	4	40,00	160,00	0,33	53,33	106,67	53,34	0,02	106,67	53,34
Telefax	1	150,00	150,00	0,33	50,00	100,01	50,01	0,02	100,01	50,01
TOTAL VAL. RESID.			231.470,86		16.118,64	215.352,22	199.233,58	183.114,93	170.504,34	154.385,70



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ANEXO 16: DEPRECIACIONES CON SU RESPECTIVO VALOR RESIDUAL DE CADA ACTIVO TANGIBLE

ANEXO 17: PUNTO DE EQUILIBRIO PARA LOS CINCO AÑOS.

RUBROS \ AÑOS	1	2	3	4	5
INGRESOS (Vm)	1474969,14	1620131,42	1734625,74	1865942,40	2016727,39
COSTOS FIJOS (CF)	85337,89	91540,17	96085,26	101705,55	107930,09
COSTOS VARIABLES (CV)	1266245,93	1410894,99	1520140,39	1647359,75	1789956,87
COSTO TOTAL (CT)	1351583,82	1502435,15	1616225,65	1749065,31	1897886,96
VENTAS DE EQUILIBRIO (\$)	603051,09	708801,52	777078,57	868214,86	959849,52
CANTIDAD DE EQUILIBRIO	2169	2329,00	2425,75	2564,58	2672,24



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009



DISEÑO DE TESIS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

DISEÑO DE TESIS

TEMA:

Estudio de factibilidad para la creación de un MULTICOMERCIO en el Sector de la Cooperativa Léntag – Cantón Girón durante el periodo 2009.

IMPORTANCIA DEL TEMA:

La elaboración del diseño de tesis es importante porque nos permite establecer los puntos importantes y principales que se deben considerar para llevar adelante el desarrollo de la tesis y de esta manera evitar errores durante su elaboración.

Además consideramos que el estudio de factibilidad para la creación del multicomercio es un tema de actualidad y con su puesta en marcha, permitirá generar actividades económicas tales como fuentes de trabajo y fuentes de inversión económicas para así aportar al desarrollo de la población del sector de la Cooperativa Lentag.

El constante crecimiento de los negocios se ve reflejado por la introducción de nuevos proyectos como por los avances tecnológicos que se dan día a día es por ello que en este proyecto el aporte se dedicará a considerar los aspectos de innovación, técnicas de estrategia, para determinar la



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

factibilidad que tiene este negocio en el mercado del sector de la Cooperativa Lentag.

La sociedad aportó durante nuestra etapa de estudiantes desde las bases hasta ahora, es por ello que nos sentimos comprometidas con ella y como retribución es poder servirlos con las necesidades que tienen a través de la creación de un multicomercio.

DELIMITACION:

Contenido: Creación de una empresa

Campo de Aplicación: Multicomercio

Espacio: Sector de la Cooperativa Lentag.

Tiempo: el periodo para la confirmación de nuestro proyecto será del 2009.

Titulo de la tesis: estudio de factibilidad para la creación de un multicomercio en el sector de la Cooperativa Léntag – Cantón Girón durante el periodo 2009.

JUSTIFICACION:

1. Criterio Académico

La tesis a realizar se justificará académicamente porque aportará con conocimientos que ayuden a futuros proyectos,



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

así como también servirá de aporte a la cátedra tanto a estudiantes como a profesionales.

La carencia de un *MULTICOMERCIO* en el sector de la Cooperativa Léntag, nos motiva para llevar adelante el presente estudio debido a que en dicho sector considerado turístico, existe incomodidad que genera a los habitantes y quienes la visitan al momento de trasladarse hacia otros cantones para adquirir los productos necesarios, es por ello que mediante la investigación está aportara con conocimientos académicos y de esta forma poder contribuir en la creación y el desarrollo de microempresas.

2. Criterio Social

La creación del *MULTICOMERCIO* se justificara socialmente debido a que se desarrollaran estrategias de comercialización, así como también se llevará adelante una correcta estructura orgánica, la cual nos permitirá brandar un servicio eficiente que satisfagan las necesidades que tienen los clientes y a su vez este podrá ser generador de fuentes de trabajo.

3. Criterio Personal

De forma personal nuestra tesis se justifica por:

Aptitud: por los conocimientos académicos que hemos adquirido durante nuestra carrera así como también por la



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

necesidad que se presenta en la Cooperativa Léntag, estamos capaces de llevar adelante este proyecto.

Actitud: nuestro interés es poner en práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera y así poder servir a la sociedad y de forma especial al sector de la Cooperativa Léntag.

4. Criterio de Factibilidad

Nuestra tesis se verá justificada debido a que disponemos de elementos considerados necesarios y principales para el desarrollo de nuestro proyecto como son: aspectos económicos, legales y el lugar donde funcionará.

DESCRIPCION DEL OBJETO DE ESTUDIO

Nuestro proyecto se enfoca hacia la realización de un estudio de factibilidad para la creación de un *MULTICOMERCIO* en el sector de la Cooperativa Lentag, debido a que en este lugar no existe un negocio de esta naturaleza por lo que le consideramos como un lugar estratégico para llevar a cabo este proyecto.

La infraestructura de nuestro proyecto será un lugar amplio de manera que se pueda identificar todos los departamentos necesarios para su funcionamiento entre estos se pueden diferenciar los siguientes departamentos: ventas, compras,



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

administración, recursos humanos, contabilidad, bodega y el espacio necesario en donde se puedan segmentar claramente cada una las secciones de productos existentes.

La razón principal del *MULTICOMERCIO* será la satisfacción de las necesidades de los habitantes del sector, habitantes de los anejos y para quienes nos visiten; a través de la gran variedad y diversificación de productos dentro de un mismo lugar, brindando comodidad y seguridad al momento de realizar sus adquisiciones.

Para mantener un nivel de abastecimiento de acuerdo a los requerimientos de los clientes se tendrá proveedores firmes y responsables en cuanto a la calidad del producto, tiempo de entrega y precios para de esta forma ofrecer al cliente productos de excelente calidad y de bajos precios.

Para un correcto funcionamiento de un negocio es necesario contar con recursos humanos responsables y con ética así como también es fundamental tener recursos materiales óptimos que permitan cumplir con los objetivos propuestos en un negocio.

