



TECNOLOGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"

ESCUELA DE SALUD

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA EN  
PUEMBO BARRIO "SAN JOSÉ" DMQ PERIODO 2016.

Proyecto de Incubadora Empresarial previo a la obtención del título de Tecnólogo en  
Administración de Boticas y Farmacias

Autora: Apunte Farinango Thalía Cecilia

Tutor: Eco. Gustavo Paredes

Quito, 2016

## DECLARATORIA

Yo, APUNTE FARINANGO THALIA CECILIA portador de la C.I. 172696699-5, declaro que el proyecto es absolutamente original, auténtico, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

---

Apunte Farinango Thalía Cecilia

C.I.: 172696699-5

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, **APUNTE FARINANGO THALIA CECILIA** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 172696699-5 de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: *“La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”*; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: **“Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia en Puenbo Barrio “San José” DMQ periodo 2016.”** facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

**FIRMA** \_\_\_\_\_

**NOMBRE** Apunte Farinango Thalía Cecilia

**CEDULA** 172696699-5

Quito, a los 19 días del mes de Diciembre del 2016

## **AGRADECIMIENTO**

Gracias a él Eco. Gustavo Paredes, por el valioso aporte profesional, técnico y humano brindado en el transcurso del semestre a favor de la culminación de esta retadora carrera que después de tanto sacrificio estoy a un paso de culminar

Gracias al ITSCO y todo el personal docente, por las enseñanzas brindadas que se verán reflejadas en la aplicación de este proyecto.

## **DEDICATORIA**

A Dios por permitirme llegar hasta aquí.

A mi madre por el sacrificio, porque gracias

a ella he podido crecer profesionalmente.

A mi padre por su apoyo incondicional.

A mis maestros por su calor de padres putativos.

## ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA .....	ii
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA .....	v
ANEXOS .....	xiv
RESUMEN EJECUTIVO .....	xv
ABSTRACT .....	xvi
<b>CAPÍTULO I</b> .....	1
1.01 Justificación .....	1
1.02 Antecedentes .....	3
<b>CAPÍTULO II</b> .....	5
2.01 Ambiente Externo .....	5
2.01.01 Factor Económico .....	5
2.01.02 Factor Social .....	13
2.01.03 Factor Tecnológico .....	17
2.01.04 Factor Legal .....	19
2.02 Entorno Local .....	25
02.02.01 Amenaza de entrada de nuevos competidores .....	26
2.02.02 Amenaza de productos sustitutos. ....	27
2.02.03 Poder de negociación de los proveedores .....	28
2.02.04 Poder de negociación de los clientes .....	29
2.02.05 Rivalidad entre competidores .....	30
2.03 Análisis Interno .....	31
2.03.01 Cadena de Valor .....	31
2.03.02 Propuesta Estratégica .....	35
2.03.02.01 Misión .....	36
2.03.02.02 Visión .....	36
2.03.02.03Objetivos .....	37
2.03.02.03.01Objetivo General .....	37
2.03.02.03.02ObjetivosEspecíficos .....	37
2.03.02.04 Principios y/o valores .....	38

---

2.03.03 Gestión Administrativa.....	39
2.03.04 Gestión Operativa .....	40
2.03.05 Gestión Comercial .....	46
2.03.08 FODA .....	53
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>59</b>
3.01 Análisis del Consumidor .....	59
3.01.01 Determinación de la muestra y población .....	60
3.01.02 Técnica de obtención de información.....	62
3.02 Oferta.....	88
2.02.01 Oferta Actual .....	88
2.02.02 Oferta Histórica .....	89
2.02.03 Oferta Proyectada .....	89
3.03 Demanda.....	90
3.03.01 Demanda Actual .....	90
3.03.02 Demanda Histórica .....	92
3.03.03 Demanda Proyectada .....	92
3.04 Balance Oferta – Demanda .....	93
3.05 Ventas .....	94
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>95</b>
4.01 Tamaño del Proyecto.....	95
4.01.01 Capacidad Instalada .....	96
4.01.02 Capacidad Óptima .....	96
4.02 Localización .....	102
4.02.01 Macro – Localización .....	102
4.02.02 Micro – Localización.....	104
4.02.03 Localización óptima .....	105
4.03 Ingeniería del Producto .....	107
4.03.01 Definición Bienes y Servicios .....	107
4.03.02 Distribución de planta.....	109
4.03.04 Equipos y muebles.....	110
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>113</b>
5.02 Costos .....	114
5.02.01 Costos Directos.....	115
5.02.02 Gastos Administrativos.....	116
5.02.03 Costos Ventas .....	117

---

5.02.04 Costos Financieros.....	118
5.02.05 Costos fijos y Variables.....	119
5.02 Inversiones .....	120
5.02.01 Inversión Fija.....	120
5.02.01.01 Activos Fijos .....	122
5.02.01.02 Activos Nominales (Diferidos).....	122
5.03.02 Capital de Trabajo .....	123
5.03.03 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos.....	124
5.03.04 Amortización de Financiamiento .....	125
5.03.05 Depreciaciones .....	127
5.03.06 Estado de Situación Inicial.....	129
5.03.07 Estado de Resultados proyectado 5 (años).....	131
5.03.08 Flujo de Caja .....	132
5.04 Evaluación.....	133
5.04.01 Tasa de Descuento .....	134
5.04.02 VAN.....	134
5.04.03 TIR.....	135
5.04.05 PRI.....	136
5.04.06 Relación Costo/ Beneficio .....	137
5.04.07 Punto de Equilibrio.....	138
5.04.07 Análisis de Indicadores Financieros .....	140
<b>CAPÍTULO VI</b> .....	141
6.01 Impacto Ambiental .....	141
6.02 Impacto Económico .....	142
6.03 Impacto Social .....	143
<b>CAPÍTULO VII</b> .....	144
7.01 Conclusiones .....	144
7.02 Recomendaciones.....	145
Referencias Bibliográficas .....	146
ANEXOS.....	149

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Inflación del Ecuador .....	6
Tabla 2: PIB Sector Social y salud del Ecuador.....	8
Tabla 3: Tasa de Interés Activa.....	10
Tabla 4: Tasa de Interés Pasiva .....	12
Tabla 5: Índice de Pobreza .....	14
Tabla 6: Índice de Desempleo .....	16
Tabla 7: Personas que utilizan Internet .....	17
Tabla 8: Lista de Distribuidores Farmacéuticos.....	29
Tabla 9: Logística Interna.....	31
Tabla 10: Operaciones.....	32
Tabla 11: Logística Externa .....	32
Tabla 12: Marketing y Ventas .....	33
Tabla 13: Infraestructura .....	33
Tabla 14: Recursos Humanos.....	34
Tabla 15: Desarrollo Tecnológico.....	34
Tabla 16: Abastecimiento.....	35
Tabla 17: MEFI .....	54
Tabla 18: MEFE .....	56
Tabla 19: FODA.....	58
Tabla 20: Pregunta 1 .....	64
Tabla 21: Pregunta 2 .....	66
Tabla 22: Pregunta 3 .....	68
Tabla 23: Pregunta 4 .....	70
Tabla 24: Pregunta 5 .....	72
Tabla 25: Pregunta 6 .....	74
Tabla 26: Pregunta 7 .....	76
Tabla 27: Pregunta 8 .....	78
Tabla 28: Pregunta 9 .....	80
Tabla 29: Pregunta 10 .....	82
Tabla 30: Pregunta 11 .....	84
Tabla 31: Pregunta 12 .....	86
Tabla 32: Oferta Actual.....	88
Tabla 33: Oferta Histórica.....	89
Tabla 34: Oferta Proyectada.....	90
Tabla 35: Ticket Promedio.....	91
Tabla 36: Demanda Actual.....	91



Tabla 37: Demanda Histórica.....	92
Tabla 38: Demanda Proyectada.....	93
Tabla 39: Demanda Insatisfecha .....	94
Tabla 40: Ventas.....	94
Tabla 41: Capacidad / Demanda .....	101
Tabla 42: Muebles y Enseres .....	110
Tabla 43: Equipos de oficina.....	111
Tabla 44: Equipos de computación .....	111
Tabla 45: Sueldos y Salarios .....	112
Tabla 46: Ingresos Operacionales .....	114
Tabla 47: Costos Directos .....	115
Tabla 48: Gastos Administrativos .....	117
Tabla 49: Costos Ventas.....	118
Tabla 50: Costos Financieros .....	118
Tabla 51: Costos Fijos y Variables .....	119
Tabla 52: Inversión Fija .....	121
Tabla 53: Activos Fijos .....	122
Tabla 54: Activos Diferidos .....	123
Tabla 55: Capital de trabajo .....	123
Tabla 56: Fuentes de Financiamiento.....	124
Tabla 57: Amortización.....	126
Tabla 58: Depreciación Muebles y Enseres .....	127
Tabla 59: Depreciación y Equipos de oficina .....	128
Tabla 60: Depreciación y Equipos de computación.....	128
Tabla 61: Depreciación Total.....	129
Tabla 62: Depreciación Gastos de Constitución .....	129
Tabla 63: Estado de Situación Inicial.....	130
Tabla 64: Estado de Pérdidas y Ganancias.....	131
Tabla 65: Flujo de Caja .....	133
Tabla 66: VAN .....	135
Tabla 67: TIR .....	136
Tabla 68: PRI .....	136
Tabla 69: PRI .....	137
Tabla 70: Costo / Beneficio.....	137
Tabla 71: Punto de Equilibrio .....	138
Tabla 72: Análisis de Índices Financieros.....	140

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Inflación del Ecuador .....	6
Gráfico 2: PIB Sector Social y de Salud del Ecuador .....	8
Gráfico 3: Tasa de Interés Activa.....	10
Gráfico 4: Tasa de Interés Pasiva .....	12
Gráfico 5: Índice de Pobreza .....	15
Gráfico 6: Índice de Desempleo .....	16
Gráfico 7: Personas que utilizan Internet .....	18
Gráfico 8: Pregunta 1 .....	64
Gráfico 9: Pregunta 2 .....	66
Gráfico 10: Pregunta 3 .....	68
Gráfico 11: Pregunta 4 .....	70
Gráfico 12: Pregunta 5 .....	72
Gráfico 13: Pregunta 6 .....	74
Gráfico 14: Pregunta 7 .....	76
Gráfico 15: Pregunta 8 .....	78
Gráfico 16: Pregunta 9 .....	80
Gráfico 17: Pregunta 10 .....	82
Gráfico 18: Pregunta 11 .....	84
Gráfico 19: Pregunta 12 .....	86
Gráfico 20: Fuentes de financiamiento .....	124

---

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Organigrama .....	39
Cuadro 2: Selección de Proveedores .....	40
Cuadro 3: Adquisición .....	41
Cuadro 4: Recepción Administrativa .....	42
Cuadro 5: Recepción Técnica .....	43
Cuadro 6: Almacenamiento.....	44
Cuadro 7: Dispensación .....	45

---

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Nature's Garden.....	27
Figura 2: Logo .....	35
Figura 3: Refrescante bucal.....	51
Figura 4: Llavero .....	51
Figura 5: Labial .....	52
Figura 6: Tasa.....	52
Figura 7: Macro-localización .....	103
Figura 8: Micro-localización .....	104
Figura 9: Localización Óptima.....	107
Figura 10: Plano farmacia "San José" .....	109
Figura 11: Plano farmacia "San José" .....	110

## ANEXOS

Anexo 1: Encuesta.....	150
------------------------	-----

---

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como objetivo evaluar técnica y económicamente la creación de una farmacia, la cual estará ubicada al Norte de la ciudad en la parroquia de Puembo barrio "San José". Este proyecto se enmarca dentro de los lineamientos estratégicos en torno a las soluciones factibles vinculadas a incentivar y desarrollar este sector productivo.

El estudio se inicia estableciendo los actores del sector farmacéutico involucrados con el proyecto, luego se continúa con un Estudio de Mercado orientado a analizar la factibilidad del proyecto de concentrar la oferta en este lugar.

El presente estudio indica específica y detalladamente los factores e indicadores que intervienen en el campo farmacéutico así como son la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Valor Actual Neto (VAN), son índices financieros importantes al momento de analizar la factibilidad de un negocio porque de los resultados depende si se invierte o no en el negocio, el TIR debe ser superior a la tasa de descuento, el Costo / Beneficio debe ser superior a 1.

## ABSTRACT

The present project has as aim evaluated technology and economically the creation of a drugstore, which would be located to the north of the city in Puembo's parish neighborhood "San Jose". This project places inside the strategic limits concerning the feasible solutions linked to stimulating and developing this productive sector.

The study begins by establishing the actors of the pharmaceutical sector involved with the project, followed by a Market Study aimed at analyzing the feasibility of the project to concentrate the supply in this place.

The present study indicates specifically and in detail the factors and indicators involved in the pharmaceutical field such as Internal Rate of Return (TIR), Net Present Value (VAN), are important financial indexes when analyzing the feasibility of a business Because of the results depends on whether or not you invest in the business, the TIR must be higher than the discount rate, the Cost / Benefit must be higher than 1.

## CAPÍTULO I

### 1.01 Justificación

Según Zambrano, J. (2010). Argumenta que: “Brindar un buen servicio es la base para alcanzar el éxito por esta razón se da la necesidad de crear un espacio propio que marque la diferencia, y cumpla las necesidades de los clientes ofreciendo productos de calidad, y que ayuden a su mejoramiento con respecto a salud.”(p.4).

Este proyecto es importante debido a que la población de “San José” no dispone de una farmacia y por esta causa acuden a Pumbo o Pifo que son las parroquias más cercanas para disponer de medicamentos, como se lo ha venido haciendo hace muchos años atrás, es por eso que nace la idea de crear una farmacia en el barrio San José ubicado en la Parroquia de Pumbo para así aportar con la población, con la adquisición de medicamentos y evitando el gasto de los recursos de tiempo y dinero que para su requerimiento representa.

El objetivo de la creación de la farmacia San José es satisfacer la necesidad en salud, brindando un servicio de calidad así como garantizar un stock adecuado para las diferentes enfermedades que los pobladores de este barrio presenten, además ofreciendo diversidad de productos que cubran las diferentes necesidades de la población, para esto se contará con personal calificado con conocimiento en dispensación de medicamentos y merchandising que es esencial para estar a la vanguardia con la competencia y mediante un estudio de factibilidad determinar la rentabilidad del proyecto.

La actividad farmacéutica presenta una perspectiva de futuro muy interesante y es por esta razón que se están acoplando nuevas cadenas de acuerdo a la ley vigente y/o creando otras nuevas.

Uno de los motivos por el cual se plantea la ejecución de este Proyecto, es la visión de rentabilidad que ofrece la implementación de una farmacia y los beneficios que se puede obtener.

## 1.02 Antecedentes

Palacios, J. (2011). Estudio de Factibilidad para la creación de una farmacia de autoservicio en el Cantón Pimampiro. Tesis de Ingeniería no publicada, PUCE, Ibarra, Ecuador.

El Impacto Económico que pretende realizar un proyecto de inversión es, generar plazas de trabajo para los habitantes del Cantón Pimampiro con la ejecución del proyecto, aunque por su magnitud no va a ser tan significativa, pero con el tiempo ayudara al crecimiento económico tanto del Cantón como de la provincia, por lo tanto tendrá un nivel medio positivo (p.208).

Los medicamentos han constituido un componente relevante en la vida del ser humano y de las organizaciones, además juegan un papel importante en la protección y restauración de la salud, es considerado un objeto de comercialización y su valor de uso es determinante.

La venta de medicamentos es un servicio en el que la gente siempre estará en constante compra debido a que nadie esta exentó de enfermedades y mucho menos cuando estas son con un determinado diagnóstico, y por ende debe tomar un tratamiento que lo hace un cliente fidelizado, y su salud depende en parte del servicio que la farmacia ofrezca.

En Puembo barrio “San José” se ha observado una alta cifra de personas que necesitan de medicamentos y por esto se plantea la idea de crear un proyecto para la implementación de una farmacia para brindar un servicio de calidad apropiado para este barrio, de esta manera aportará con el Plan Nacional del Buen Vivir en el objetivo 3, que estipula mejorar la calidad de vida de la población, los establecimientos farmacéuticos se especializan en salud para que la población pueda tener acceso a la medicina y a su vez cuenta con personal capacitado y especializado dispuesto a velar por el bien estar de la población en general.

La implementación de un proyecto de incubadora resulta atractivo para los inversionistas, debido a que en varias ocasiones optan por invertir en un proyecto que refleje ganancias, por esta razón es necesario realizar un estudio de factibilidad para garantizar la viabilidad de un proyecto y esto se logrará haciendo un análisis detallado del estudio de mercado, estudio técnico, entre otros.

## CAPÍTULO II

### 2.01 Ambiente Externo

(Torreblanca, 2014) Explica que “El macroentorno está compuesto por todos aquellos factores demográficos, económicos, tecnológicos, políticos, legales, sociales, culturales y medioambientales que afectan al entorno de la empresa. Representa a todas las fuerzas externas y que no son controlables por la empresa”. (párr.3).

#### 2.01.01 Factor Económico

Álvarez, T. (2010). Menciona que en el factor económico “Se analiza la evolución de las principales magnitudes macroeconómicas, como son Inflación, PIB, Tasa de interés activa y pasiva, desempleo y crecimiento económico. Todas estas variables determinan la capacidad de compra e influyen en las pautas de consumo”. (párr.4).

## Inflación

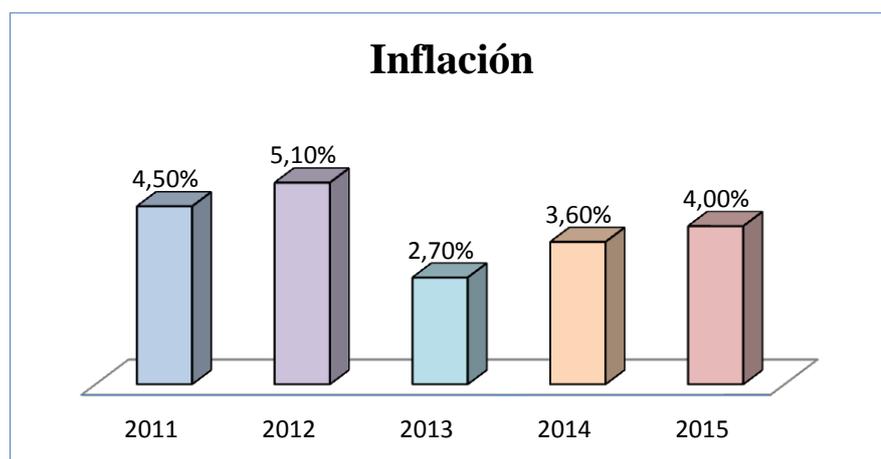
(Econlink, 2012) Menciona que: Inflación “es el crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios y factores productivos de una economía a lo largo del tiempo”. (párr.1).

**Tabla 1: Inflación del Ecuador**

AÑOS	INFLACIÓN
2011	4,5%
2012	5,10%
2013	2,70%
2014	3,60%
2015	4,00%

*Elaborado por:* Thalía Apunte

*Fuente:* Banco Central



*Gráfico 1:* Inflación del Ecuador

*Fuente:* Banco Central del Ecuador

*Elaborado por:* Apunte Thalía

## **Análisis**

Durante los últimos 5 años los datos porcentuales de la inflación han tenido variaciones, pero que no superan el 10% en relación a los años de estudio, esto es importante porque es una inflación moderada donde los precios suben lentamente, por debajo del 10% anual, lo cual es bueno para una economía dolarizada.

Es importante considerar que en los últimos 5 años de estudio el mayor porcentaje obtenido en referencia a Inflación es en el año 2012 con un valor de 5,10%; en el año 2013 tiene un valor 2,70% que lo hace representativo por ser menor en relación a los demás años, en el año 2015 se tiene un 4,00% de inflación que ha representado incremento con respecto al año 2014 lo que significa que el nivel de compra disminuirá, por lo tanto representa una AMENAZA para la Farmacia "San José" debido a que son aspectos que no se pueden controlar como lo es la subida de precios de bienes y servicios que la inflación representa.

## **PIB Sector Social y Salud del Ecuador**

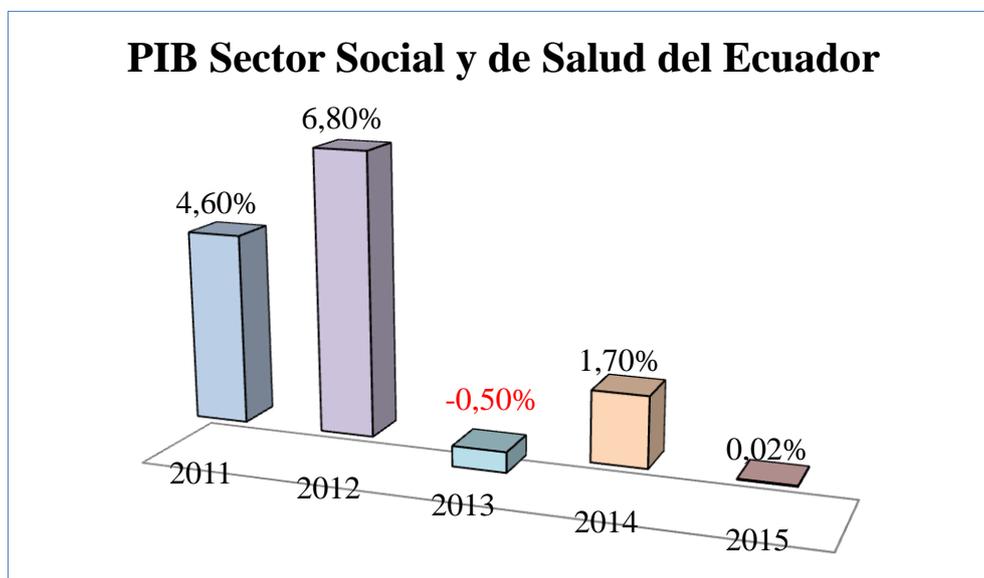
(Fonseca, El producto Interno Bruto, s.f) "es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un período". (párr.2).

**Tabla 2: PIB Sector Social y salud del Ecuador**

AÑO	PORCENTAJE
2011	4,60%
2012	6,80%
2013	-0,50%
2014	1,70%
2015	0,02%

**Elaborado por:** Thalía Apunte

**Fuente:** Banco Central del Ecuador



**Gráfico 2:** PIB Sector Social y de Salud del Ecuador

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Apunte Thalía

---

## Análisis

Es necesario considerar el estudio que se ha realizado sobre el PIB nominal que es cuando se toma en cuenta a la inflación y es a precios constantes.

Se puede determinar que en los 5 últimos años el PIB Nominal representa variación porcentual año a año, teniendo como dato más bajo en el año 2013 con un -0,50% debido a que el país tuvo una baja productividad referente a salud además la caída del PIB se debe a varios factores entre ellos la disminución de salarios, la reducción de inversiones de empresas el aumento del desempleo, entre otros. El valor más alto es en el año 2012 con un 6,80%, lo que representa que en ese año el Ecuador manejaba una producción de bienes y servicios adecuada, de esta forma se considera al PIB como una OPORTUNIDAD para la farmacia "San José" por motivo que en el año que cursa tendrá un crecimiento en la producción de bienes y servicios, que el ARCSA otorga para la creación de establecimientos farmacéuticos.

## Tasa de interés Activa

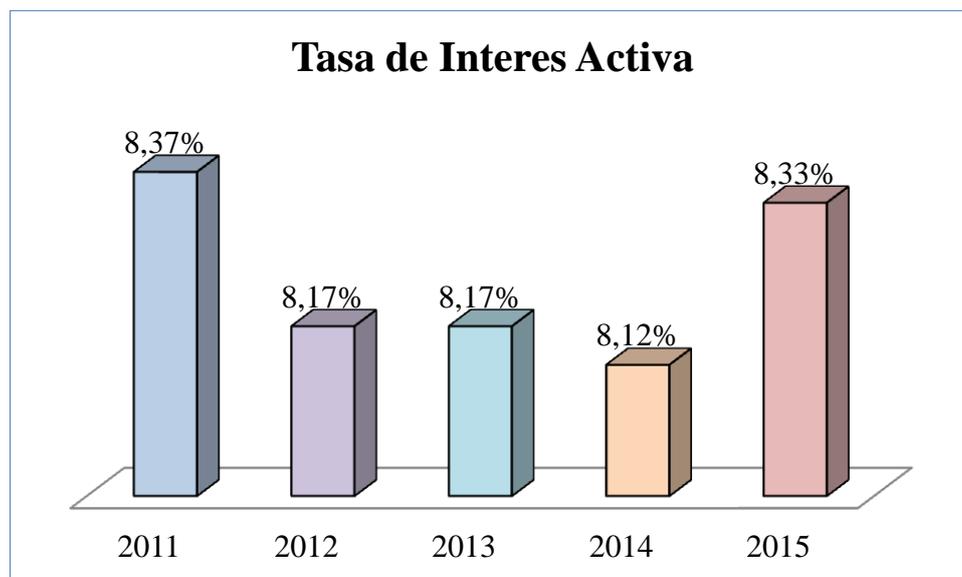
(GestioPolis.com, 2000) Menciona que "Es la tasa de interés que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados. Es decir, la que cobra el banco por el dinero que presta.". (párr.1).

**Tabla 3: Tasa de Interés Activa**

AÑOS	Tasa Interés Activa
2011	8,37%
2012	8,17%
2013	8,17%
2014	8,12%
2015	8,33%

*Elaborado por:* Thalía Apunte

*Fuente:* BCE



*Gráfico 3:* Tasa de Interés Activa

*Fuente:* Banco Central del Ecuador

*Elaborado por:* Apunte Thalía

## **Análisis**

Se puede analizar que en los datos porcentuales de los últimos 5 años de estudio se ha tenido en el año 2011 un valor elevado referente a Tasa de Interés Activa de 8,37% en relación a los demás años, esto indica que a mayor tasa de interés activa; los empresarios, personas naturales y jurídicas estarán menos motivados a pedir un préstamo, en el año 2014 se puede observar el menor porcentaje lo que significa que las personas accedieron a mayor cantidad de préstamos por el porcentaje atractivo en dicho año, en el año 2015 se tiene un valor de 8,33% de Interés Activo lo que representa para la farmacia San José” una AMENAZA debido a que si solicita un crédito bancario deberá pagar más dinero por tasas de interés.

## **Tasa de Interés Pasiva**

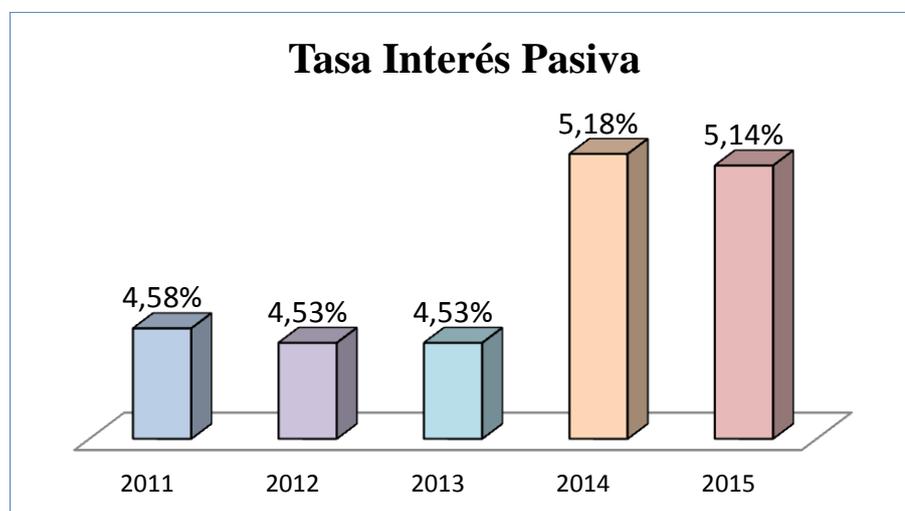
Muñoz, C. (2011). Menciona que las tasas de interés pasivas “es el porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen.”.(párr.2).

**Tabla 4: Tasa de Interés Pasiva**

AÑOS	Tasa Interés Pasiva
2011	4,58%
2012	4,53%
2013	4,53%
2014	5,18%
2015	5,14%

*Fuente:* Banco Central

*Elaborado por:* Thalía Apunte



*Gráfico 4:* Tasa de Interés Pasiva

*Fuente:* Banco Central del Ecuador

*Elaborado por:* Apunte Thalía

## Análisis

Se puede analizar que en los datos porcentuales de los años de estudio se ha mantenido una tasa de interés pasiva similar para los años 2011 a 2013, el valor más elevado es en el año 2014 con un 5,18% en relación a los demás años, es importante destacar que en el 2015 se tiene un valor de 5,14%, con el análisis de este factor se puede observar que hay falta de dinero en la economía lo que puede provocar en un momento iliquidez, se considera que se obtendrá un porcentaje de ganancia superior para el proceso del ejercicio aprovechando que la tasa de interés pasiva que generan las entidades financieras es bajo con un 5,14% en relación a la que se espera con la aplicación del proyecto de esta manera representa una OPORTUNIDAD para la farmacia “San José”.

### 2.01.02 Factor Social

Méndez, A. (2010). Menciona que los factores sociales “son aquellas cosas que afectan a los seres humanos en su conjunto, sea en el lugar y en el espacio en el que se encuentren”. (párr.4).

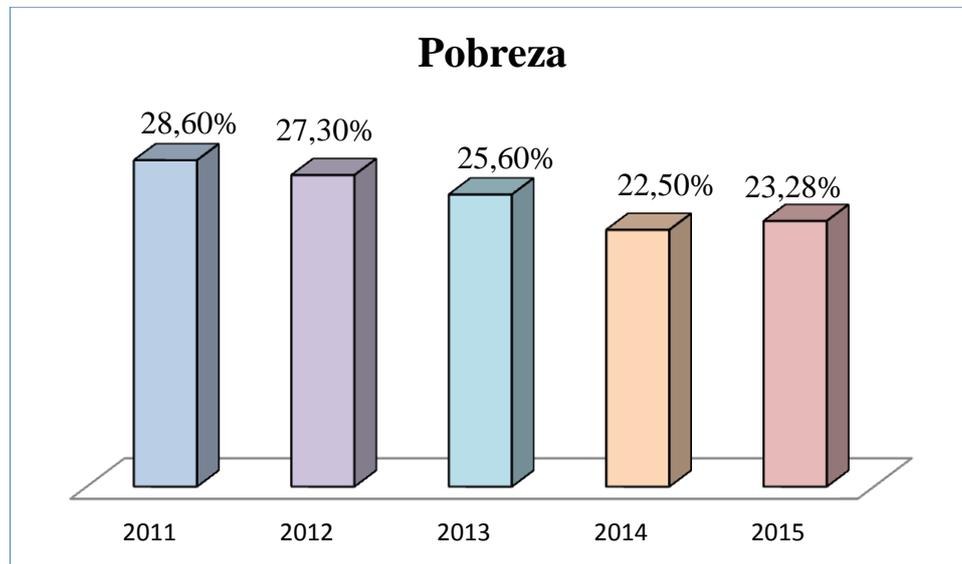
## Índice de Pobreza en el Ecuador

Gary, Fields. (2001). Define la pobreza como " la incapacidad de un individuo o una familia para disponer de los recursos suficientes para satisfacer sus necesidades básicas. ". (párr.1).

**Tabla 5: Índice de Pobreza**

AÑOS	PORCENTAJE
2011	28,60%
2012	27,30%
2013	25,60%
2014	22,50%
2015	23,28%

*Elaborado por:* Thalía Apunte  
*Fuente:* INEC



**Gráfico 5:** Índice de Pobreza  
**Fuente:** Banco Central del Ecuador  
**Elaborado por:** Apunte Thalía

### Análisis

Se puede observar que en los datos porcentuales de los 4 años de estudio habido un decrecimiento de la pobreza, mientras que para el año 2015 se tiene un incremento en relación a los demás años; es importante destacar que en el 2015 se tiene un valor de 23,28% lo que representa que el país tiene un valor porcentual alto referente a la Pobreza, de esta manera se puede determinar que es una AMENAZA para la farmacia "San José" debido a que existe una cifra de personas que no aportan a el flujo de efectivo.

## Índice de desempleo

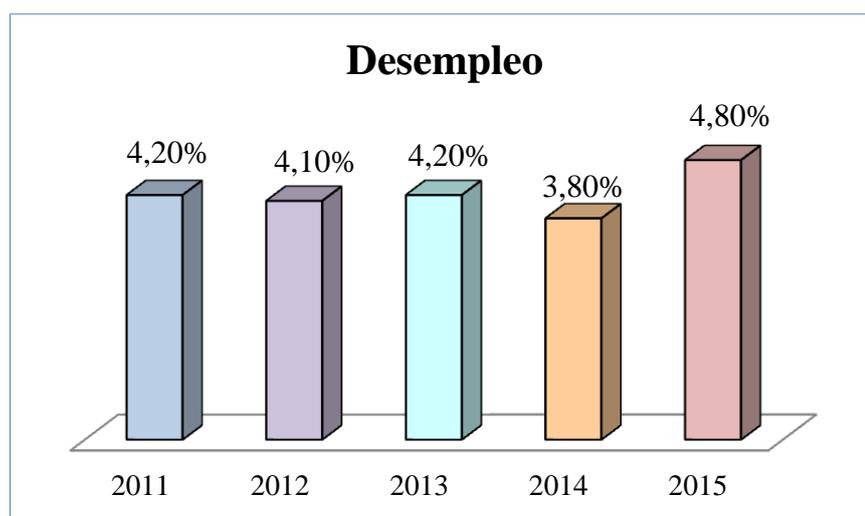
(Eco-finanzas, s.f) Menciona que desempleo “Es la parte de la fuerza de trabajo que estando en condiciones de trabajar no se encuentra ocupada en actividades productoras de bienes o servicios”. (párr.1).

**Tabla 6: Índice de Desempleo**

AÑOS	DESEMPLEO
2011	4,2%
2012	4,1%
2013	4,2%
2014	3,8%
2015	4,8%

*Fuente:* INEC

*Elaborado por:* Thalía Apunte



*Gráfico 6:* Índice de Desempleo

*Elaborado por:* Thalía Apunte

*Fuente:* INEC

## Análisis

Se puede determinar que en los años de análisis se ha presentado variación de la pobreza, en el año 2011 a 2013 representa un valor similar en el desempleo; mientras que en el año 2014 se tiene un porcentaje inferior con un valor de 3,80% en relación al 2015, para el 2015 se tiene un valor elevado de 4,8% en relación al año 2014, por esta razón se considera una AMENAZA para la farmacia “San José”, debido a la falta de contribución para generar fuentes de empleo.

### 2.01.03 Factor Tecnológico

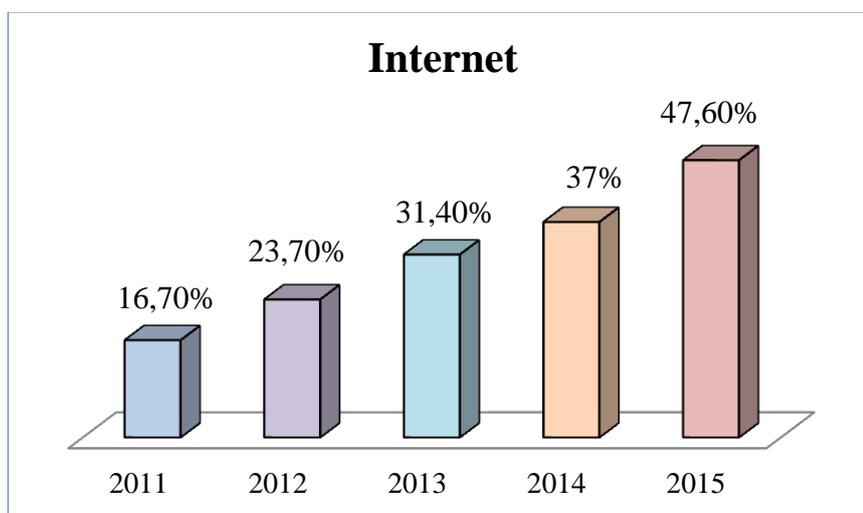
Pérez, J. (2013). Menciona que “las nuevas tecnologías crean oportunidades y mercados nuevos. Las empresas que no prevean los cambios tecnológicos se encontrarán con que sus productos son obsoletos”. (párr.1).