Para evitar que existan inconvenientes en el funcionamiento de un negocio es necesario y obligación de quien está a cargo cumplir con todos los requisitos que la ley así lo determine, de esta forma el negocio podrá tener crédito y prestigio.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

Para la aplicación de técnicas y estrategias en nuestro proyecto, nos apoyaremos en los conocimientos adquiridos durante nuestra carrera, así como también de estudios realizados para la aplicación de las mismas en un negocio de esta naturaleza.

MARCO CONCEPTUAL

1. Listado de conceptos

- Publicidad
- Administración
- Investigación de mercado
- Microempresa
- Competencia
- Estructura de la organización
- Estudio de factibilidad
- Estudio Técnico
- Estudio Económico – Financiero
- Indicadores o métodos de evaluación de proyectos.

2. Definiciones:

▪ Concepto de publicidad

“La ciencia publicitaria tiene por objeto el estudio de los procedimientos más adecuados para la divulgación de ciertas ideas o para establecer relaciones de orden económico entre



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

individuos en situación de ofrecer mercancías o servicios y otros susceptibles de hacer uso de tales mercancías o servicios. La técnica publicitaria aplica uno o varios de estos procedimientos con fines comerciales o desinteresados”.¹⁹

Comentario

La publicidad cumple un rol importante dentro de un negocio porque le permite a una empresa alcanzar niveles de prestigio e imagen dando a conocer el producto o servicio a sus clientes, competencia y sociedad en general.

Aplicación de la definición al tema de tesis

Las organizaciones para progresar deben lograr que su nombre sea conocido por aquel al mercado al cual están dirigidos, manteniendo e incrementando su imagen a través de medios publicitarios como: la televisión, radio, internet, prensa escrita, vallas publicitarias, etc. Sin olvidar que la publicidad requiere de un proceso constante para que una empresa pueda adaptarse a los cambios y aprovechar las oportunidades que se presentan en el mercado.

▪ **Concepto de administración**

“Se define como el proceso de diseñar y mantener un medio ambiente en el cual los individuos, que trabajan juntos en grupos, logren eficientemente los objetivos seleccionados”²⁰

¹⁹ HAAS C. R., 1966², Teoría, Técnica y Práctica de la publicidad, Edit. Rialp, Pág. 8

²⁰ KOONTZ Harold, WEIHRICH Heinz, 1990³, Administración, Edit. Mc Graw – Hill/ Interamericana de México, Pág. 6



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

Comentario

Una empresa que ya está funcionando o recién está en proceso de creación, todo su desarrollo y crecimiento está en función de las políticas y normas que la organización se haya planteado, para que todas sus actividades y operaciones se lleven de manera eficiente y eficaz, logrando así los objetivos trazados.

Además una empresa al estar correctamente administrada logrará que sus recursos económicos, materiales, físicos y talento humano, sean manejados y aprovechados de forma correcta y oportuna con el mínimo desperdicio. En la administración debemos tener presente, que los clientes hacen que una empresa progrese o quiebre a parte de otros factores, razón por la cual debemos estar al tanto de las expectativas y necesidades de los clientes.

Aplicación de la definición al tema de tesis

Al momento de emprender un negocio debemos considerar el proceso administrativo, el mismo que será una guía para progresar en el mercado así como los elementos, normativa y los recursos que implica este proceso para llevarlo adelante, realizando innovaciones continuas en los servicios que se otorgan para de esta forma lograr que los clientes se sientan satisfechos al momento de visitar el negocio, sin dejar a un lado la calidad de los productos los cuales harán que el consumidor tenga la entera confianza y seguridad al momento de adquirirlos o comprarlos.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

Por lo tanto este concepto es aplicable al negocio en estudio porque permitirá clarificar y ponerlos en práctica los pasos que tiene el proceso administrativo, permitiendo así cumplir con la mayoría de las expectativas de los clientes que día a día son exigentes ya sea para cumplir sus necesidades o por simple vanidad.

La administración deberá emplearse en todos los departamentos de la organización tales como:

- Gerencia
- Recursos humanos
- Contabilidad
- Compras
- Ventas
- Marketing
- **Concepto de investigación de mercado**

“La investigación de mercado es una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos. Sirven al comerciante o empresario para realizar una adecuada toma de decisiones y para lograr la satisfacción de sus clientes”.²¹

Comentario

²¹ http://www.sba.gov/espanol/Primeros_Pasos/investigaciondemercado.html



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

Un estudio de mercado en definitiva se trata de una herramienta que permitirá a una empresa recopilar información necesaria para establecer las diferentes políticas, objetivos, planes y estrategias mas adecuadas para sobresalir a la competencia.

Al hacer una investigación de mercado se conoce con exactitud el segmento de mercado al cual está dirigida una organización y el grado de aceptación por parte de los clientes.

Aplicación de la definición al tema de tesis

Las organizaciones deben hacer un estudio de mercado para tener conocimiento de las necesidades y actitudes de los clientes, los gustos y preferencias los mismos que servirán de información para que la empresa tome decisiones racionales y plantee estrategias que estén por encima de la competencia, tales como, estrategias de precios para mantener y atraer clientes, estrategias de publicidad para mantener y mejorar el prestigio e imagen, estrategias para entregar a los clientes productos de calidad y mantener su fidelidad, estrategias para tener canales de distribución que funcionen de manera eficiente y eficaz.

▪ **Concepto de Microempresa**

“La **CEPAL** define a la microempresa como unidad productora con menos de diez personas ocupadas ²²

Comentario

La mayoría de negocios empiezan como microempresa porque lo pueden formar un grupo familiar, ya que ningún

²² <http://es.wikipedia.org/wiki/Microempresa>



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

negocio crece de forma inmediata sino de poco a poco de acuerdo a los medios tanto físicos, económicos e intelectuales; como también de las herramientas adecuadas para establecer estrategias que logren rebasar un mundo en constante cambio por la competencia.

Aplicación de la definición al tema de tesis

Al desarrollar el proyecto tenemos que tener presente el tamaño de empresa, lo trámites legales que implica su legal constitución. Además tener conocimiento de cuales son nuestros competidores directos para de esta forma aprovechar sus debilidades e irles eliminando del mercado para así no quedarnos estancados como microempresa, sino más bien crecer como negocio a un ritmo considerable y conseguir los beneficios económicos que toda empresa busca tener.