**Tabla 7: Personas que utilizan Internet**

AÑOS	INTERNET
2010	16,7%
2011	23,7%
2012	31,4%
2013	37%
2014	47,6%

*Fuente:* INEC

*Elaborado por:* Thalía Apunte



**Gráfico 7:** Personas que utilizan Internet  
*Elaborado por:* Thalía Apunte  
*Fuente:* INEC

## Análisis

Se puede observar que en los últimos 5 años los datos porcentuales referentes a el uso de Internet han ido creciendo de manera que para el año 2015 se tiene un porcentaje en el área urbana de 47,60% en relación al año 2014 que fue de 37%, es importante considerar que el factor tecnológico está en constante crecimiento y por esta razón es una OPORTUNIDAD para la farmacia "San José", porque se puede generar publicidad y varias estrategias con la tecnología y de esta forma hará que se conviertan en ventajas competitivas.

#### **2.01.04 Factor Legal**

(LEXIS, s.f) Menciona que el Reglamento Control y Funcionamiento

Establecimientos Farmacéuticos consiste en:

Acuerdo Ministerial 813

Registro Oficial 513 de 23-ene.-2009

Última modificación: 28-feb.-2015

Estado: Vigente

LA MINISTRA DE SALUD PÚBLICA

Considerando:

Que, el artículo 151 de la Constitución de la República del Ecuador, dispone a las ministras y ministros de Estado que representarán al Presidente de la República en los asuntos propios del Ministerio a su cargo;

Que, la Constitución en su artículo 361 manda que el Estado ejercerá la rectoría del sistema nacional de salud a través de la autoridad sanitaria nacional y será responsable entre otras competencias de: normar, regular y controlar todas las actividades relacionadas con la salud, así como el funcionamiento de las entidades del sector salud;

Que, el Art. 130 de la Ley Orgánica de Salud, dispone que los establecimientos sujetos a control sanitario para su funcionamiento deberán contar con el permiso otorgado por la autoridad sanitaria nacional;

Que, la ley ibídem en el Art. 131 establece que el cumplimiento de las normas de buenas prácticas de manufactura, almacenamiento, distribución, dispensación y farmacia será controlado y certificado por la autoridad sanitaria nacional;

### **DE LAS FARMACIAS**

**Art. 2.-** Las farmacias son establecimientos farmacéuticos autorizados para la dispensación y expendio de medicamentos de uso y consumo humano, especialidades farmacéuticas, productos naturales procesados de uso medicinal, productos biológicos, insumos y dispositivos médicos, cosméticos, productos dentales, así como para la preparación y venta de fórmulas oficinales y magistrales. Deben cumplir con buenas prácticas de farmacia. Requieren para su funcionamiento la dirección técnica y responsabilidad de un profesional químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico.

### **DE LA INSTALACION Y PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO**

**Art. 13.-** Los requerimientos del local, saneamiento ambiental y seguridad son los siguientes:

- a) El local estará destinado exclusivamente para la farmacia y no para otra actividad o vivienda;
- b) Deberá poseer luz natural y artificial suficiente y una ventilación adecuada;

- c) Los pisos del local deben ser impermeables y lisos, de baldosa, vinyl u otro material que pueda lavarse, paredes de superficie lisa y adecuadamente pintadas o tratadas con material impermeabilizante;
- d) El cielo raso ofrecerá una superficie lisa y limpia;
- e) Deberá poseer una ventanilla para atención nocturna al público cuando deba cumplir con los turnos establecidos;
- f) Instalación y aprovisionamiento de agua potable de acuerdo a las disposiciones sanitarias;
- g) Batería sanitaria y lavabo de manos, convenientemente aislados del área de trabajo y en buen estado de funcionamiento;
- h) Dispositivos adecuados para la eliminación de desechos, con su respectiva tapa;
- i) Ventanas protegidas con malla anti-insectos, cuando sea necesario;
- j) Instalación eléctrica indirecta o aislada, de acuerdo a lo establecido convencionalmente;
- k) Extintor de incendios; y,
- l) Rótulo con el nombre de la farmacia, y otro letrero adicional, luminoso, con la palabra TURNO, ubicado en el exterior del local y en un sitio visible.

**Art. 14.-** Las áreas o ambiente físico de las farmacias serán utilizadas para el propósito a que están destinados y son los siguientes:

**1. Área de atención al público,** debe ser de fácil acceso, con una superficie adecuada al volumen de servicio que preste, constará de:

- a) Perchas o vitrinas apropiadas y en número suficiente, para los medicamentos, rotuladas conforme corresponde a las buenas prácticas de almacenamiento;
- b) Perchas o vitrinas ubicadas en ambientes separados y debidamente rotulados para medicamentos homeopáticos y productos naturales de uso medicinal; y,
- c) Perchas o vitrinas para exhibición de cosméticos, perfumes, productos higiénicos y de tocador, separadas de las de medicamentos.

## **2. Áreas auxiliares integradas por las siguientes secciones:**

- a) Para recetario (elaboración de fórmulas magistrales), si cuenta con la autorización correspondiente para este fin, que debe disponer de los materiales que se indican en el anexo respectivo. El área de recetario debe poseer un lavabo instalado en un sitio conveniente y con el suministro necesario de agua para lavado de envases y utensilios; y,
- b) Bodega para almacenamiento de productos farmacéuticos, envases y demás productos destinados al aprovisionamiento de la farmacia, que debe disponer de perchas y anaqueles para mantenerlos protegidos y clasificados debidamente.

**Art. 15.-** Adicionalmente a lo señalado en los artículos precedentes, toda farmacia deberá contar con:

- a) Fechador y sello con el nombre y dirección de la farmacia;
- b) Facturas y/o notas de venta legalmente autorizadas por el Servicio de Rentas Internas, SRI;
- c) Listas oficiales de precios a disposición permanente del público;

d) Archivo de recetario. Todas las recetas antes de su archivo, deberán tener el sello de despacho y la respectiva fecha;

e) Archivo para recetas de estupefacientes y psicotrópicos; y,

f) Mandiles de color blanco para uso diario del personal que labora en la farmacia.

**Art. 16.-** Las farmacias poseerán textos de consulta profesional, leyes, reglamentos y libros de control, como los siguientes:

- Ley Orgánica de Salud y leyes conexas, Reglamento de Control y Funcionamiento de Establecimientos Farmacéuticos y más regulaciones relacionadas con las actividades de los establecimientos farmacéuticos.
- Ley de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas.
- Lista de sustancias estupefacientes y psicotrópicas controladas.
- Cuadro nacional de medicamentos básicos vigente.
- Lista de precios oficiales de medicamentos de laboratorios nacionales y extranjeros.
- Farmacopeas oficiales.
- Textos de farmacología.
- Diccionarios de especialidades farmacéuticas

#### **Ministerio de Salud Pública - Requisitos**

- Solicitud al Sr. Director Provincial de Salud
- Verificar la existencia de cupo en el área de salud en la que desea instalar la Farmacia.

(Coordinación de Vigilancia sanitaria). Válido también para Farmacias ubicadas en el interior de supermercados o comisariatos.

- Autorización para instalación, extendida por el señor Director Provincial de Pichincha
- Plano del Local Escala: 1:50. m
- Croquis de ubicación del local.
- Solicitud para permiso de funcionamiento
- Planilla de inspección
- Récord Policial ( propietario )
- Licencias de Estupefacientes y Psicotrópicos emitida por el Instituto Nacional de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez.
- Copia del título del Químico o Bioquímico farmacéutico (opción farmacia y tecnología farmacéutica, registrados en el Ministerio de Salud Pública).
- Copia del Certificado del título emitido por el CONESUP
- Certificado de buenas prácticas de dispensación de medicamentos.
- Contrato de trabajo con el Químico Farmacéutico o Bioquímico Farmacéutico, en el que conste 20 horas mensuales.
- Copia RUC del establecimiento.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- Copias del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

## 2.02 Entorno Local

Según Torreblanca, F. (2014). Menciona que: “El microentorno está referido a aquellos factores que son en parte controlables por parte de la empresa“. (parr.2).

Los factores fundamentales que componen el microentorno son:

- 1. Proveedores:** Son aquellas empresas que proporcionan recursos a la empresa para comercializar los bienes y servicios. Las variables que afectan de una manera más directa son: número de proveedores, tamaño del proveedor, poder de negociación y poder de mercado
- 2. Competidores directos:** Una empresa debe proporcionar mayor valor y satisfacción a sus clientes, por lo tanto no es suficiente adaptarse a las necesidades del público objetivo, sino ser mejor que los demás.
- 3. Clientes:** Son la razón de ser de la empresa, es con los que se negocia todos los términos comerciales para mantener una relación que aporte valor.
- 4. Intermediarios:** Son las compañías o personas que ayudan a la empresa para la promoción, venta y distribución de bienes y servicios.
- 5. Stakeholders:** Es con quien se mantiene diferentes tipos de relación en función del papel que cada uno desempeñe. En este grupo contamos con: accionistas, asociaciones empresariales o de otro tipo, empleados, gobierno local o regional, inversores, medios de comunicación, ONGs, sindicatos, etc. (parr.3).

## LAS 5 FUERZAS DE PORTER

El análisis de las cinco fuerzas de Porter según Gómez, E. (s.f). “Es un modelo estratégico elaborado por el ingeniero y profesor Michael Porter de la Escuela de Negocios Harvard, en el año 1979. Este modelo establece un marco para analizar el nivel de competencia dentro de una industria, y poder desarrollar una estrategia de negocio“. (parr.1).

### 02.02.01 Amenaza de entrada de nuevos competidores

Hernández, J. (2011). Argumenta que “Se considera que es un sector en el que se conoce que el rendimiento del capital invertido es superior a su costo, la llegada de empresas interesadas en participar del mismo será muy grande y rápida, hasta aprovechar las oportunidades que ofrece ese mercado“. (parr.12).

La farmacia “San José” respecto a este punto considera que está en la capacidad de crear barreras que impidan la entrada de nuevos competidores o a su vez retrasar su llegada al mercado aplicando ciertas barreras para la competencia como:

- **Diferenciación de servicio:** Para la Farmacia “San José”, ofrecer un servicio diferenciador consiste en contar con personal que tenga conocimiento y aplique valores como la amabilidad, respeto, paciencia además brindar buen trato, buena atención que es esencial para que el cliente se sienta en armonía.

### 2.02.02 Amenaza de productos sustitutos.

Hernández, J. (2011). Menciona que los productos sustitutos “son aquellos que realizan las mismas funciones del producto en estudio. Constituyen también una fuerza que determina el atractivo de la industria, de esta manera pueden reemplazar los productos y servicios que se ofrecen o bien representar una alternativa para satisfacer la demanda”. (parr.27).

Los productos sustitutos en relación a la Farmacia San José, no representan riesgo debido a que los productos que se ofrecen en dicha farmacia son medicamentos, en comparación con productos sustitutos que son los productos naturales que no cumplen el mismo efecto farmacológico que un medicamento tradicional, pero es importante considerar que existen personas que creen que los productos naturales tienen efectos en su salud por lo cual se considerara que en la Farmacia “San José” se venderá medicamentos y productos naturales esto se lo podría hacer a través de un laboratorio como lo es “Nature’s Garden”, de esta manera los productos sustitutos representan una OPORTUNIDAD para la Farmacia San José.



*Figura 1:* Nature’s Garden  
*Elaborado por:* Thalía Apunte  
*Fuente:* Google

## 2. 02.03 Poder de negociación de los proveedores

Hernández, J. (2011). Menciona que esta fuerza hace referencia a “la capacidad de negociación con que cuentan los proveedores, quienes definen en parte el posicionamiento de una empresa en el mercado, de acuerdo a su poder de negociación con quienes les suministran los insumos para la producción de sus bienes”. (parr.29).

Los proveedores pueden afectar de diferentes maneras a la farmacia San José, amenazando con incrementar el precio por los diferentes valores agregados y factores externos como es la inflación.

Para la farmacia “San José” representa una AMENAZA debido a que no se puede inferir en los precios a menos que la farmacia adquiriera mayor volumen de medicamentos y esto le permita generar promociones, es así como en la Farmacia se obtendrá mayor promoción cuando su volumen de compra sea mayor, mientras que si el volumen de compra es menor obtendrá menos promoción, para adquirir medicamentos en mayor volumen implica tener recurso económico con el que solvente dicha adquisición que va a ser inferior en comparación con las cadenas de farmacias que adquieren medicamentos en mayor proporción debido al número de farmacias que existen en el país, es importante entender que promoción es diferente a

precio los proveedores manejan un precio establecido, lo que pueden ofrecer extra es promociones y descuentos y no un precio menor.

Los proveedores que tendrá a disposición la farmacia “San José” son:

**Tabla 8: Lista de Distribuidores Farmacéuticos**

Quifatex	Medicamenta
Difare	Bágo
Genfar	Sanofi Aventis
Pfixer	MERCK
Bayer	ATLAS
Novartis	Grünenthal

*Elaborado por:* Thalía Apunte

*Fuente:* Ministerio de Salud Pública

#### **2.02.04 Poder de negociación de los clientes**

Hernández, J. (2011). Menciona “La competencia en un sector industrial está determinada en parte por el poder de negociación que tienen los clientes con las empresas que producen el bien o servicio”. (parr.34).

El poder de negociación con los clientes en la farmacia San José no será un riesgo porque, la farmacia generara una relación benéfica tanto para el proveedor como para el comprador, dando así un equilibrio para las dos partes, estableciendo así estrategias de servicio que a los clientes le aporten bienestar y se sientan comprometidos con la Farmacia “San José”, adicionando a esto un valor agregado como lo es la dispensación dando así al cliente un plus de información para que

asegure su salud con respecto a dosificación, aprovechar del momento de compra para informar sobre promociones a lo largo del mes, esto representaría una OPORTUNIDAD para la Farmacia “San José” .

#### **2.02.05 Rivalidad entre competidores**

Hernández, J. (2011). Menciona que “La rivalidad entre competidores está en el centro de las fuerzas y es el elemento más determinante del modelo de Porter. Es la fuerza con que las empresas emprenden acciones, de ordinario, para fortalecer su posicionamiento en el mercado y proteger así su posición competitiva a costa de sus rivales en el sector”. (parr.40).

La rivalidad entre competidores define la rentabilidad de un sector, cuando exista menor competencia habrá más rentabilidad, mientras que si existe competencia habrá menos rentabilidad.

Para la Farmacia San José, la rivalidad entre competidores representa una OPORTUNIDAD debido a la inexistencia de competencia directa en el Barrio “San José”, de tal forma que la población optara por comprar en su mismo Barrio que salir a las parroquias de Pifo o Puembo que representan un gasto económico y de tiempo.

## 2.03 Análisis Interno

### 2.03.01 Cadena de Valor

Se debe tomar en cuenta que para la realización de la cadena de valor debe existir un negocio en el mercado, se considera realizar la cadena de valor para el proyecto con el fin de analizar los puntos más relevantes en Farmacia.

### ACTIVIDADES PRIMARIAS

**Tabla 9: Logística Interna**

LOGISTICA INTERNA	PERFIL COMPETITIVO				IMPORTANCIA	POSICIÓN COMPETITIVA
	1	2	3	4		
1. Pedidos de medicamentos				X	25%	100
2. Coordinación de entrega			X		15%	45
3. Recepción de medicamentos		X			15%	30
4. Verificación de mercadería				X	20%	80
5. Ingreso al sistema				X	25%	100
						<b>355</b>

*Elaborado por:* Thalía Apunte

### Análisis

Se puede analizar que en Logística Interna se tiene un total de 355 puntos.

**Tabla 10: Operaciones**

OPERACIONES	PERFIL COMPETITIVO				IMPORTANCIA	POSICIÓN COMPETITIVA
	1	2	3	4		
1. Políticas del personal			X		20%	60
2. Políticas de aseo				X	25%	100
3. Políticas de caducado				X	20%	80
4. Políticas de devoluciones			X		15%	45
5. Inventarios				X	30%	120
						<b>405</b>

*Elaborado por:* Thalía Apunte

**Análisis:** Se puede analizar que en Operaciones se tiene un total de 405 puntos.

**Tabla 11: Logística Externa**

LOGISTICA EXTERNA	PERFIL COMPETITIVO				IMPORTANCIA	POSICIÓN COMPETITIVA
	1	2	3	4		
1. Costo de los medicamentos			X		20%	60
2. Formas de cobro				X	30%	120
3. Atención al cliente				X	30%	120
4. Entrega de medicamentos			X		20%	60
						<b>360</b>

*Elaborado por:* Thalía Apunte

**Análisis:** Se puede analizar que en Logística Externa se tiene un total de 360 puntos.

**Tabla 12: Marketing y Ventas**

MARKETING Y VENTAS	PERFIL COMPETITIVO				IMPORTANCIA	POSICIÓN COMPETITIVA
	1	2	3	4		
1. Descuentos			X		25%	75
2. Promociones				X	20%	80
3. Publicidad				X	25%	100
4. Información		X			10%	20
5. Precios competitivos			X		20%	60
						<b>335</b>

*Elaborado por:* Thalía Apunte

**Análisis:** Se puede analizar que en Marketing y ventas se tiene un total de 335 puntos.

### ACTIVIDADES DE APOYO

**Tabla 13: Infraestructura**

INFRAESTRUCTURA	PERFIL COMPETITIVO				IMPORTANCIA	POSICIÓN COMPETITIVA
	1	2	3	4		
1. Departamento administrativo			X		40%	120
2. Dep. Operativo Comercial				X	60%	240
						<b>360</b>

*Elaborado por:* Thalía Apunte

**Análisis:** Se puede observar que en Infraestructura se tiene un total de 360 puntos.

**Tabla 14: Recursos Humanos**

RECURSOS HUMANOS	PERFIL COMPETITIVO				IMPORTANCIA	POSICIÓN COMPETITIVA
	1	2	3	4		
1. Contratos			X		25%	75
2. Incentivos		X			15%	30
3. Evaluaciones de desempeño			X		30%	90
4. Capacitaciones				X	30%	120
						<b>315</b>

*Elaborado por:* Thalía Apunte

**Análisis:** Se puede observar que en Recursos Humanos se tiene un total de 315 puntos.

**Tabla 15: Desarrollo Tecnológico**

DESARROLLO TECNOLÓGICO	PERFIL COMPETITIVO				IMPORTANCIA	POSICIÓN COMPETITIVA
	1	2	3	4		
1. Normas ISO			X		50%	150
2. Sistema Operativo				X	50%	200
						<b>350</b>

*Elaborado por:* Thalía Apunte

**Análisis:** Se puede determinar que en Desarrollo Tecnológico se tiene un total de 350 puntos.

**Tabla 16: Abastecimiento**

ABASTECIMIENTO	PERFIL COMPETITIVO				IMPORTANCIA	POSICIÓN COMPETITIVA
	1	2	3	4		
1. Suministros Farmacéuticos				X	100%	400
						<b>400</b>

*Elaborado por:* Thalía Apunte

**Análisis:** Se puede determinar que en Abastecimiento se tiene un total de 400 puntos.

### 2.03.02 Propuesta Estratégica



**Figura 2: Logo**  
*Elaborado por:* Thalía Apunte  
*Fuente:* Propia

Brindar un manejo eficiente, organizado y de calidad de los recursos que posee la farmacia, además tener precios competitivos en el sector y un excelente servicio.

- Brindar capacitaciones al personal cada 3 meses para de esta manera prepararlos en conocimiento y atención al cliente.
- Realizar evaluaciones periódicas al personal para garantizar una dispensación eficaz.
- Incentivar al trabajo en equipo, para cumplir un objetivo común.
- Motivar al personal para que su rendimiento sea aún mejor y de esta forma evidenciar resultados.
- Determinar los precios más accesibles para la farmacia "San José", verificando la oferta de los proveedores.

#### **2.03.02.01 Misión**

La Farmacia San José es una empresa dedicada a la venta de productos medicinales y naturales que brinden calidad de vida a la población, garantiza una dispensación con información pertinente y buen trato, que lo caracteriza de la competencia.

#### **2.03.02.02 Visión**

Ser una farmacia con alta eficiencia en comercialización de medicamentos y productos de salud, en los próximos 5 años ser reconocido en el Barrio "San José" por clientes, profesionales y entorno social como una excelente organización.

Posicionarse como la mejor farmacia con diferenciación de atención al cliente que sirva como referencia para alcanzar el reconocimiento y confianza de la población.

### **2.03.02.03Objetivos**

#### **2.03.02.03.01Objetivo General**

- Asegurar una dispensación con información adecuada al paciente sobre cualquier tipo de medicamentos y productos sanitarios, además brindarle al cliente una oferta de productos con precios competitivos para la comunidad.

#### **2.03.02.03.02ObjetivosEspecíficos**

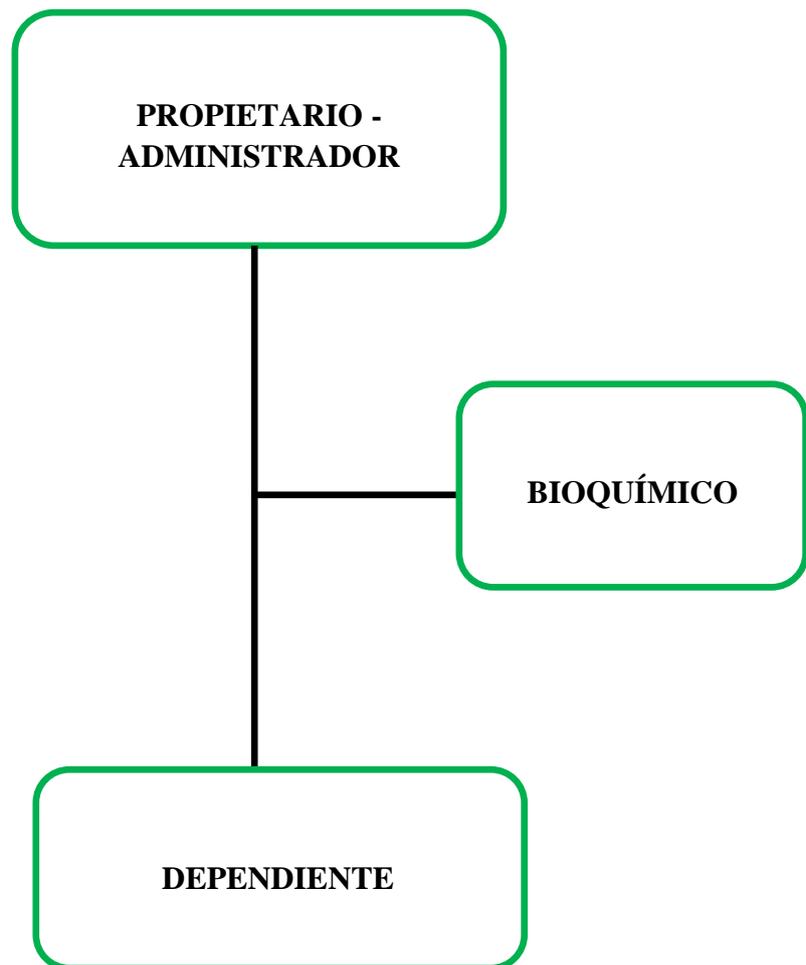
- Capacitar al personal, en búsqueda de su mejora en el desempeño laboral.
- Suministrar en forma eficiente y adecuada los medicamentos y productos destinados a la conservación de la salud de la población.
- Adquirir medicamentos y productos de calidad que brinden al cliente seguridad.
- Realizar pruebas de evaluación al personal.

#### 2.03.02.04 Principios y/o valores

- **Honestidad:** Ser sincero con lo que ofrece y vende, siempre pensando en el bienestar de los clientes.
- **Compromiso:** La farmacia San José se siente comprometida con sus clientes en cumplir con lo que propone referente a calidad en sus productos y precios competitivos.
- **Respeto:** Los clientes serán atendidos sin importar su condición social, y siempre acogiendo sus opiniones en búsqueda de la mejora continúa.
- **Colaboración:** Trabajar de forma colaborativa entre el personal de la farmacia y con los clientes y proveedores, para de esta forma tener un beneficio en común.
- **Excelencia en el servicio** satisfaciendo las necesidades y requerimientos de nuestros clientes con el fin de ofrecer un servicio efectivo.