▪ **Concepto de Competencia**

“Conjunto de empresas que sirven un mismo mercado o realizan un mismo servicio, intentando obtener a los mismos clientes potenciales”²³

Comentario

Ninguna empresa por mas grande o fuerte que sea puede dejar a un lado a la competencia ya que es una realidad que hay que enfrentarla, es por eso los negocios se ven en la obligación de mejorar cada día para no tener problemas y obstáculos en el futuro.

Aplicación de la definición al tema de tesis

²³ Diccionario Bilingüe de Negocios, 1999. LID Editorial Empresarial, Edit. Pax México, Pág. 79



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

Consideramos que la competencia es uno de los aspectos importantes que debemos tener cuenta al momento hacer la investigación para la creación del Multicomercio, puesto que en el sector de la Cooperativa Lentag existen tiendas pequeñas que ofrecen ciertos productos las cuales podrían ser nuestra competencia, sin embargo es necesario señalar que podemos aprovechar esta oportunidad para posicionarnos en la mente de los clientes ofreciendo precios justos y productos de buena calidad a través de estrategias para manejar a la posible competencia, con lo que llegaremos a satisfacer todas las necesidades de los clientes.

▪ **Concepto de estructura de la organización**

“Sistemas, procedimientos y organización formal que utiliza una empresa para lograr sus objetivos a partir de los recursos disponibles”.²⁴

Comentario

Las empresas que utilizan sus recursos disponibles con el mínimo desperdicio, establecen sistemas de control e información y procedimientos para sus actividades, logran sus objetivos porque están debidamente estructuradas desde el inicio hasta el final.

Aplicación de la definición al tema de tesis

Nuestro proyecto tendrá una estructura de acuerdo a los recursos que se necesiten y a la magnitud de los mismos, estableciendo adecuados sistemas que permitan el control y

²⁴, Diccionario Bilingüe de Negocios, 1999. LID Editorial Empresarial, Edit. Pax México, Pág. 141



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

la comunicación de manera que se trabaje en equipo, legalmente estructurada para lograr los objetivos en forma eficaz.

▪ **Concepto de estudio de factibilidad**

“Estudio para determinar si es posible y rentable llevar a cabo una idea, y las condiciones y medios para que lo sea”.²⁵

Comentario

Toda idea sin excepción de ninguna para ser llevada a cabo primero necesita que en esta se realice un estudio de factibilidad para conocer si es posible y los medios que implica llevar adelante tal idea.

Aplicación de la definición al tema de tesis

La creación del Multicomercio que es nuestra idea como todo otro negocio requiere de un estudio de factibilidad para conocer de forma precisa y oportuna los medios necesarios y las condiciones en las cuales vamos a trabajar para desarrollar de forma eficiente la investigación.

▪ **Concepto de estudio Técnico**

“Consiste en indicar en forma explícita las etapas principales de perfeccionamiento de la idea original, hasta llegar al diseño propuesto, como soluciones de proyectos definitivos. Al mismo tiempo se presentarán la justificación de las decisiones adoptadas, mostrando sus ventajas frente a las demás alternativas que actualmente se hayan considerado.

²⁵ Diccionario Bilingüe de Negocios, 1999. LID Editorial Empresarial, Edit. Pax México, Pág. 141



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

Este estudio no solamente debe demostrar la habilidad técnica del proyecto, sino que también debe mostrar y justificar cual es la alternativa técnica que mejor se ajusta a los criterios de optimización que se ajusta al proyecto”.²⁶

Comentario

Es necesario realizar un estudio técnico, para sí tener un conocimiento preciso de la parte física que requiere un determinado proyecto de acuerdo al tamaño o capacidad que necesita.

Aplicación de la definición al tema de tesis

En nuestro proyecto aplicaremos este concepto porque nos permitirá conocer la localización óptima, la capacidad, las edificaciones y los equipos que requiere el multicomercio.

▪ **Concepto de estudio Económico – Financiero**

“Consiste en identificar y ordenar todas las ideas de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos”.²⁷

Comentario

A través de análisis económico – financiero se está con la capacidad de conocer los ingresos, gastos y costos que implica llevar adelante un proyecto durante su vida útil.

²⁶ ROJAS LOPEZ, Miguel David, 2007 Evaluación De Proyectos Para Ingenieros, Edit. Multilibros, pág. 40

²⁷ ROJAS LOPEZ, Miguel David, 2007 Evaluación De Proyectos Para Ingenieros, Edit. Multilibros.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

Aplicación de la definición al tema de tesis

Mediante este estudio se tendrá un conocimiento de los ingresos netamente provenientes de las ventas y de aquellos gastos y costos necesarios para llevar un proceso operativo.

▪ **Concepto de métodos y técnicas de evaluación de proyectos**

“Son referentes utilizados para ayudar en el proceso de toma de decisiones y determinar si se hace la inversión, se aplaza o definitivamente se abandona el proyecto”.²⁸

Comentario

Los proyectos necesitan ser evaluados por medio de técnicas o métodos con la finalidad de conocer sus rendimientos en un futuro determinado.

Aplicación de la definición al tema de tesis

Los métodos y técnicas nos permiten conocer las posibilidades que este proyecto sea rentable.

TESIS

²⁸ ROJAS LOPEZ, Miguel David, 2007 Evaluación De Proyectos Para Ingenieros, Edit. Multilibros.
Pág. 65



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ZARATE SUCONOTA Ana Lucia y OCHOA TENEMAZA, René Marx, 1998, Administración de las Compras en las Empresas Comerciales, Capítulo 1: Las Compras, Pág. 1-20.

RODAS B. Juan y SIAVICHAY G. Juan, 2002, ISO 9000 en Empresas de Servicios aplicado al Comisariato Popular Cía. Ltda. Cuenca, Capítulo 3: El Sistema de Calidad, Pág. 41-72.

GAIBOR VELECELA Kerly Jackeline y ANDRADE RODRIGUEZ Leonardo Xavier; 2001-2002, Estructuración de Nuevos Sistemas de Comercialización aplicado a Distribuidora Bebáz S. A., Capítulo 3: La Comercialización, Pág. 52-70.

PROBLEMATIZACION.