### 2.03.03 Gestión Administrativa

**Cuadro 1: Organigrama**

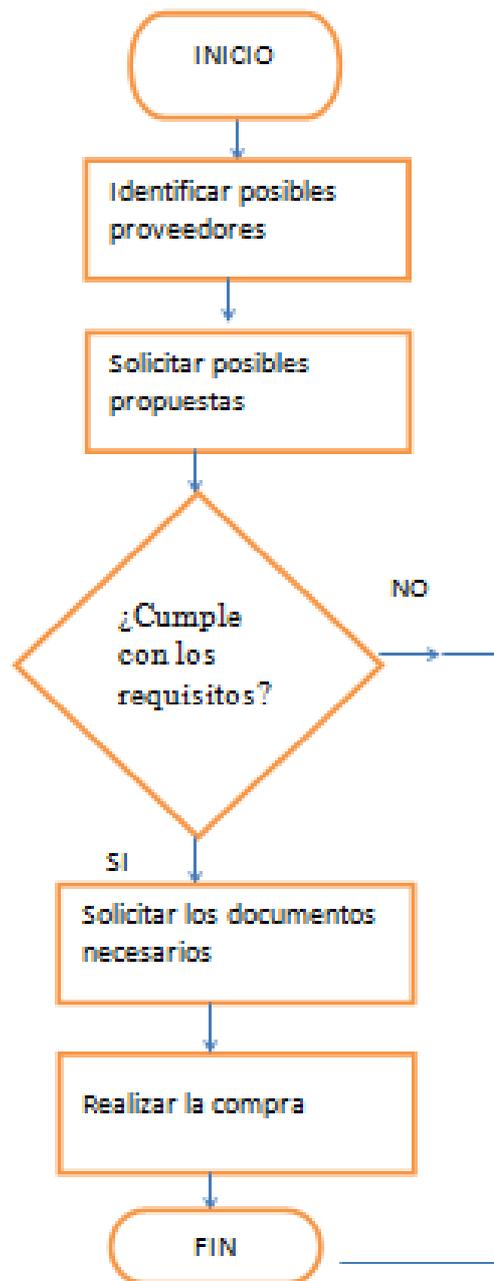


*Elaborado por:* Thalía Apunte

*Fuente:* Investigación propia

### 2.03.04 Gestión Operativa

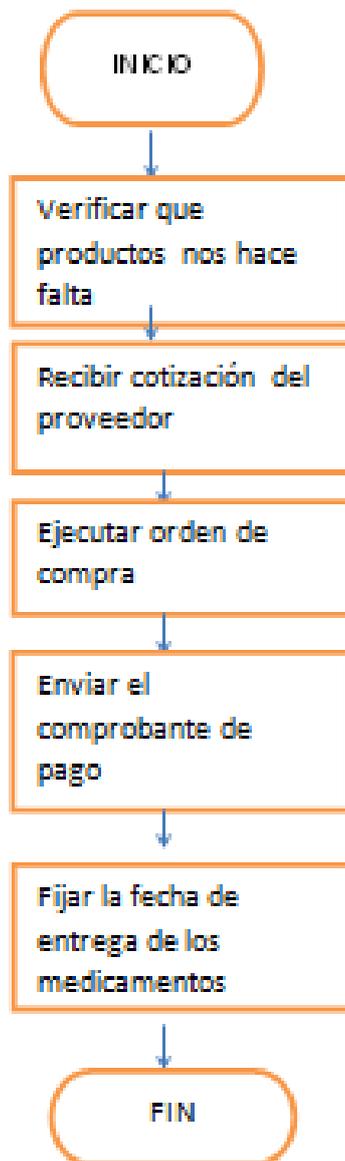
**Cuadro 2: Selección de Proveedores**



*Elaborado por:* Thalía Apunte

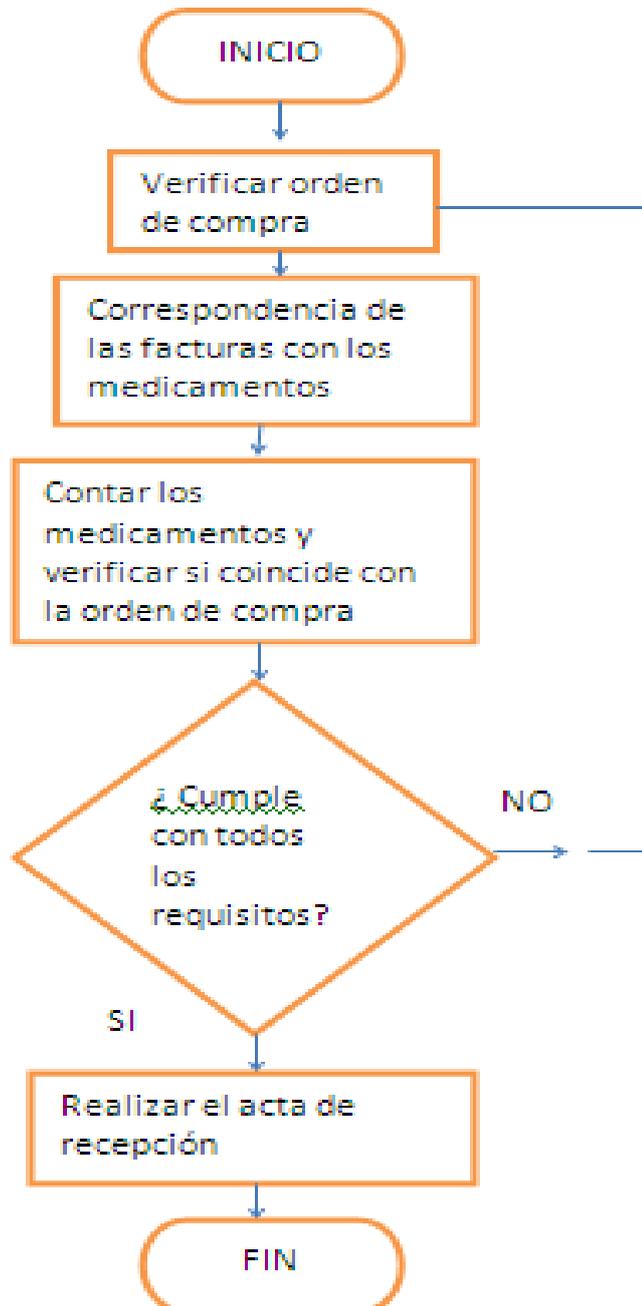
*Fuente:* Investigación propia

### Cuadro 3: Adquisición



*Elaborado por:* Thalía Apunte  
*Fuente:* Investigación propia

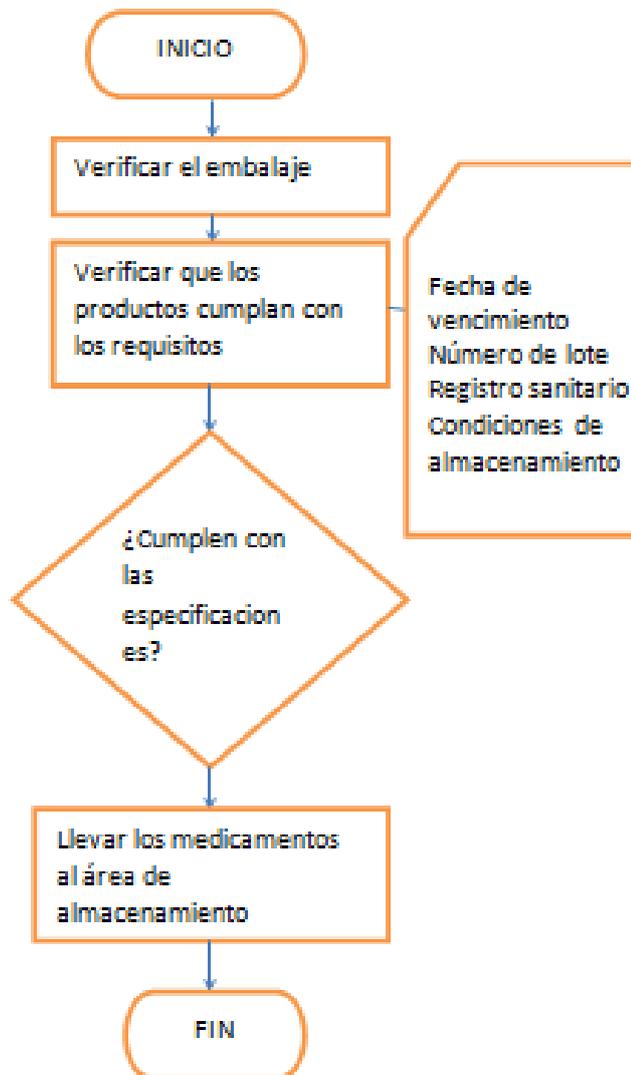
**Cuadro 4: Recepción Administrativa**



*Elaborado por:* Thalía Apunte

*Fuente:* Investigación propia

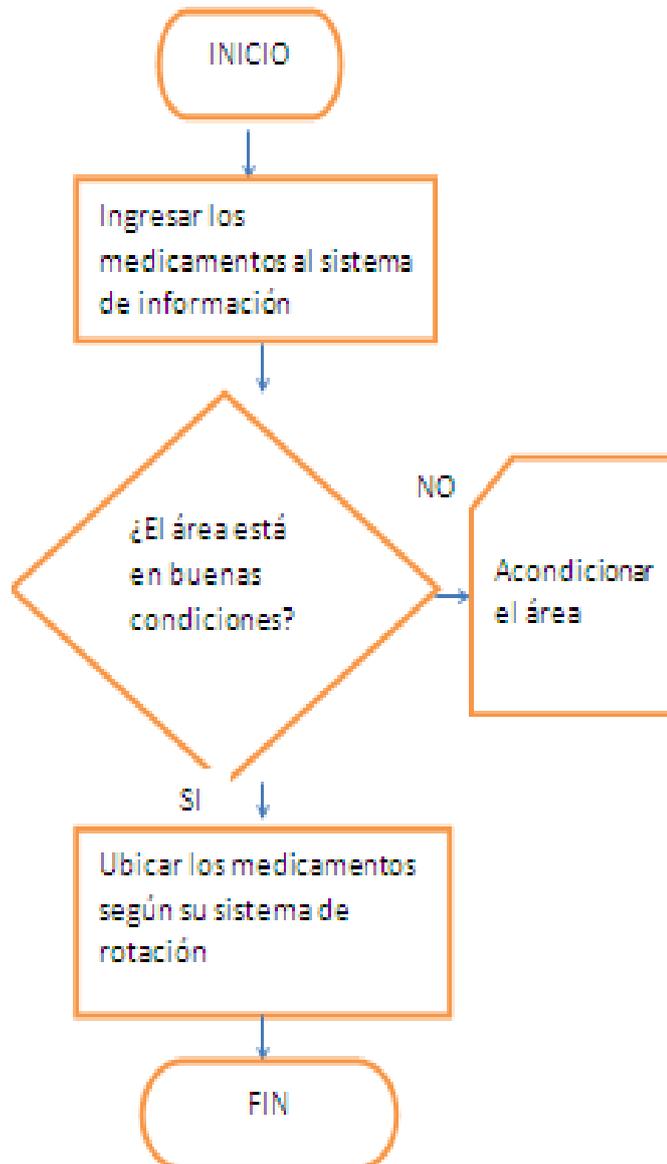
**Cuadro 5: Recepción Técnica**



*Elaborado por:* Thalía Apunte

*Fuente:* Investigación propia

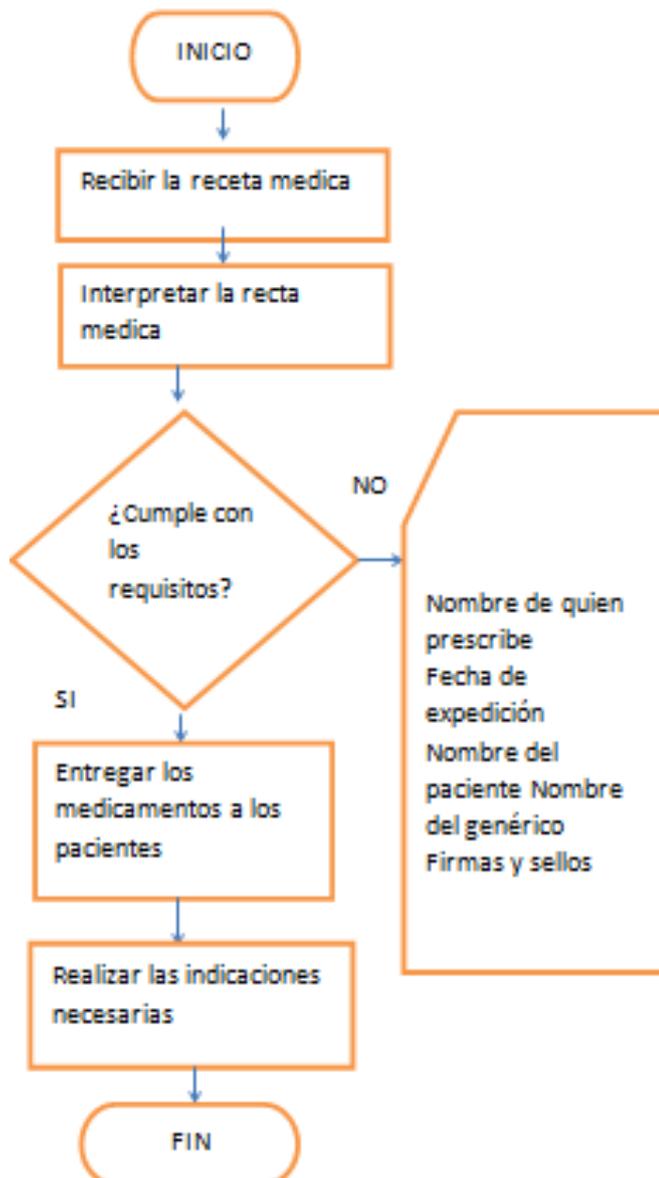
### Cuadro 6: Almacenamiento



*Elaborado por:* Thalía Apunte

*Fuente:* Investigación propia

### Cuadro 7: Dispensación



*Elaborado por:* Thalía Apunte  
*Fuente:* Investigación propia

## 2.03.05 Gestión Comercial

### 1. Producto

PMFARMA (Portal Iberoamericano de Marketing Farmacéutico). (2013). Menciona que:

Cuando se habla de producto, se incluye diferentes aspectos como: composición, formulación, presentación, packaging (envase primario, envase secundario), marca y todas las características que lo convierten en un elemento diferencial respecto a otros similares que existen en el mercado. (párr2).

La elección de productos y medicamentos se la hace detenidamente, con un estudio previo que permita verificar cual será la mejor oferta tanto en precio como en calidad, para de esta manera ofrecer a los pobladores de "San José" un servicio y diversidad de productos que cubran sus necesidades, garantizando así el bienestar de los pobladores de "San José", con la dispensación de productos que permitan la satisfacción de sus clientes.

## 2. Precio

PMFARMA (Portal Iberoamericano de Marketing Farmacéutico). (2013). Menciona que:

Para los medicamentos de prescripción, el precio lo determina la Administración. Este precio es invariable durante la vida del producto, mientras el medicamento está bajo la protección de la patente. No obstante, el precio forma una parte esencial de la oferta de un producto farmacéutico. (párr.3).

La importancia que el precio ocupa en el sector farmacéutico es elevada, debido a que los diferentes investigadores que son los Laboratorios tienen sus protecciones legales que son llamadas patentes, cuando las patentes terminan los laboratorios tienen la obligación de entregar la fórmula original al mercado por lo cual varios competidores del mercado pueden hacer uso del mismo y convertirlos en otro producto comercial o en un producto genérico que es la denominación del principio activo, cuando un producto genérico es vendido como su principio activo sufre un decremento en su precio.

Analizando ciertos factores externos se debe garantizar a la población de “San José” precios competitivos, que brinden satisfacción y conformidad, por la adquisición de diversidad de medicamentos entre genéricos y de marca, también productos naturales.

### 3. Plaza

PMFARMA (Portal Iberoamericano de Marketing Farmacéutico). (2013). Argumenta que Plaza “Es el canal por el cual el producto se hace llegar al cliente. Para la mayoría de medicamentos con receta, la distribución se realiza exclusivamente mediante los mayoristas farmacéuticos y las oficinas de farmacia”. (párr.4).

La Plaza es el primer factor que considera el cliente al momento de su compra se refiere a tener un lugar adecuado para la farmacia de manera que ayude a comercializar los bienes y servicios, y así evitar que la gente tenga que salir a otros lugares y tener un desgaste de tiempo y dinero.

Para los pobladores del barrio “San José” el ubicar la farmacia en su barrio ya es una satisfacción debido a que las personas hoy en día buscan la mayor comodidad en tiempo y recurso económico y al momento de la compra lo que ven primero es el lugar donde van a comprar mientras más cerca sea es mejor para ellos adquirir el medicamento o productos que la farmacia ofrece, después analizara el producto que necesita luego vendrá el precio y por último la promoción, se debe tomar en cuenta que las 4<sup>ps</sup> son importantes en el momento de la compra, sea donde sea que este ubicada la farmacia.

#### 4. Promoción

PMFARMA (Portal Iberoamericano de Marketing Farmacéutico). (2013). Menciona que:

Se incluye en este apartado todas las actividades dirigidas a dar a conocer el producto, sus características, sus beneficios y sus ventajas a los clientes. Los medicamentos con receta solo se pueden promocionar a los profesionales sanitarios que prescriban o dispensen el producto. Fundamentalmente son los médicos y farmacéuticos, aunque la enfermería puede jugar un papel importante en determinados tipos de medicamentos, con un reconocimiento explícito en la prescripción de algunos principios activos.(párr.5).

La actividad de promoción que se tiende a realizar en “San José” es la creación de volantes que presente información sobre descuentos que se realizaran cada 15 días, así como la utilización de páginas Web que permitan la presentación de productos y servicio, aportando con esto la comunicación entre la farmacia y los clientes, permitiendo informar de las promociones que se tendrán a lo largo del año y así tengan una visita constante a el negocio.

Realizar Planes de medicación frecuente que va dirigido a personas que tienen una enfermedad crónica y así brindar un mejor estilo de vida para dicha enfermedad, estas personas necesitan seguir un tratamiento continuo con medicamentos especiales esta es una estrategia de venta, que permite promocionar el medicamento por ejemplo por la compra de dos cajas la tercera es gratis, esto permitirá atraer al cliente.

De esta manera la Farmacia “San José”, ofrecerá promoción en 2 grandes segmentos:

**1. Productos de venta libre:** son productos fáciles de impulsar, entre ellos están los productos naturales, productos de limpieza, productos de aseo personal, productos de bebe, entre otros.

**2. Medicación:** Este se maneja mediante la dispensación, cuando el dependiente ofrece información por el medicamento que va a vender, y adicional se generan planes de medicación frecuentes para personas con enfermedades crónicas que siempre necesitaran seguir un tratamiento.

Entre las promociones ofrecidas se darán regalos:

En navidad por la compra de \$45 dólares en medicamentos, lleva un refrescante bucal.



**Figura 3:** Refrescante bucal  
*Elaborado por:* Thalía Apunte  
*Fuente:* Propia

En San Valentín por la compra de \$30 dólares en medicamentos y productos farmacéuticos, lleva un llavero.



**Figura 4:** Llavero  
*Elaborado por:* Thalía Apunte  
*Fuente:* Propia

El 8 de marzo por la compra de \$25 dólares en productos de aseo personal y cosméticos lleva un labial.



**Figura 5:** Labial  
**Elaborado por:** Thalía Apunte  
**Fuente:** Propia

En el día del padre y de la madre por la compra de \$35 dólares en productos farmacéuticos y de autoservicio, lleva una tasa.



**Figura 6:** Tasa  
**Elaborado por:** Thalía Apunte  
**Fuente:** Google

### **2.03.08 FODA**

El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. Thompson (1998) establece que el análisis FODA estima el hecho que una estrategia tiene que lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación de carácter externo; es decir, las oportunidades y amenazas.

#### **PARTE INTERNA**

Matriz MEFI que significa Matriz de Evaluación de Factores Internos, verifica las Fortalezas y Debilidades de una organización.

#### **PARTE EXTERNA**

Matriz MEFE que significa Matriz de Evaluación de Factores Externos, verifica las Oportunidades y Amenazas de una organización.

**Tabla 17: MEFI**

<b>MEFI FARMACIA "SAN JOSÉ"</b>			
<b>FACTOR A ANALIZAR</b>	<b>PESO</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>PESO PONDERADO</b>
<b>FORTALEZAS</b>			
1. Utilización de redes sociales ayudan a promocionar los medicamentos mediante el internet.	0,12	3	0,36
2. Personal competente con conocimiento.	0,10	4	0,40
3. Cuenta con una fuente de financiamiento.	0,13	3	0,39
4. Buena ubicación del local	0,12	4	0,48
5. Variedad de stock en productos sustitutos.	0,07	3	0,21
6. Sistema Operativo permite ofrecer el mejor servicio al cliente.	0,10	4	0,40
7. Control de inventario para el funcionamiento eficaz de la farmacia	0,10	4	0,40
<b>TOTAL</b>			<b>2,64</b>
<b>DEBILIDADES</b>			
1. No existe suficiente formas de cobro	0,09	3	0,27
2. Poco capital físico	0,09	3	0,27
3. Alto costo de productos que no permiten ser competitivos.	0,08	3	0,24
<b>TOTAL</b>			<b>0,78</b>
<b>TOTAL</b>			<b>3,42</b>

*Elaborado por:* Thalía Apunte

*Fuente:* Investigación propia

---

## ANÁLISIS

La ponderación total de la Matriz es de 3,42 de este valor el 2,64 corresponde a las fortalezas y el 0,78 corresponde a las debilidades que posee la farmacia “San José”, de esta manera se puede observar que las fortalezas son mayores a las debilidades y por esta razón es más fácil para la farmacia reducir las debilidades para tener un mejor aprovechamiento de las fortalezas y de los recursos para lograr un mejor resultado.

**Tabla 18: MEFE**

<b>MEFE FARMACIA "SAN JOSÉ"</b>			
<b>FACTOR A ANALIZAR</b>	<b>PESO</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>PESO PONDERADO</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>			
1. Disponibilidad de cupos para farmacias otorgado por el ARCSA.	0,16	4	0,64
2. Inexistencia de competencia directa.	0,14	3	0,42
3. Fidelización con los clientes por el servicio brindado.	0,15	3	0,45
4. El porcentaje de ganancia será superior a la Tasa de Interés Pasiva que dan los bancos.	0,17	3	0,51
5. Generar precios competitivos con laboratorios "Nature's Garden".	0,13	3	0,39
<b>TOTAL</b>			<b>2,41</b>
<b>AMENAZAS</b>			
1. La inflación es un factor que influye la subida de precios de los bienes y servicios que comercializa la farmacia.	0,08	3	0,24
2. La tasa de interés activa presentara mayor cantidad del pago de interés por préstamos.	0,09	3	0,27
3. Desempleo influye en el poder de compra con el que no cuenta una determinada cantidad de personas.	0,08	3	0,24
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>0,75</b>
<b>TOTAL</b>			<b>3,16</b>

*Elaborado por:* Thalía Apunte

*Fuente:* Investigación propia

## ANÁLISIS

La ponderación total de esta matriz es de 3,16 nos da un resultado de 2,41 que corresponde a las Oportunidades y 0,75 que corresponde a las Amenazas que tiene la farmacia “San José”, es favorable debido a que las oportunidades tienen mayor ponderación que las amenazas lo que quiere decir que las amenazas se están haciendo a un lado para concentrarse en las oportunidades.

**Tabla 19: FODA**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Utilización de redes sociales ayudan a promocionar los medicamentos mediante el internet.</li> <li>2. Personal competente con conocimiento.</li> <li>3. Cuenta con una fuente de financiamiento.</li> <li>4. Buena ubicación del local</li> <li>5. Stock disponible en productos medicinales y sustitutos.</li> <li>6. Sistema Operativo permite ofrecer el mejor servicio al cliente.</li> <li>7. Control de inventario para el funcionamiento eficaz de la farmacia</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Formas de cobro</li> <li>2. Capital físico</li> <li>3. Alto costo de productos que no permiten ser competitivos.</li> </ol>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Disponibilidad de cupos para farmacias otorgado por el ARCOSA.</li> <li>2. Inexistencia de competencia directa.</li> <li>3. Fidelización con los clientes por el servicio brindado.</li> <li>4. El porcentaje de ganancia será superior al de la Tasa de Interés Pasiva que dan los bancos.</li> <li>5. Generar precios competitivos con laboratorios "Nature's Garden".</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La inflación es un factor que influye la subida de precios de los bienes y servicios que comercializa la farmacia.</li> <li>2. La tasa de interés activa presentara mayor cantidad del pago de interés por préstamos.</li> <li>3. Desempleo influye en el poder de compra con el que no cuenta una determinada cantidad de personas.</li> </ol>

*Elaborado por:* Thalía Apunte

*Fuente:* Investigación propia

## CAPÍTULO III

### 3.01 Análisis del Consumidor

Crece Negocios. (2013). Menciona que el análisis del consumidor “consiste en el análisis de las necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamientos de compra y demás características de los consumidores que conforman el mercado objetivo”.(párr.1).

La importancia del análisis del consumidor consiste en conocer las características del Barrio “San José”, para así poder generar estrategias que permitan atender de mejor manera a los clientes, también ayudara a escoger el canal de venta que sea más accesible.

La Farmacia “San José”, está destinada a todo tipo de consumidor debido a los productos y servicio que comercializa, el cual es para generar bienestar a la población especialmente en salud, la característica socio económico que presenta el Barrio “San José” es que está ubicado en un estatus medio, además que los

habitantes de este barrio tienen un nivel de estudio en su gran mayoría del nivel medio secundario es decir Bachiller.

Los ingresos que presenta los habitantes del barrio “San José” son estándar debido al sueldo que recibe que es por lo general el sueldo básico, es importante considerar que el lugar en donde se va a implementar la farmacia ha crecido notablemente y se ha convertido en una zona comercial.

### **3.01.01 Determinación de la muestra y población**

Según Tamayo y Tamayo. (1997). “La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población posee una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación”(P.114).

Balestrini. (2006). señala que: “una muestra es una parte representativa de una población, cuyas características deben producirse en ella, lo más exactamente posible. (p.141)”.

La población que se tomara en cuenta para realizar el proyecto, serán los habitantes del Barrio “San José”, el cual está ubicado entre las Parroquias de Pifo y Puembo, con el pasar del tiempo se ha ido poblando cada vez más debido a la construcción de carreteras en buen estado que lo hace atractivo para vivir.

El muestreo Probabilístico es aquel en el que los elementos son seleccionados en forma individual y para ello se utiliza el muestreo aleatorio simple.

**El muestreo aleatorio simple:** Explorable. (2009). menciona que “es la forma más fácil de muestreo probabilístico. Lo único que el investigador tiene que hacer es asegurarse de que todos los miembros de la población sean incluidos en la lista y luego seleccionar al azar el número deseado de sujetos”. (párr.1).

Para el cálculo de la muestra se utilizará la formula de la población finita es decir menor o igual a 30.000 elementos y su fórmula es:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{e^2 (n-1) + k^2 * p * q}$$

**Donde:**

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

K (z)= Nivel de confianza

P= probabilidad de éxito

q= probabilidad de fracaso

E= Nivel de error o margen de error.

## CÁLCULO DE LA MUESTRA

$$\text{Población} = 2130/4 = 532.5$$

$$K = 99\% = 2,58$$

$$n = \frac{(2,58)^2 * 0,5 * 0,5 * 532,5}{(0,05)^2 * (532,5 - 1) + (2,58)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{886,13}{2,99}$$

$$n = 296,36 = 296$$

### 3.01.02 Técnica de obtención de información

Crece Negocios. (2015). menciona que “Una encuesta es una técnica o método de recolección de información en donde el investigador procede a interrogar de manera verbal o escrita a un grupo de personas con el fin de obtener determinada información necesaria para la investigación”. (párr.1).

El investigador pretende utilizar como técnica de obtención de información a la encuesta por la razón que es la más utilizada para una investigación además representa ventajas en el momento de ejecutarla, como por ejemplo permite obtener

datos confiables debido a que las respuestas se pueden limitar solo a las alternativas planteadas o en determinadas ocasiones que se realizan preguntas que permitan a el encuestado proporcionar información diferente a la planteada, que también es importante para la investigación (Ver anexo 1, página 149).

El tipo de encuesta más conocido al momento de hacer una investigación es la encuesta personal, que es aquella en donde el encuestador interroga de manera directa o personal al encuestado, el total de encuestas a realizar en el barrio “San José” será de 296.

### 3.01.03 Análisis de la información

#### Pregunta N°1

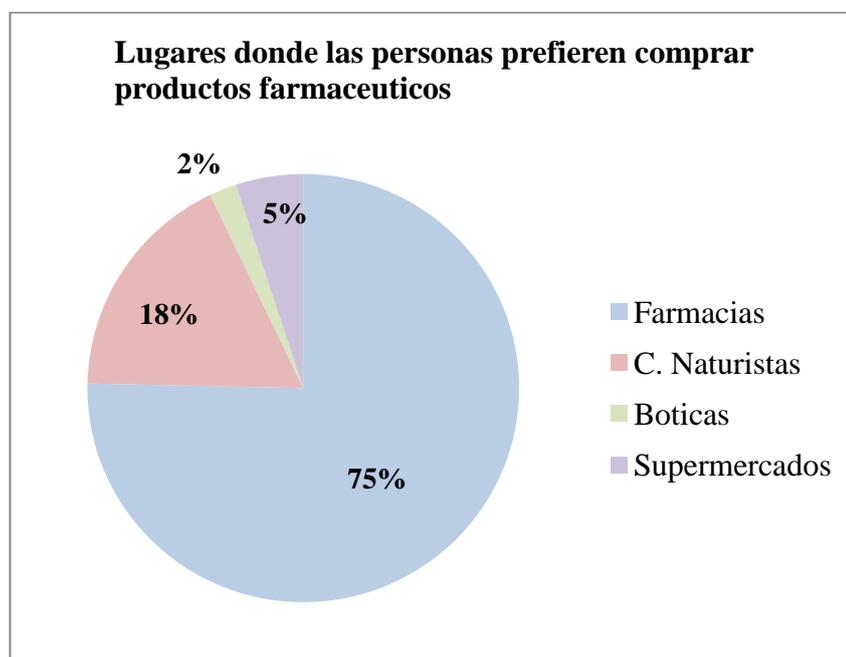
Al momento de adquirir productos farmacéuticos, donde prefiere comprar?

**Tabla 20: Pregunta 1**

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Farmacias	223	75%
C. Naturistas	52	18%
Boticas	6	2%
Supermercados	15	5%
<b>TOTAL</b>	<b>296</b>	<b>100%</b>

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Encuesta



*Gráfico 8:* Pregunta 1

*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* Apunte Thalía

## Análisis

A través de la encuesta realizada a los pobladores del barrio “San José” se pudo evidenciar que las personas al momento de adquirir productos farmacéuticos en épocas pasadas lo realizaban en centros naturistas por la creencia de curación que tenían en ciertos productos, a medida que ha pasado el tiempo se han ido descubriendo medicamentos que según la Organización Mundial de Salud (OMS) son “productos utilizados para auxiliar en la cura, prevención y diagnóstico de enfermedades”, que actualmente se encuentran en farmacias.

Se puede determinar que en el barrio “San José” hay una elevada cantidad de personas que acuden a farmacias por la compra de productos farmacéuticos teniendo un 75% de preferencia; mientras que el 18% de las personas tienen preferencia a los Centros Naturistas que no presentaría riesgo debido a que la farmacia “San José” contara con Nature´s Garden para cubrir las necesidades de las personas que creen en los poderes curativos de estos productos, el 2% prefieren visitar Boticas para adquirir productos farmacéuticos pero hoy en día es muy escaso por el desgaste de tiempo y dinero que representa para su adquisición, el 5% que corresponde a supermercados donde las personas prefieren ir a comprar productos farmacéuticos de venta libre como pueden ser Finalín, paracetamol, etc.

## Pregunta N°2

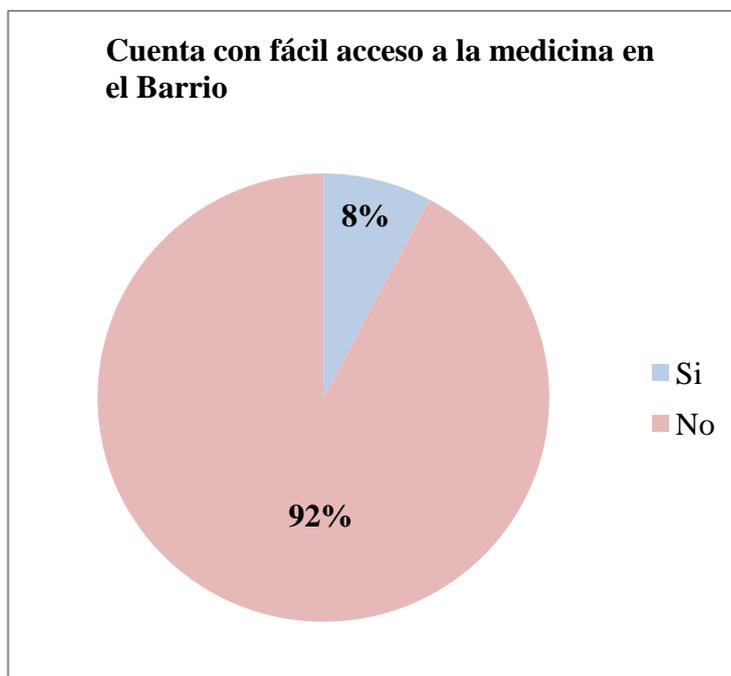
Usted cuenta con fácil acceso a la medicina en el Barrio?

**Tabla 21: Pregunta 2**

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Si	23	8%
No	273	92%
<b>TOTAL</b>	<b>296</b>	<b>100%</b>

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Encuesta



*Gráfico 9:* Pregunta 2

*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* Apunte Thalía

## Análisis

Mediante la encuesta se puede determinar que las personas que habitan en el barrio "San José" no tienen acceso a medicina por motivo que no existe ningún tipo de establecimiento farmacéutico que pueda abastecer a la población.

Lo que normalmente los pobladores del barrio "San José" han venido haciendo desde años anteriores es acudir a las tiendas por medicamentos de venta libre (OTC), pero cuando de medicación frecuente o prescripción médica se trata deben salir a las parroquias de Pifo o Puembo para adquirir dichos medicamentos; es por esta razón que se tendrá gran acogida para la creación de una farmacia en este barrio, debido a que cubrirá las necesidades en salud que el barrio requiere.

Se puede observar que el 8% de la población tiene acceso a medicina en el barrio que representa a medicamentos de venta libre que son los que pueden ofrecer las tiendas, el 92% de la población que considera no tener acceso a medicinas en el barrio representa a medicamentos de uso frecuente y de prescripción médica, que no puede ofrecer ninguna tienda en este caso solo podría cubrir esta necesidad una farmacia.

### Pregunta N°3

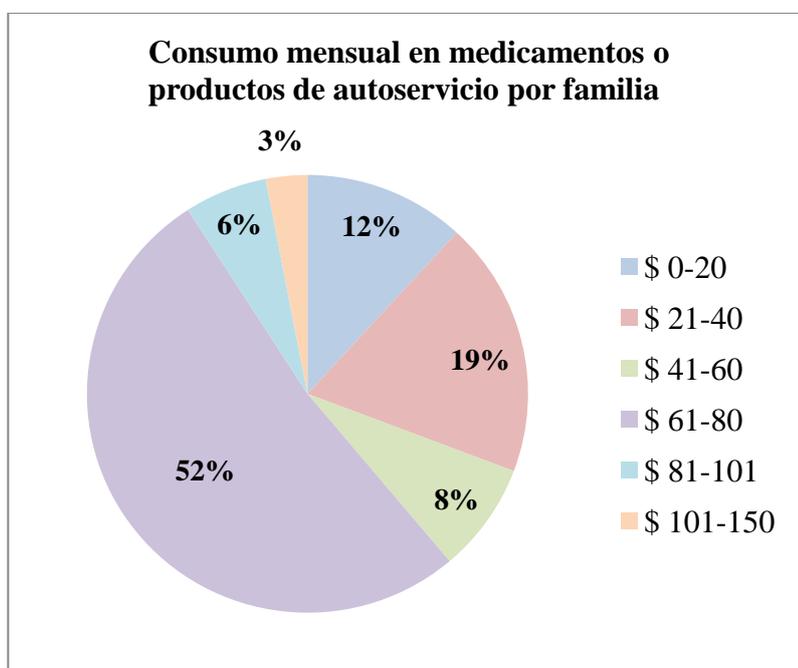
Cuanto consume mensualmente en medicamentos o productos de autoservicio en su familia?

**Tabla 22: Pregunta 3**

Concepto	Cantidad	Porcentaje
\$ 0- 20	35	12%
\$21-40	56	19%
\$41-60	24	8%
\$61-80	154	52%
\$81-101	18	6%
\$101-150	9	3%
<b>TOTAL</b>	296	100%

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Encuesta



*Gráfico 10:* Pregunta 3

*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* Apunte Thalía

## Análisis

Al realizar la encuesta en el barrio “San José” se puede determinar que el consumo mensual en medicamentos o productos de autoservicio que son aquellos productos de venta libre fáciles de impulsar, entre ellos están los productos naturales, productos de limpieza, productos de aseo personal, productos de bebe, entre otros, se mantiene en un porcentaje elevado del 52% que representa un consumo mensual entre \$61 a \$80 dólares por familia, es importante mencionar que el barrio “San José” representa en su mayoría un nivel socioeconómico medio, y además en el barrio habitan personas que cuentan con ingresos económicos mensuales por el desarrollo de su trabajo, esto es atractivo para la farmacia “San José”, debido a la cantidad de ventas que puede obtener.

Del total de la población el 12% que representa a 35 personas consumen mensualmente en medicamentos o productos de autoservicio de 0 a 20\$ dólares por familia, el 19% que corresponde a 56 personas realizan compras mensuales de \$21 a \$40 dólares, el 8% que son 24 personas mensualmente compran de \$41 a \$60 dólares, el 6% que corresponde a 18 personas consumen mensual de \$80 a 100\$ dólares, el 3% que corresponde a 9 personas hacen sus compras mensuales en un valor de \$101 a \$150 dólares por familia.

En años anteriores y hasta la actualidad los pobladores del barrio “San José” lo que hacen es salir a las parroquias de Pifo o Puembo y comprar lo necesario para el mes, muchas veces lo hacen en dos o tres lugares debido a que no encuentran todo en un mismo sitio.

### Pregunta N°4

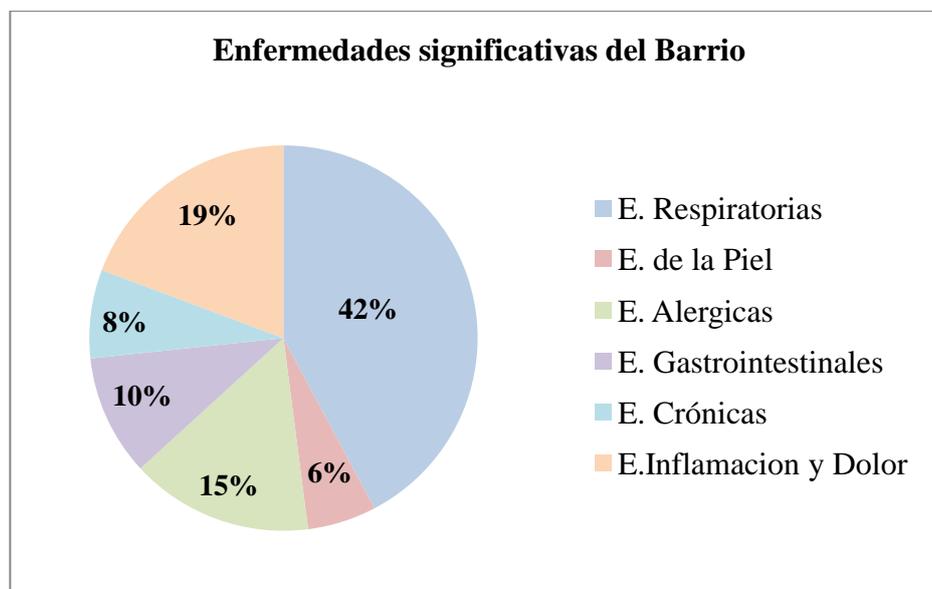
Cuáles son las enfermedades más significativas en el Barrio?

**Tabla 23: Pregunta 4**

Concepto	Cantidad	Porcentaje
E. Respiratorias	125	42%
E. de la Piel	17	6%
E. Alérgicas	45	15%
E. Gastrointestinales	30	10%
E. Crónicas	22	8%
E. Inflamación y Dolor	57	19%
<b>TOTAL</b>	296	100%

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Encuesta



*Gráfico 11:* Pregunta 4

*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* Apunte Thalía

## Análisis

En el barrio “San José” se a podido observar que hay gran cantidad de personas que requieren de medicación para la curación de diferentes enfermedades, entre ellas las más representativas son las Enfermedades Respiratorias que se refieren a gripes, resfríos, tos, entre otras que a menudo se presentan los habitantes del barrio debido a el clima.

Las Enfermedades Respiratorias son las más frecuentes con un porcentaje de 42% que corresponde a 125 personas que apuestan a que esta es la más representativa respecto a otras enfermedades, el 19% que corresponde a 57 personas que compran medicamentos para controlar el dolor e inflamación, el 15% que son 45 personas tienen enfermedades alérgicas, el 10% que corresponde a 30 personas tienen enfermedades gastrointestinales, el 8% que corresponde a 22 personas del barrio que sufren de enfermedades crónicas, el 16% de la población que son 17 personas tienen enfermedades de la piel.

Es importante considerar que para la creación de la farmacia es esencial analizar las enfermedades que son representativas en el barrio y mediante la obtención de información poder cubrir dichas necesidades en salud, con la comercialización de productos o medicamentos que para su curación necesita.

### Pregunta N°5

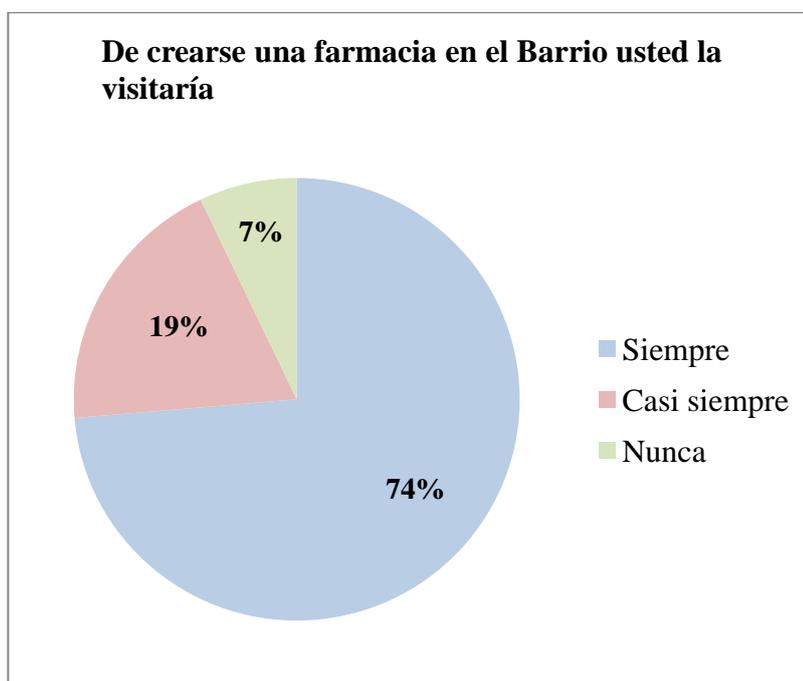
De crearse una farmacia en el Barrio usted la visitaría?

**Tabla 24: Pregunta 5**

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Siempre	218	74%
Casi siempre	57	19%
Nunca	21	7%
<b>TOTAL</b>	296	100%

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Encuesta



*Gráfico 12:* Pregunta 5

*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* Apunte Thalía

## Análisis

El barrio “San José” cuenta con tiendas que pueden ofrecer ciertos medicamentos de venta libre entre ellos están Finalín, Sal de Andrews, etc. Desde años anteriores hasta la actualidad el barrio no dispone de un establecimiento farmacéutico que pueda ofrecer medicamentos o productos de autoservicio que satisfagan las necesidades de los pobladores con respecto a su salud.

Es importante considerar que para la creación de la farmacia se debe realizar una encuesta en la que se pueda evidenciar la frecuencia de visitas a la farmacia una vez puesta en funcionamiento.

Se puede analizar que la creación de la farmacia en este barrio tendrá una amplia acogida debido a que el porcentaje de visitas según la encuesta realizada es:

El 74% de la población que corresponde a 218 personas visitarían la farmacia siempre, el 19% de la población que son 57 personas visitarían la farmacia casi siempre, y solo un 7% de la población que corresponde a 21 personas nunca visitarían la farmacia, estos datos proporcionan información con respecto a las visitas que en su mayoría son positivas para la farmacia, debido a que hay un valor alto referente a las visitas que se tendrían una vez creada la farmacia.

### Pregunta N°6

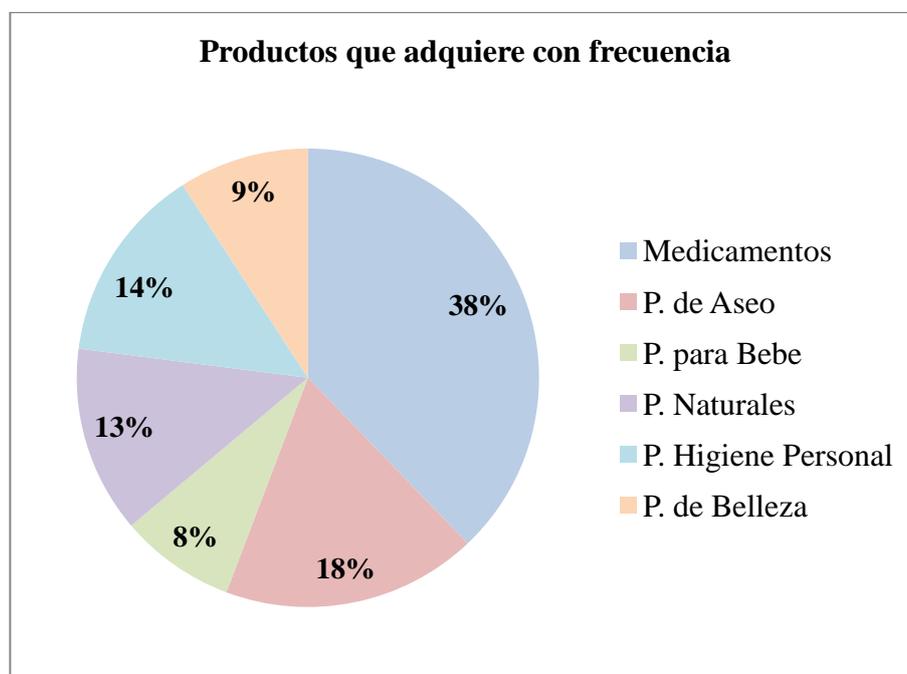
Cuáles son los productos que adquiere con frecuencia en la farmacia?