Problema Central:

La necesidad de contar con un multicomercio en el Sector de la Cooperativa Lentag.

Problemas Potenciales:

a) Listado de problemas:

1. Deberá tener una infraestructura adecuada de modo que se pueda segmentar claramente cada una de las secciones de productos.
2. Debería contar con un listado permanente de proveedores de forma que se pueda surtir ampliamente todos los tipos de productos.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

3. Deberá realizar un estudio de mercado de manera constante y correcta.
4. Deberá contara con personal eficiente y eficaz
5. Deberá tener un orden y tener consistencia para tomar correctamente las decisiones que permita resolver los problemas que se presenten de forma oportuna.
6. Deberá tomar todas las medidas necesarias para cumplir con los requisitos de ley para evitar problemas futuros.
7. Debería contar con un sistema contable eficiente, eficaz y actualizado es decir un sistema que arroje datos verídicos.
8. Debería contratar un programe de aseguramiento para la empresa.
9. Debería mantener un stock de productos para ofrecer a los clientes.
10. Debería con un sistema de pago rápido ya sea para realizar los pagos a contado o a cerdito de pendiendo de los niveles de venta y la disponibilidad de lo económico de los clientes.
11. Debería contar con u lugar accesible y visible es decir contar con un lugar adecuado para que los clientes puedan acudir al local.
12. Debería contar con u sistema de seguridad para los clientes así como para el personal haciendo asid que estos se sientan la confianza necesaria para acudir al local.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

b) Integración de los problemas:

Problema 1 (1+3+6)

Un multicomercio para su correcto funcionamiento considerara factores como: tener una infraestructura adecuado de modo que se puedan segmentar claramente cada una de las secciones de productos, realizar un estudio de mercado de manera constante y correcta así como también deberá tomar todas las medidas necesarias para cumplir con los requisitos de ley para evitar problemas futuros.

Problema 2 (5+7+9+10+11)

Para contar con un plan administrativo el multicomercio se comprometerá en mantener un orden y tener consistencia para tomar correctamente las decisiones que permita resolver los problemas que se presenten de forma oportuna, deberá contar con un sistema contable eficiente, eficaz y actualizada es decir un sistema que arroje información verídica, así como contar con un stock surtido de productos para ofrecer a sus clientes, deberá contar con un sistema de pago rápido ya sea para realizar los pagos a contado o a credito dependiendo de los niveles de venta y la disponibilidad económica de los clientes, para que los clientes puedan acudir al local sin inconvenientes el lugar del negocio deberá ser accesible y



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

visible es decir se deberá tener un local adecuado para los clientes.

Problema 3 (2+4+8+12)

Nuestro negocio se orientara a brindar un servicio de calidad debido a que considerara factores tales como: contar con un listado permanente de proveedores de forma que se pueda surtir ampliamente todos los tipos de productos, tener personal eficiente y eficaz es decir contar con personal capacitado, deberá contratar un sistema de aseguramiento de la empresa, así como también contar con un sistema de seguridad para los clientes y el personal permitiendo de esta forma que exista un nivel alto de confianza hacia nuestro local.

c) Ubicación de los problemas:

1. Problema central: para medir el grado de factibilidad para la creación de un multicomercio en el sector de la Cooperativa Lentág necesitamos realizar un oportuno y correcto **estudio de mercado** al mismo tiempo deberá contar con una infraestructura adecuada de modo que se puedan segmentar claramente las diferentes secciones de productos así como también tomar todas las medidas necesarias para cumplir con los requisitos de ley para evitar problemas futuros.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

2. Problema complementario 1: para la creación de un multicomercio se deberá contar con un sistema contable eficiente, eficaz y actualizado así como también con un sistema de pago rápido de contado o a crédito, tener consistencia cuando se trate de tomar decisiones tanto estratégicas como operacionales; el contar con un lugar estratégico es decir que este sea accesible, visible y adecuado que permita contar con un stock surtido de productos para ofrecer a los clientes.
3. Problema complementario 2: el multicomercio deberá contar con un listado de proveedores fijos estos permitirán contar con un normal funcionamiento debido a que permitirán mantener un nivel de stock y con un surtido de productos necesarios es necesario también mantener un personal eficiente y eficaz puesto que nos permitirán mantener un orden en los productos y nos ayudaran a dar a conocer las calidades y beneficios de los mismos, un local comercial en su mayoría se ve en la necesidad de contratar un seguro tanto para el local como para su personal y los clientes debido a que brinda una mayor satisfacción para su correcto desempeño.



d) Redacción de los problemas

Redacción del problema potencial 1: el multicomercio deberá estar constantemente realizando investigaciones de mercado los cuales nos ayudaran a determinar el grado de aceptación y acogida de los clientes hacia nuestro negocio, además podremos conocer si la calidad de nuestros productos cumplen con todas las expectativas del cliente, si los precios son cómodos y mejores que los que ofrece la competencia, conocer los gustos y preferencias de los consumidores.

Además el éxito de la empresa dependerá del pleno cumplimiento de las leyes establecidas, ya que con su normal manejo y cumplimiento el negocio tendrá un constante desarrollo y funcionamiento. Al no llevarse a cabo estos elementos desde la etapa de introducción al mercado, nuestro negocio va a tener problemas, puesto que si se quiere progresar en un negocio el respeto y cumplimiento de las leyes es primordial así como el correcto manejo de la parte financiera.

Redacción problema potencial 2. El multicomercio deberá tener un correcto registro y manejo de la parte económica financiera, permitiendo así demostrar confianza y seguridad a sus clientes, proveedores y empleados en las diferentes transacciones que se realicen, así como tener una buena



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ubicación del local para todo tipo de personas, debiendo considerar que la infraestructura deberá ser tal que todas las personas que ingresen al sitio se sientan cómodas y nos permitan mantener un control adecuado de todo el local y de todos los productos ofrecidos, brindando seguridad necesaria a los clientes y empleados.

Redacción problema potencial 3: el éxito del multicomercio será contar con proveedores que cumplan con normalidad los plazos de entrega permitiendo siempre mantener un correcto stock y el debido surtido de productos, con un personal de atención debidamente calificado y responsable, para facilitar que las decisiones se tomen en forma correcta y que sirvan para solucionar los problemas de raíz y de manera inmediata.

En circunstancias tales como el incumplimiento de los proveedores en el tiempo de entrega, se tendrá como repercusiones llevándonos a tener una insatisfacción del consumidor, por lo tanto el personal actuara de manera contradictoria ya que la comunicación no será fluida entre todos los miembros provocando conflictos tanto internos como externos.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL: Realizar un estudio para determinar la factibilidad para la creación de un multicomercio en el sector de la Cooperativa Lentag.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- 1.- Realizar un estudio de mercado para conocer la aceptación del producto y la cantidad que se espera vender a futuro en determinadas condiciones.
- 2.- Efectuar un estudio Técnico para determinar la ubicación óptima del proyecto.
- 3.- Hacer un estudio económico - financiero para determinar los resultados económicos del proyecto durante su vida útil.

ESQUEMA TENTATIVO

TEMA: Estudio de factibilidad para la creación de un *MULTICOMERCIO* en el Sector de la Cooperativa Léntag.

Objetivos Específicos	Esquema Tentativo
	CAPITULO I. ANTECEDENTES 1.1 Descripción del Objeto de Estudio 1.2 Marco Conceptual 1.3 Marco Legal
Estudio de Mercado	CAPÍTULO II. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD II.I Estudio de Mercado 2.1.1 Producto 2.1.2 Demanda 2.1.3 Oferta 2.1.4 Precios



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

		2.1.5 Publicidad 2.1.6 Canales de comercialización.
Estudio Técnico		II.II. Estudio técnico 2.2.1 Localización 2.2.2 Tamaño o Capacidad 2.2.3 Especificaciones técnicas 2.2.4 Proceso tecnológico 2.2.5 Edificaciones 2.2.6 Equipos e Instalaciones 2.2.7 Distribución de Planta 2.2.8 Insumos
Estructura Organizativa	Legal	II.III. Estructura Legal Organizativa 2.3.1 Conformación Jurídica 2.3.2 Estructura de la organización
Inversiones y Financiamiento		II.IV. Inversiones y Financiamiento 2.4.1 Plan de inversión 2.4.2 Estructura de



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

	Financiamiento
Estudio Económico – Financiero	II.V Estudio Económico - Financiero 2.5.1 Estimación de ingresos 2.5.2 Estimación de Costos y Gastos 2.5.3 Punto de Equilibrio 2.5.4 Índices Financieros Dinámicos
	CONCLUSIONES RECOMENDACIONES



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ESQUEMA TENTATIVO

Capítulo I. Antecedentes

- 1.4 Descripción del Objeto de Estudio
- 1.5 Marco Conceptual
- 1.6 Marco Legal

Capítulo II. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

II.I Estudio de Mercado

- 2.1.1 Producto
- 2.1.2 Demanda
- 2.1.3 Oferta
- 2.1.4 Precios
- 2.1.5 Ubicación Estratégica
- 2.1.6 Canales de comercialización.

II.II. Estudio técnico

- 2.2.1 Localización
- 2.2.2 Tamaño o Capacidad
- 2.2.3 Especificaciones técnicas
- 2.2.4 Proceso tecnológico
- 2.2.5 Edificaciones
- 2.2.6 Equipos e Instalaciones
- 2.2.7 Distribución de Planta
- 2.2.8 Insumos



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

II.III. Estructura Legal Organizativa

2.3.1 Conformación Jurídica

2.3.2 Estructura de la organización

II.IV. Inversiones y Financiamiento

2.4.1 Plan de inversión

2.4.2 Estructura de Financiamiento

II.V Estudio Económico - Financiero

2.5.1 Estimación de ingresos

2.5.2 Estimación de Costos y Gastos

2.5.3 Punto de Equilibrio

2.5.4 Índices Financieros Dinámicos

- CONCLUSIONES
- RECOMENDACIONES



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ANÁLISIS DEL ESQUEMA TENTATIVO

Esquema Tentativo	VARIABLES	INDICADORES	CATEGORÍAS
	2.1.1 Producto	Ciclo de Vida del producto	Seguridad
			Ética
Cap. II ESTUDIO DE FACTIBILIDAD			
II.I Estudio de Mercado	2.1.3 Demanda	Inventario disponible	Seguridad
		Oferta potencial	Responsabilidad
		Demanda potencial	Amabilidad
	2.1.4 Oferta	Liquidez de la empresa	Ética
		Clientes	Sinceridad
		Pedidos	Honestidad
		Ingresos familiares	
	2.1.5 Precio	Métodos de fijación de precios	Confianza
		Tendencias	Honestidad
		Promociones	
	2.1.6 Publicidad	Ubicación estratégica	Creatividad
		Disponibilidad de medios de comunicación	Responsabilidad



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

		Número de habitantes	
	2.1.7 Canales de comercialización.	Canal directo	Credibilidad
		Canal indirecto	Honradez
II.II Estudio Técnico	2.2.1 Localización	Micro localización	Seguridad
		macro localización	Responsabilidad
			Cumplimiento
	2.2.2 Tamaño o Capacidad	Volumen de producción	Habilidad
		Numero de días laborables	Estabilidad
		Tecnología disponible	Esfuerzo
	2.2.3 Especificaciones Técnicas	Financiamiento	
		Calidad	Seguridad
	2.2.4 Proceso Tecnológico	Flujo grama de Procesos	Honradez
		Coeficientes técnicos	Puntualidad
			Confianza



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

	2.2.5 Edificaciones	Áreas necesarias	Creatividad
		Inversión	Eficiencia
		Financiamiento	Cumplimiento
		Ordenanzas Municipales	
		Leyes y Regulaciones Ambientales	
	2.2.6 Equipos e Instalaciones	Costos	Seguridad
		Financiamiento	Responsabilidad
		Equipos Necesarios	Estabilidad
		Instalaciones	
		Tecnología	
			Confianza
	2.2.7 Distribución de Planta	Número de insumos	Creatividad
		Número de clientes	
		Cantidad de empleados	
	2.2.8 Insumos	Recursos disponibles	Cumplimiento
		Regulaciones legales	Estabilidad



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
 DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