**Tabla 25: Pregunta 6**

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Medicamentos	112	38%
P. de Aseo	53	18%
P. para Bebé	24	8%
P. Naturales	39	13%
P. Higiene Personal	41	14%
P. de Belleza	27	9%
<b>TOTAL</b>	296	100%

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Encuesta



*Gráfico 13:* Pregunta 6

*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* Apunte Thalía

## Análisis

Mediante la encuesta realizada en “San José” se ha podido determinar que los habitantes de este barrio tienen preferencia en la compra de ciertos productos en farmacias, no solo hacen la compra de medicamentos sino también de variedad de productos que las farmacias hoy en día ofrecen.

Anteriormente las compras que se realizaban en farmacias eran netamente de medicamentos, con el pasar de los años se han ido implementando productos para que se hagan atractivos para el consumidor entre ellos están productos naturales, productos para bebé, productos de aseo, productos de higiene personal, para que el cliente pueda tener variedad y compre productos que sean de su elección.

Se puede observar que el 38% de la población que corresponde a 112 personas compran con frecuencia en farmacias medicamentos, el 18% que corresponde a 53 personas compran con frecuencia en farmacias Productos de Aseo, el 14% que corresponde a 41 personas compran con frecuencia en farmacias Productos de Higiene Personal, el 13% de la población que corresponde a 39 personas compran con frecuencia Productos Naturales, el 9% de la población que corresponde a 27 personas compran con frecuencia Productos de Belleza que generalmente lo hacen en su mayoría mujeres, el 8% de la población que corresponde a 24 personas compran con frecuencia Productos para Bebé.

### Pregunta N°7

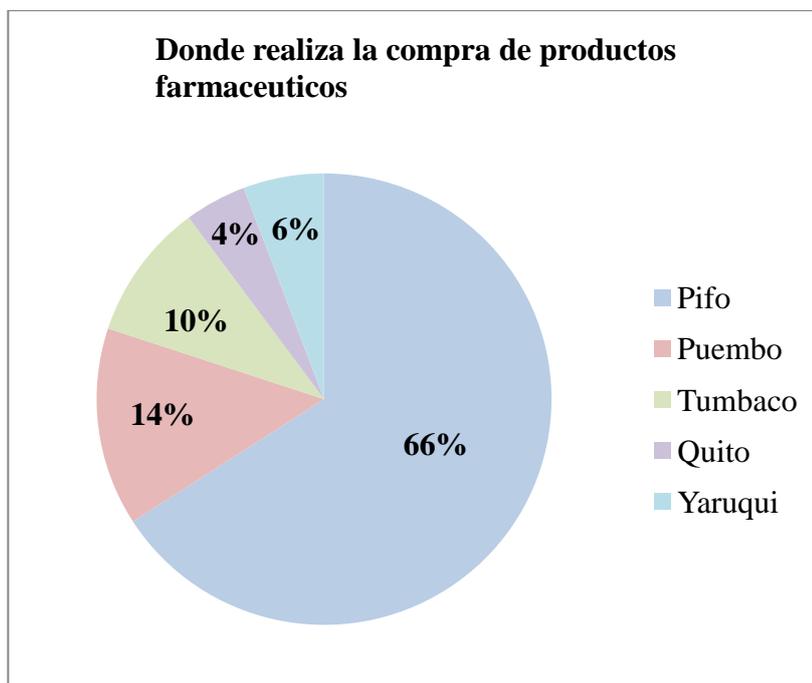
De los productos anteriormente señalados donde realiza la compra?

**Tabla 26: Pregunta 7**

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Pifo	195	66%
Puembo	42	14%
Tumbaco	29	10%
Quito	13	4%
Yaruquí	17	6%
<b>TOTAL</b>	<b>296</b>	<b>100%</b>

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Encuesta



*Gráfico 14:* Pregunta 7

*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* Apunte Thalía

## Análisis

Los habitantes del barrio “San José” al momento de realizar sus compras ya sea medicamentos o productos de autoservicio necesitan salir del barrio a las diferentes parroquias donde haya farmacias que puedan ofrecer los productos que ellos elijan, este es el proceso que lo han manejado durante años atrás hasta la actualidad por esta razón la importancia de crear de una farmacia en este lugar para evitar el desgaste de tiempo y dinero que para su requerimiento implica.

La parroquia en donde más realizan las compras los habitantes del barrio es en Pifo con un 66% de la población que corresponde a 195 personas que acuden a esta parroquia debido a la cercanía y afluencia de personas que este sitio representa, con un 14% de la población que corresponde a 42 personas realizan sus compras en Puembo, el 10% de la población que corresponde a 29 personas prefieren realizar sus compras en Tumbaco, el 6% de la población que corresponde a 17 personas realizan sus compras en Yaruquí, el 4% de la población que corresponde a 13 personas realizan sus compras en Quito.

Es importante identificar que para la mayoría de la población el lugar más visitado para realizar las compras es Pifo, apreciando también que existen pobladores que prefieren visitar otros lugares debido a las costumbres que maneja el núcleo familiar al momento de realizar las compras.

### Pregunta N°8

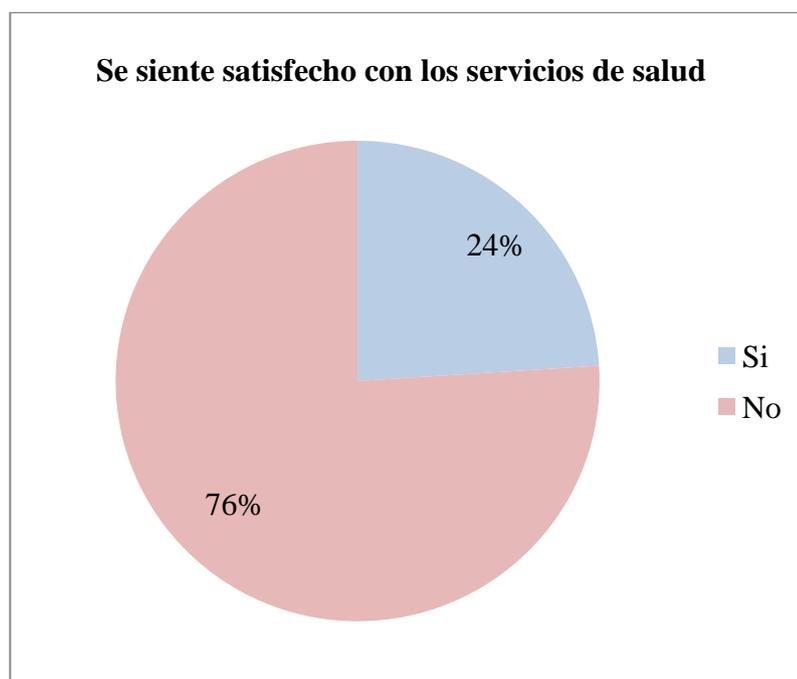
Se siente satisfecho con los servicios de salud en donde usted realiza la compra?

**Tabla 27: Pregunta 8**

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Si	71	24%
No	225	76%
<b>TOTAL</b>	296	100%

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Encuesta



*Gráfico 15:* Pregunta 8

*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* Apunte Thalía

## Análisis

Después de realizar la encuesta en el barrio “San José” se puede determinar que las personas presentan cierta inconformidad con los servicios en los lugares donde realizan la compra, esto es debido a la atención que brinda el personal, el lugar de ubicación que representa el salir de su barrio para conseguir medicamentos o productos de autoservicio, las personas necesitan de buena atención, un lugar agradable, entre otras características para sentirse a gusto.

El 76% de la población que corresponde a 225 personas No se sienten conformes con el servicio de salud donde realiza sus compras, y el 24% de la población que corresponde a 71 personas se sienten satisfechos con los servicios de salud en el lugar donde realiza las compras.

Para establecer un diferenciador de servicio la farmacia debe contar con personal que tenga conocimiento, aplique un conjunto de valores entre ellos la amabilidad, manejar buen trato con los clientes, esto es esencial para fidelizarlos y lograr que se sientan a gusto en el lugar donde realiza las compras.

### Pregunta N°9

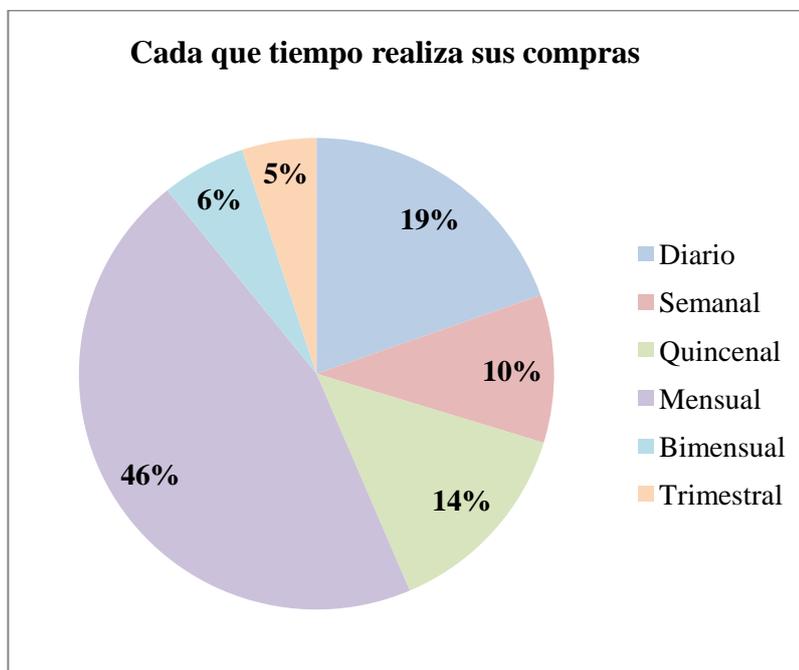
Cada que tiempo realiza sus compras?

**Tabla 28:** Pregunta 9

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Diario	58	19%
Semanal	30	10%
Quincenal	41	14%
Mensual	135	46%
Bimensual	17	6%
Trimestral	15	5%
<b>TOTAL</b>	<b>296</b>	<b>100%</b>

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Encuesta



**Gráfico 16:** Pregunta 9

*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* Apunte Thalía

## Análisis

Los habitantes en el barrio “San José” realizan las compras en su mayoría mensuales debido a que les resulta más fácil realizar una compra para todo el mes que comprarlo de a poco y también por enfermedades que requieren tratamiento mensual, también existen personas que realizan la compra diaria por las enfermedades estacionarias que se presentan en cualquier momento, por otra parte hay personas que prefieren realizar sus compras cada quincena por la manera de administrar su dinero, se encuentra también personas que deciden realizar sus compras semanales por las eventualidades que pudieran suceder en su familia, y por último personas que realizan sus compras cada trimestre o bimestre debido al tiempo de permanencia en su hogar.

Se puede observar que el 46% de la población que corresponde a 135 personas realizan sus compras cada mes, el 19% de la población que corresponde a 58 personas realizan sus compras diarias, el 14% de la población que corresponde a 41 personas realizan sus compras cada quince días, el 10% de la población que corresponde a 30 personas realizan sus compras cada semana, el porcentaje restante de la población realiza sus compras bimestral o trimestral según su preferencia. Es importante considerar que para la farmacia “San José” se presenta una oportunidad al saber que habrá gente que comprara diario, semanal, quincenal, indistintamente pero optara por realizar la compra en su barrio que es más cercano a salir a las diferentes parroquias.

### Pregunta N°10

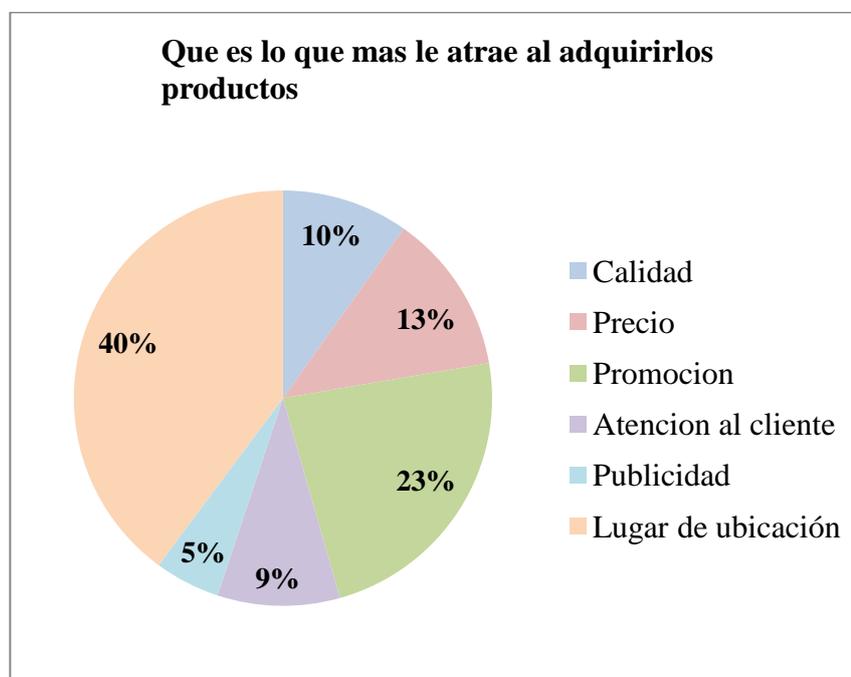
Al momento de adquirir sus productos lo que más le atrae es?

**Tabla 29: Pregunta 10**

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Calidad	29	10%
Precio	37	13%
Promoción	69	23%
Atención al cliente	28	9%
Publicidad	15	5%
Lugar de ubicación	118	40%
<b>TOTAL</b>	<b>296</b>	<b>100%</b>

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Encuesta



**Gráfico 17:** Pregunta 10

*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* Apunte Thalía

## Análisis

Al momento de realizar la encuesta se pudo evidenciar lo que más le atrae a la población de “San José” en el momento de adquirir sus productos varían de acuerdo a la opinión de cada persona con lo que más se acerca a su bienestar emocional y de salud, siendo el más representativo el lugar donde realiza

El 40% de la población que corresponde a 118 personas lo que más le atrae al momento de comprar sus productos es el lugar de ubicación de la farmacia, el 23% de la población que corresponde a 69 personas lo que más le atrae al momento de comprar sus productos es la promoción que ofrece la farmacia, el 13% de la población que corresponde a 37 personas lo que más le atrae al momento de comprar sus productos es el precio, el 10% de la población que corresponde a 29 personas lo que más le atrae al momento de comprar sus productos es la calidad, el 9% de la población que corresponde a 28 personas lo que más le atrae al momento de comprar sus productos es el servicio al cliente que reciben, el 5% de la población que corresponde a 15 personas lo que más le atrae al momento de comprar sus productos es la publicidad.

Las características elegidas por los pobladores de “San José” en la encuesta deben ser tomadas muy en cuenta para la creación de la farmacia y poder generar satisfacción.

### Pregunta N°11

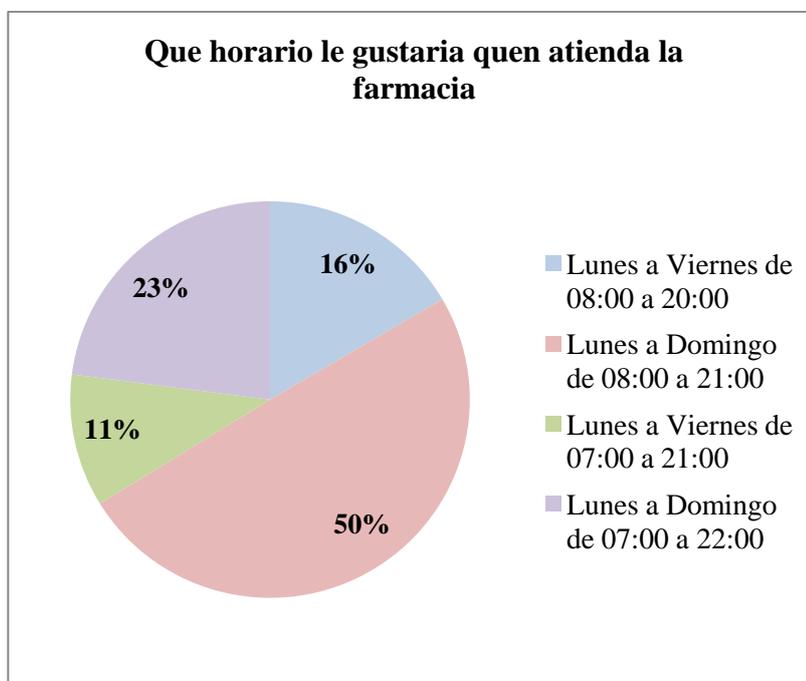
En que horario desearía que atienda la farmacia?

**Tabla 30: Pregunta 11**

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Lunes a Viernes de 08:00 a 20:00	49	16%
Lunes a Domingo de 08:00 a 21:00	147	50%
Lunes a Viernes de 07:00 a 21:00	32	11%
Lunes a Domingo de 07:00 a 22:00	68	23%
<b>TOTAL</b>	<b>296</b>	<b>100%</b>

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Encuesta



*Gráfico 18:* Pregunta 11

*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* Apunte Thalía

## Análisis

En la encuesta realizada en el barrio “San José” se ha podido determinar que el horario de atención más acorde a sus necesidades es de lunes a domingo debido a los inconvenientes que suelen presentarse referente a enfermedades y dolores que se producen en ocasiones en el barrio por el campeonato de fútbol que se realizan los sábados y domingos y para curar el dolor requieren de medicamentos.

El 50% de la población que corresponde a 147 personas creen que el horario más accesible sería de lunes a domingo de 08:00 a 21:00, el 23% de la población que corresponde a 68 personas creen que el horario más accesible sería de lunes a domingo de 07:00 a 22:00, 16% de la población que corresponde a 49 personas creen que el horario más accesible sería de lunes a viernes de 08:00 a 20:00, el 11% de la población que corresponde a 32 personas creen que el horario más accesible sería de lunes a domingo de 07:00 a 21:00.