		Garantías	Seguridad
II.III Estudio Legal Organizativa	2.3.1 Conformación Jurídica	Modalidades (alternativas) Legales	Cumplimiento
			Honestidad
	2.3.2 Estructura Organizacional	Modalidad Organizacional	Creatividad
			Responsabilidad
II.IV Inversiones y Financiamiento	2.4.1 Plan de Inversión	Inversión de carácter tangible	Estabilidad
		Inversión de carácter intangible	
	2.4.2 Fuentes de Financiamiento	Financiamiento de capital propio	Responsabilidad
		Financiamiento de capital ajeno	Honradez
II.V Estudio Económico Financiero	2.5.1 Estimación de Ingresos	Volumen de ventas	Seguridad
		Tendencias	
	2.5.2 Estimación de Costos y Gastos	Costos directos e indirectos	Colaboración
		Costos de	Puntualidad



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

		Comercialización Financieros y Administrativos	
	2.5.4 Punto de Equilibrio	Modelo grafico	Claridad
		modelo matemático	Confianza
	2.5.7 Índices Financieros Dinámicos	Valor actual	Eficiencia
		Tasa interna de retorno	Seguridad
		Relación costo- beneficio	Claridad

LISTADO DEPURADO

VARIABLES

Producto
Oferta y Demanda
Precio
Ubicación Estratégica
Canales de Comercialización
Competencia
Localización
Tamaño o Capacidad
Especificaciones Técnicas
Proceso Tecnológico
Edificaciones

CATEGORIAS

Seguridad
Responsabilidad
Cumplimiento
Habilidad
Estabilidad
Esfuerzo
Honradez
Puntualidad
Confianza
Creatividad
Eficiencia



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

Equipos e instalaciones	Honestidad
Distribución de Planta	Colaboración
Insumos	Ética
Costos de Producción	Sinceridad
Conformación Jurídica	Claridad
Estructura Organizacional	Eficacia
Plan de Inversión	credibilidad
Estructura de Financiamiento	
Estimación de Ingresos	
Estimación de costos y Gastos	
Estimación de Resultados	
Punto de equilibrio	
Análisis de sensibilidad	
Indicadores Financieros	
Estáticos	
Indicadores Financieros	
Dinámicos	

DEFINICION DE VARIABLES Y CATEGORIAS

VARIABLES

Producto. En sentido muy estricto, el producto es un conjunto de atributos físicos y tangibles reunidos en una forma identificable.

Demanda. La demanda en economía se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado).

Oferta. En economía, oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones dadas, en un determinado momento.

Precio. Se denomina precio al valor monetario asignado a un bien o servicio. Conceptualmente, se define como la expresión del valor que se le asigna a un producto o servicio en términos monetarios y de otros parámetros como esfuerzo, atención o tiempo, etc.

Ubicación estratégica. Es el lugar apto y adecuado para así ganar la mayor porción de mercado y ser competitivos.

Canales de distribución. Canal de distribución es el circuito a través del cual los fabricantes (o productores) ponen a disposición de los consumidores (o usuarios finales) los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución (transporte y comercialización) de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo.

Competencia. La competencia es una situación en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir a quién compran o adquieren estos bienes y servicios. En general, esto se traduce por una situación en la cual, para un bien



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

determinado, existen una pluralidad de oferentes y una pluralidad de demandantes.

Localización. Entonces les explico que la localización consiste en adaptar un producto o servicio originario de una cultura determinada a otra cultura, es decir, preparar un producto para que pueda ser aceptado en una sociedad distinta a la que lo originó.

Tamaño o capacidad. Se conoce como tamaño de una planta o empresa la capacidad instalada de producción de la misma. Esta capacidad se expresa en la cantidad producida por unidad de tiempo. Es decir, volumen, peso, valor, o unidades de producto elaborados por año, mes, días por turnos y horas, etc.

Especificaciones técnicas. Las especificaciones técnicas son los documentos en los cuales se definen las normas, exigencias y procedimientos a ser empleados y aplicados en todos los trabajos de construcción de obras, elaboración de estudios, fabricación de equipos, etc.

Proceso tecnológico. Es la tecnología nos ayuda a resolver los problemas y las necesidades que nos rodean. Sea cual sea el problema con el que nos enfrentemos, los pasos que se siguen para resolverlo son casi siempre los mismos.

Edificaciones. Se considerarán edificaciones las construcciones unidas permanentemente al suelo o a otros inmuebles, efectuadas tanto sobre la superficie como en el



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

subsuelo, que sean susceptibles de utilización autónoma e independiente.

Equipos e instalaciones. Conjunto de bienes y servicios que permiten llevar a acabo el proceso productivo.

Distribución de planta. Se alude a veces la disposición física ya existente, otras veces a una distribución proyectada frecuentemente al área de estudio ó al trabajo de realizar una distribución en planta. En el presente documento se desarrollara el proyecto de diseñar una planta.

Insumos. Son los bienes y servicios que incorporan al proceso productivo las unidades económicas y que, con el trabajo de los obreros y empleados y el apoyo de las máquinas, son transformados en otros bienes o servicios con un valor agregado mayor.

Costos de producción. Los costos de producción (también llamados costos de operación) son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. En una compañía estándar, la diferencia entre el ingreso (por ventas y otras entradas) y el costo de producción indica el beneficio bruto.

Conformación jurídica. Es definir la modalidad legal mas adecuada para un proyecto.

Estructura organizacional. La finalidad de una estructura organizacional es establecer un sistema de papeles que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

juntos de forma óptima y que se alcancen las metas fijadas en la planificación a través de un organigrama.

Plan de inversión. Se entiende por plan de inversión, la que se efectúa hasta justo antes de poner en operación completamente el sistema inicial propuesto.

Estructura de financiamiento. Se refiere a todos aquellos activos que se requieren para implementar y poner en marcha el proyecto.

Estimación de ingresos. Nos permiten conocer aquellos que se derivan de la venta del bien o servicio, por lo tanto se excluye otra fuente de ingreso por ejemplo donaciones.

Estimación de costos y gastos. La determinación de costos es una parte importante para lograr el éxito en cualquier negocio. Con ella podemos conocer a tiempo si el precio al que vendemos lo que producimos nos permite lograr la obtención de beneficios, luego de cubrir todos los costos de funcionamiento de la empresa.

Punto de equilibrio. Es un modelo gráfico y también matemático que se utiliza para la toma de decisiones especialmente de carácter operativo y cronológico.

Análisis de sensibilidad. Es analizar los efectos que se producirían en los resultados probables del proyecto, como consecuencia de variaciones que podrían tener lugar algunos rubros o variables claves.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

Indicadores financieros estáticos. Son medidas cuantitativas que se utilizan para evaluar proyectos generalmente a corto plazo.

Indicadores financieros dinámicos. Son medidas cuantitativas que se utilizan para evaluar proyectos a largo plazo, es decir los que pueden pasar en un periodo “n” años.

CATEGORÍAS

Seguridad: son ciertos mecanismos que aseguran el buen funcionamiento de una cosa

Responsabilidad: obligación legal o moral que se tiene a consecuencia de haber o haberse cometido un acto.

Cumplimiento: perfección en el modo de obrar o de hacer alguna cosa

Habilidad: capacidad, inteligencia o disponibilidad para cualquier actividad.

Esfuerzo: empleo enérgico de las fuerzas física, intelectual o moral para lograr algo.

Honradez: incapacidad de actuar en contra de la moral, conducta recta

Puntualidad: calidad de puntual o exacto



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

Confianza: seguridad que alguien tiene en si mismo, en otro o en una cosa.

Creatividad: capacidad humana de producir contenidos mentales de cualquier tipo

Eficiencia: capacidad para cumplir o realizar bien una función.

Honestidad: moderación decencia, pudor recato.

Colaboración: trabajo o cosa hecha por dos o más personas conjuntamente.

Ética: conjunto de principios y normas morales que regulas las actividades humanas.

Sinceridad: veracidad, sencillez, expresión o actuación tal como se piensa o se siente.

Claridad: cualidad de lo que es, se percibe o se hace de forma clara, distinguir algo con claridad pensar con claridad, hablar con claridad.

Eficacia: capacidad de producir un buen efecto.

Credibilidad: calidad de creíble.^{29 30}

²⁹ <http://www.google.com.ec/search?hl=es&q=indicadores+financieros+est%C3%A1ticos&meta=>

³⁰ <http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Portada>



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

TECNICAS DE INVESTIGACION

TECNICAS CUANTITATIVAS

- Estadísticas
- Registros
- Encuestas
- Escalas Numéricas
- Observaciones Estructurales

TECNICAS CUALITATIVAS

- Entrevistas
- Testimonios
- Grupos Focales
- Estudio de Caso
- Investigación Participativa
- Talleres



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CUADRO DE LAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

VARIABLES Y CATEGORIAS	TECNICAS CUANTITATIVAS					TECNICAS CUALITATIVAS				
	EST A-	RE-	ENCU ES-	ESCAL AS	OBS ER-	ENT RE-	TEST I-	GRUP OS	ESTU DIO	INVEST
	DISTI CA	GIST RO	TAS	NUMERI CAS	VACI ON	VIST AS	MONI OS	FOCA LES	DE CASO	PARTIC IPA.
ESTUDIO DE MERCADO										
Producto	XXX	XXX	XXXX	XX	XXX	XXX	XXXX	XXX	XX	XXX
Oferta y Demanda	X	XXX	XXXX	XX	X	X	X	X	X	X
Precio	XXX	XXX	XXXX	XXX	XX				XX	XX
Ubicación Estratégica			XX		XX	XXX	XX			
Canales de Comercialización	XX		XXX			XX				



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

Competencia	XXX	XX			XXX	X	XX	XX		
ESTUDIO TECNICO										
Localización	XXX		XXX		XXX	X	XXX	X	XXXX	
Tamaño										
Capacidad			XXX		XX					
Especificaciones Técnicas		XXX			XX				X	XX
Proceso Tecnológico		XX	XXX	XXX	XXX	X		X		XXXX
Edificaciones	X				XX			XX		XXX
Equipos e instalaciones	XX									XX
Distribución de Planta					XXX	X				XXX
Insumos		XXX								
Costos de Producción		X		X	XXX					XX
	XXX	X		XX						XXXX



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ESTRUCTURA LEGAL ORGANIZATIVA									
Conformación Jurídica		XXX X			XX		XX	XX	
Estructura Organizacional		XXX X			XX		XX	X	X
INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO									
Plan de Inversión	XXX X	XXX X		XXXX	XX			XXX	XX
Estructura de Financiamiento	XXX X	XXX X		XXXX			XX	XXXX	



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ESTUDIO ECONOMICO-FINANCIERO									
Estimación de Ingresos		XXXX		XXXX	XXX				XXXX
Estimación de costos y Gastos	XX	XXXX		XXXX	XXX				XXXX
Estimación de Resultados	XXX	XXXX		XXXX	XXX		XX		XXXX
Punto de equilibrio	XXXX	XXX		XXXX	XXX				XXXX
Análisis de sensibilidad	XXXX	XXX		XXXX					XXXX XX
Indicadores Financieros Estáticos	XXXX	XXX		XXXX					XXXX
Indicadores Financieros Dinámicos	XXXX	XXX		XXXX					XXXX XXX
Seguridad			XXXX			XXXX	XXXX		



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

Responsabilidad		XXXX		XXXX	XXXX		
Cumplimiento		XXXX		XXXX	XXXX		
Habilidad		XXXX		XXXX	XXXX		
Estabilidad		XXXX		XXXX	XXXX		
Esfuerzo		XXXX		XXXX	XXXX		
Honradez		XXXX		XXXX	XXXX		
Puntualidad		XXXX		XXXX	XXXX		
Confianza		XXXX		XXXX	XXXX		
Creatividad		XXXX		XXXX	XXXX		
Eficiencia		XXXX		XXXX	XXXX		
Honestidad		XXXX		XXXX	XXXX		
Colaboración		XXXX		XXXX	XXXX		
Ética		XXXX		XXX	XXX		
Sinceridad		XXXX		XXX	XXX		
Claridad		XXXX		XXX	XXX		
Eficacia		XXXX		XXX	XXX		
Credibilidad		XXXX		XXX	XXX		
XXXX	100%						
XXX	75%						
XX	50%						
X	25%						



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

DISEÑO METODOLÓGICO

RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

a) Recolección y Procesamiento

Las técnicas de recolección de datos para llevar adelante la elaboración de la tesis serán mediante la aplicación del muestreo y a partir de esta muestra aplicaremos la técnica de la observación directa y para complementar esta técnica se utilizará como instrumento una lista de verificación en el cual se anotarán los datos recopilados. Otra técnica a utilizarse será la encuesta a través de un cuestionario elaborado con la intención de obtener la información necesaria, también se utilizará la técnica de la entrevista a las personas que compran con mayor frecuencia. Además se utilizarán métodos de investigación para facilitar la recolección.

b) Diseñar la recolección de información.

- **METODO INDUCTIVO:** se ocupa de resolver el problema de generalizar aquello que ya se conoce en forma particular para ello se debe descubrir cuales son las prioridades en que coinciden dichos procesos, cuales y como son los nexos que los une, para eso es



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

indispensable realizar un examen riguroso en el cuál se conjugan y se alternan análisis y síntesis.

- **METODO DEDUCTIVO:** en su sentido dialectico, no es un procedimiento de extracción formal de determinaciones a priori, sino un procedimiento de desarrollo real de los conocimientos sobre los procesos, su comportamiento y sus interacciones.

c) Diseñar el procesamiento de la información

Para procesar la información se ha visto la necesidad de utilizar programas electrónicos tales como Excel y Word.

ANÁLISIS DE LA PROPUESTA

Se considera esta investigación de carácter descriptivo ya que los datos que se obtendrán en las distintas situaciones planteadas en la investigación, serán descritos e interpretados según la realidad de acuerdo a las necesidades.

REDACCION DEL TEXTO:

Este paso se realizará luego de la presentación del tema, esquema y la aprobación del tema de tesis, que constará de los siguientes puntos:



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009**

1. PRELIMINAR

- Portada
- Firmas de responsabilidad de la tesis
- Dedicatoria
- Agradecimiento
- Índice
- Resumen

2. PRINCIPAL

- Introducción
- Cuerpo del texto
- Capítulos
- Conclusiones
- Recomendaciones

3. REFENCIAL

- Anexos
- Bibliografía



**UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

CRONOGRAMA DE TRABAJO

MESES ACTIVIDADES	ABR-JUN				JUL-SEP				OCT-NOV				DICIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
CAPITULO 1																
Recolección de la Información	█															
Procesamiento de la Información	█															
Análisis de la Información	█															
Redacción de la Información		█														
Revisión d la Información		█														
Reajustes		█														
CAPITULO 2		█														
ETAPA 1																
Recolección de la Información			█													
Procesamiento de la Información				█												
Análisis de la Información				█												
Redacción de la Información				█												
Revisión d la Información					█											
Reajustes					█											
ETAPA 2																
Recolección de la Información						█										
Procesamiento de la Información							█									
Análisis de la Información							█									
Redacción de la Información								█								
Revisión d la Información								█								
Reajustes								█								
ETAPA 3																
Recolección de la Información									█							
Procesamiento de la Información									█							
Análisis de la Información									█							
Redacción de la Información										█						
Revisión d la Información										█						
Reajustes										█						
ETAPA 4																
Recolección de la Información											█					
Procesamiento de la Información											█					
Análisis de la Información											█					
Redacción de la Información											█	█				
Revisión d la Información												█				
Reajustes												█				
ETAPA 5																
Recolección de la Información													█			
Procesamiento de la Información														█		
Análisis de la Información															█	
Redacción de la Información																█
Revisión d la Información																█
Reajustes																█
AUTORAS:																
Redacción de la Información																█
Revisión de la Información																█
Reajustes																█
Impresión																█
Presentación																█



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR
DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009



BIBLIOGRAFIA



BIBLIOGRAFIA

LIBROS

GIBSON, James; IVANCE VICH, John; DONVELLY, James, 2001¹⁰, Las Organizaciones, Comportamiento, Estructura y Proceso. Edit. McGarw-Hill.

HUGHES GD, Mercadotecnia: Planeación Estratégica, Edit. Addison - Wesley Iberoamericana.

SHAPIRO, Benson P, 1981, Administración De Programa De Ventas Edit. Diana – México.

PELTON, Loó E; STRUTTON, David; LUMPKIN, James R, 1999 Canales de Marketing y Distribución Comercial, Edit. McGraw – Hill.

DILLON, William R; MADDEN Thomas J; FIRTLE Neil H, La Investigación Del Mercado: Entorno Del Marketing, Edit. McGraw – Hill.

DIAS MOSTO, Jorge, 1981, Contabilidad de Costos (industrial), Edit. Libros Técnicos.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

ROJAS LOPEZ, Miguel David, 2007 Evaluación De Proyectos Para Ingenieros, Edit. Multilibros.

DICCIONARIOS

Diccionario Bilingüe de Negocios, 1999, Edit. LID Editorial Empresarial.

OCEANO CENTRUM, biblioteca práctica de la administración de pequeñas y medianas empresas, Edit. Grupo editorial Océano

REVISTAS

EKOS, 2004, pymes economía y negocios, generadores de empleo y riqueza

PAGINAS WEB

www.monografias.com/trabajos5/esfa/esfa.shtml - 73k - En caché - Páginas similares

www.geocities.com/SiliconValley/Pines/7894/sistemas/factibilidad.html - 16k - En caché - Páginas similares

www.oas.org/dsd/publications/Unit/oea23s/ch32.htm - 23k - En caché - Páginas similares



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MULTICOMERCIO EN EL SECTOR DE LA COOPERATIVA LÉNTAG- CANTÓN GIRÓN DURANTE EL PERIODO 2009

TESIS

ZARATE SUCONOTA Ana Lucia y OCHOA TENEMAZA, René Marx, 1998, Administración de las Compras en las Empresas Comerciales, Capítulo 1: Las Compras, Pág. 1-20.

RODAS B. Juan y SIAVICHAY G. Juan, 2002, ISO 9000 en Empresas de Servicios aplicado al Comisariato Popular Cía. Ltda. Cuenca, Capítulo 3: El Sistema de Calidad, Pág. 41-72.

GAIBOR VELECELA Kerly Jackeline y ANDRADE RODRIGUEZ Leonardo Xavier; 2001-2002, Estructuración de Nuevos Sistemas de Comercialización aplicado a Distribuidora Bebáz S. A., Capítulo 3: La Comercialización, Pág. 52-70.