Tomando en cuenta los criterios de los pobladores se considera que el horario de atención debería ser de lunes a domingo de 08:00 a 21:00, por los diferentes inconvenientes en salud que puedan presentarse y la farmacia pueda atender proporcionando medicamentos o productos de autoservicio que la población requiera.

## Pregunta N°12

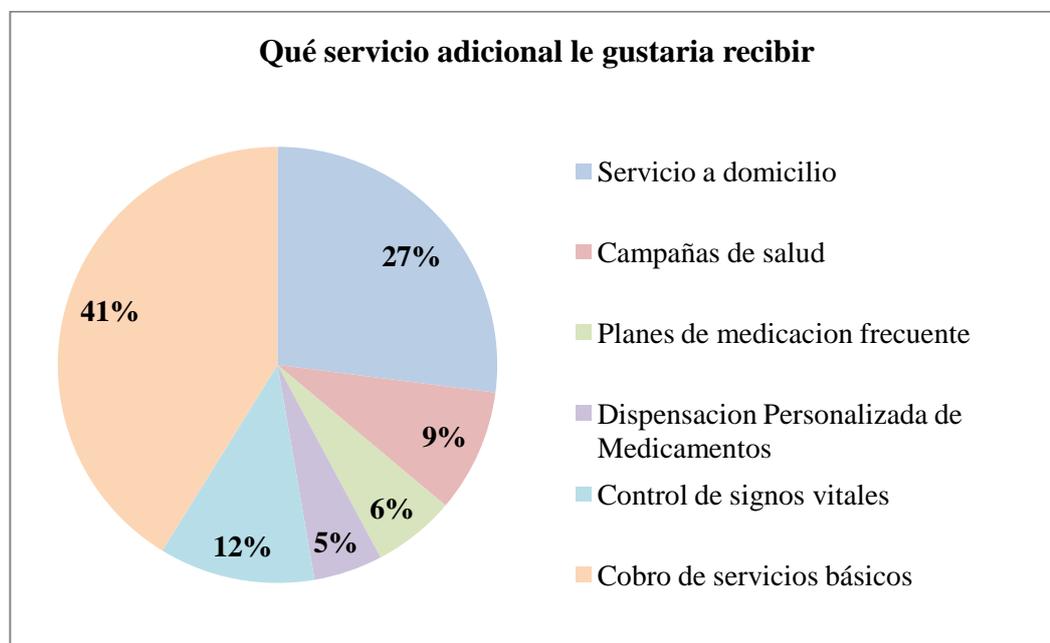
Qué servicio adicional le gustaría recibir?

**Tabla 31: Pregunta 12**

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Servicio a domicilio	80	27%
Campañas de salud	27	9%
Planes de medicación frecuente	18	6%
Dispensación Personalizada de Medicamentos	15	5%
Control de signos vitales	34	12%
Cobro de servicios básicos	122	41%
<b>TOTAL</b>	<b>296</b>	<b>100%</b>

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Encuesta



*Gráfico 19:* Pregunta 12

*Fuente:* Encuesta

*Elaborado por:* Apunte Thalía

## Análisis

El estudio realizado en el barrio “San José” ha servido como herramienta para la obtención de información que es muy importante para la realización de este proyecto, según criterios de la población desearían recibir servicios extras en la farmacia, por este motivo se han postulado opciones de un servicio extra y permitiendo también que las personas puedan proporcionar un servicio extra que ellos crean conveniente.

El 41% de la población que corresponde a 122 personas han dado su criterio como un servicio adicional el pago de servicios básicos, el 27% que corresponde a 80 personas han escogido como servicio adicional el servicio a domicilio, el 12% que corresponde a 34 personas han escogido como servicio adicional el control de signos vitales, el 9% de la población que corresponde a 27 personas han escogido como servicio adicional las campañas de salud, el 6% de la población que corresponde a 18 personas han escogido como servicio adicional los planes de medicación frecuente, el 5% de la población que corresponde a 15 personas han escogido como servicio adicional la dispensación personalizada de medicamentos.

El criterio que nos dan los pobladores de “San José” es importante debido a que son ellos quienes viven a diario las necesidades en este barrio y nos pueden proporcionar información de lo que desean referente a farmacias.

### 3.02 Oferta

Eco-Finanzas. (2011). menciona que la oferta es la “Cantidad de bienes o servicios que un productor está dispuesto a vender en el mercado” (párr.2).

#### 2.02.01 Oferta Actual

Es el cálculo de la comercialización de productos farmacéuticos tanto en farmacias como en centros naturistas que se tiene diario en dichos establecimientos, para de ahí partir al cálculo de la oferta anual que servirá como dato para el cálculo de la oferta histórica y proyectada junto con el PIB farmacéutico.

La información se obtuvo de fuente directa, es decir se recurrió a preguntar a los dependientes de farmacias Económicas y el Centro Naturista “El Panal” sobre el promedio de ventas diarias.

**Tabla 32: Oferta Actual**

<b>Establecimientos</b>	<b>P. Diario</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Farmacias Económicas	\$ 500,00	\$ 14.000,00	\$ 168.000,00
Centro Naturista "El Panal"	\$ 110,00	\$ 3.080,00	\$ 36.960,00
<b>OFERTA ACTUAL</b>			<b>\$ 204.960,00</b>

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Propia

### 2.02.02 Oferta Histórica

Para el cálculo de la oferta se debe tomar en cuenta el PIB farmacéutico, y el valor total anual de la oferta entre farmacias y centros naturistas.

**Tabla 33: Oferta Histórica**

AÑOS	PIB	OFERTA
2011	4,60%	\$ 184.944,51
2012	6,80%	\$ 197.520,74
2013	-0,50%	\$ 196.533,13
2014	1,70%	\$ 199.874,20
2015	0,02%	\$ 199.914,17
2016	2,52%	\$ 204.960,00

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* BCE

### 2.02.03 Oferta Proyectada

Para el cálculo de la oferta proyectada se debe sacar la media de los datos del PIB farmacéutico, y se trabaja con ese valor para los 5 años siguientes, utilizando la siguiente fórmula.

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

**Tabla 34: Oferta Proyectada**

<b>AÑOS</b>	<b>PIB</b>	<b>OFERTA</b>
2016	2,52%	\$ 204.960,00
2017	2,52%	\$ 210.125,00
2018	2,52%	\$ 215.420,15
2019	2,52%	\$ 220.848,73
2020	2,52%	\$ 226.414,12
2021	2,52%	\$ 232.119,76

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* BCE

### **3.03 Demanda**

Eco-Finanzas. (2011). menciona que demanda es la “Cantidad de bienes o servicios que un individuo o grupo de individuos está dispuesto a adquirir a un determinado precio” (párr.2).

#### **3.03.01 Demanda Actual**

Es la cantidad de productos farmacéuticos que los habitantes del barrio “San José” están dispuestos a adquirir, para calcular el consumo promedio es necesario sacar la media de las cantidades en dólares puestas como alternativas en la encuesta en la pregunta # 3.

**Tabla 35: Ticket Promedio**

Valor Mínimo	Valor Máximo	% Encuesta	Promedio valor	# Personas	Venta
0	20	12%	\$ 10,00	35	\$ 350,00
21	40	19%	\$ 30,50	56	\$ 1.708,00
41	60	8%	\$ 50,50	24	\$ 1.212,00
61	80	52%	\$ 70,50	154	\$ 10.857,00
81	100	6%	\$ 90,50	18	\$ 1.629,00
101	150	3%	\$ 125,50	9	\$ 1.129,50
		100%		296	\$ 16.885,50

*Elaborado por:* Apunte Thalía

Población	2130
Promedio de familias	4
Promedio de habitantes por familia	533
Promedio de consumo	\$ 57,05

**Tabla 36: Demanda Actual**

Demanda Actual	Mensual	Anual
	\$ 30.407,65	\$ 364.891,80

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Encuesta

### 3.03. 02 Demanda Histórica

Para calcular la demanda histórica se debe tener los datos porcentuales de la inflación y la tasa de crecimiento poblacional, sumando las dos se tiene un total de porcentaje con el cual se trabajará.

**Tabla 37: Demanda Histórica**

AÑOS	INFLACIÓN	TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL	TOTAL	DEMANDA
2011	4,50%	1,69%	6,19%	\$ 279.309,06
2012	5,10%	1,66%	6,76%	\$ 298.190,35
2013	2,70%	1,63%	4,33%	\$ 311.101,99
2014	3,60%	1,60%	5,20%	\$ 327.279,30
2015	4,00%	1,57%	5,57%	\$ 345.508,76
2016	3,98%	1,63%	5,61%	\$ 364.891,80

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* BCE

### 3.03.03 Demanda Proyectada

El cálculo de la demanda proyectada se saca la media de porcentajes de los años anteriores referentes a la inflación y tasa de crecimiento poblacional, una vez obtenido el dato se utiliza el mismo para los años siguientes. Con la siguiente formula  $C_n = C_o (1+i)^n$

**Tabla 38: Demanda Proyectada**

AÑOS	INFLACIÓN	TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL	TOTAL	DEMANDA
2016	3,98%	1,63%	5,61%	\$ 364.891,80
2017	3,98%	1,63%	5,61%	\$ 385.362,23
2018	3,98%	1,63%	5,61%	\$ 406.981,05
2019	3,98%	1,63%	5,61%	\$ 429.812,68
2020	3,98%	1,63%	5,61%	\$ 453.925,18
2021	3,98%	1,63%	5,61%	\$ 479.390,38

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* BCE

### 3.04 Balance Oferta – Demanda

Eco-Finanzas. (2011). Argumenta que “La demanda insatisfecha puede presentarse cuando la demanda es mayor a la oferta en un mercado, por la dificultad de acceder a los productos o servicios, la falta de satisfacción con los beneficios de los productos o servicios actuales, problemas con los precios, localización, entre otros” (párr.2).

La demanda insatisfecha puede ser cubierta con una oferta dedicada a cubrir el mercado desatendido como lo plantea la farmacia “San José”.

**Tabla 39: Demanda Insatisfecha**

AÑOS	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
2016	\$ 204.960,00	\$ 364.891,80	-\$ 159.931,79
2017	\$ 210.125,00	\$ 385.362,23	-\$ 175.237,23
2018	\$ 215.420,15	\$ 406.981,05	-\$ 191.560,90
2019	\$ 220.848,73	\$ 429.812,68	-\$ 208.963,95
2020	\$ 226.414,12	\$ 453.925,18	-\$ 227.511,05
2021	\$ 232.119,76	\$ 479.390,38	-\$ 247.270,62

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Propia

### 3.05 Ventas

Aldaz, J. (2005). Menciona que “la misión de las ventas es poner los producto a disposición del consumidor final en la cantidad demandada, en el momento en que lo necesite y en el lugar más apropiado” (p.5).

**Tabla 40: Ventas**

DEMANDA INSATISFECHA	%	VENTAS
\$ 159.931,79	76%	\$ 121.548,16
\$ 175.237,23	76%	\$ 133.180,29
\$ 191.560,90	76%	\$ 145.586,28
\$ 208.963,95	76%	\$ 158.812,60
\$ 227.511,05	76%	\$ 172.908,40
\$ 247.270,62	76%	\$ 187.925,67

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Encuesta

## CAPÍTULO IV

### 4.01 Tamaño del Proyecto

Montoya, Fernando. (2013). Menciona que el tamaño de un proyecto es “una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto” (párr.1).

Conociendo los datos de la oferta y la demanda de productos farmacéuticos, a través del estudio de mercado, se definirá el proceso productivo, tipo de maquinaria y equipo a utilizar para establecer un óptimo rendimiento que permita al dueño-administrador alcanzar los objetivos trazados para la farmacia “San José”.

Se debe tomar en cuenta los datos arrojados por el estudio de mercado, es decir la demanda insatisfecha por el número de personas insatisfechas con el servicio, tomado de la encuesta en la pregunta # 8, para saber la posible cantidad de mercado a cubrir y de esta manera maximizar la rentabilidad del negocio.

#### **4.01.01 Capacidad Instalada**

Eco-Finanzas. (2013). Menciona que capacidad instalada “es la cantidad máxima de bienes o servicios que se pueden obtener de plantas y equipos de una empresa por unidad de tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas” (párr.1).

La capacidad instalada será la totalidad de productos que se puedan comercializar con los recursos tecnológicos que posee la farmacia “San José”, además representa el 100% de la capacidad de la empresa.

#### **4.01.02 Capacidad Óptima**

Terrazas, Román. (2013). “Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica” (párr.1).

La capacidad optima de la farmacia “San José” consiste en organizar físicamente el espacio por áreas vinculadas a criterios de los clientes cuando realiza la compra, mediante este análisis se puede determinar las zonas calientes y frías de la farmacia que son necesarias identificarlas para poder designar los metros que se ocuparan.

La farmacia "San José" contará con capacidad para 5 áreas que son:

- **Área Administrativa:** Es la encargada de atender todo lo relacionado a la administración (financiera, contable y de recursos humanos), además brinda apoyo técnico y recursos a las demás áreas en aspectos administrativos. Esta área se subdividen en:
  1. **Área de archivo:** En esta área se guardaran documentos legales, del personal, y de la farmacia para cada tipo de documento se utilizara una carpeta de color que lo diferencie de esta manera se tendrá mejor manejo en la documentación amarillo para los documentos legales, azul para los documentos del personal y verde para documentos de la farmacia, la documentación debe revisarse regularmente y deben estar actualizados.
  2. **Área de bibliografía:** En este espacio se dispondrá de un vademécum, Ley Orgánica de Salud, Ley de estupefacientes y psicotrópicos, entre otros.
- **Área de recepción:** La farmacia debe contar con un espacio para la recepción de productos y medicamentos, en esta área el encargado debe verificar que el nombre del producto, concentración y forma farmacéutica, lote, registro sanitario, fecha de caducidad, cantidad, empaque, coincidan con la factura u orden de pedido.

- **Área de cuarentena:** Se deben colocar medicamentos que por alguna razón tiene baja rotación, próximos a vencer, deteriorados.
  
- **Área de almacenamiento:** Esta área debe tener dimensiones apropiadas que permitan una organización correcta de los medicamentos y productos farmacéuticos. Esta área se subdivide en:
  1. **Área de productos controlados:** A esta área corresponden los psicotrópicos y estupefacientes, estos medicamentos deben permanecer bajo llaves y solo se pueden vender bajo receta médica, entre ellos están la morfina, codeína, etc.
  2. **Área de medicamentos refrigerados:** En esta zona deben estar los medicamentos que necesitan conservar una temperatura de 2°C a 8°C, estos medicamentos son insulinas, toxoide tetánico, etc., para cumplir con esta disposición se debe tener una refrigeradora.
  3. **Área de colirios:** Se debe contar con un área específica para almacenar medicamentos de uso tópico generalmente para afecciones oculares.
  4. **Área de productos higroscópicos:** A esta zona pertenecen los medicamentos que tienen como propiedad la absorción de la humedad, entre estos medicamentos están la urea, glicerina, entre otros.
  5. **Área de productos termo sensibles:** En este espacio se encontraran aquellos productos o medicamentos sensibles a la luz, alprazolam, zolmitriptan, estos fármacos pueden ser alterados por la exposición a la luz directa, por lo tanto, deben almacenarse en botellas de color y en un lugar fuera del alcance de luz.

6. **Área de insumos:** En esta área deben almacenarse productos que no son medicamentos así como lo son gases, jeringas, alcohol, etc.
  7. **Área de productos naturales:** En este lugar se encontrarán productos como Eucamiel, Hepalive.
  8. **Área de productos de autoservicio:** En esta sección se encontrarán productos fáciles de impulsar entre ellos están productos para bebé, productos de aseo personal, productos de cosmética, entre otros.
- **Área de dispensación y expendio:** La farmacia deberá contar con una caja y computador para brindar un servicio farmacéutico con un expendio adecuado, además necesita tener perchas, vitrinas para entrega del producto.

Digemid (2012). Reglamento de establecimientos Farmacéuticos

**Artículo 16°.-** Los locales e instalaciones de las farmacias o boticas deberán contar con una infraestructura y equipamiento que garantice la conservación y almacenamiento adecuado de los productos.

Para proporcionar una capacidad óptima se debe cumplir con ciertos parámetros:

- Cielo raso de color blanco
- Paredes y pisos lisos para facilitar la limpieza.
- Instalaciones eléctricas internas.
- Espacio interior que facilite el movimiento de personas y productos.
- Ventilación con adecuada circulación de aire.

- Cada área debe estar rotulada.
- Señalética para indicar el grupo farmacéutico de los medicamentos.

El área de la farmacia "San José" será de 40m<sup>2</sup>

El área de almacenamiento debe ocupar el 30% del área total de la farmacia

1. Las perchas tendrán las siguientes dimensiones Alto: 1,80m, Ancho: no mayor a 1 m, Grosor: 35 cm.
2. Entrepaños o bandejas: distancia con el cielo raso: 50 cm , con el piso 50 cm.
3. Las perchas no deben estar pegadas a las paredes: distancia 30cm
4. Distancia entre perchas: 1m
5. La temperatura será controlada con termómetro ubicado en la mitad de la farmacia 15-25°C y refrigeración de 2 a 8 °C
6. La humedad será medida por higrómetro ubicado en la mitad de la farmacia 60-70°.

#### 4.01.02 Capacidad / Demanda

**Tabla 41: Capacidad / Demanda**

DETALLE	CANTIDAD	C/U	C/T
Perchas	5	\$ 90,00	\$ 450,00
Vitrinas	3	\$ 150,00	\$ 450,00
Mostrador	2	\$ 75,00	\$ 150,00
Archivador	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Armario (Psicotrópicos)	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Mesa	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Letrero Grande	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Letrero Pequeño	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Escritorio	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Grapadora	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Perforadora	2	\$ 3,50	\$ 7,00
Calculadora	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Basurero	3	\$ 10,00	\$ 30,00
Candados	5	\$ 2,00	\$ 10,00
Dispensador de agua	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Sillas giradoras	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Ganchos	25	\$ 0,50	\$ 12,50
Caja	1	\$ 170,00	\$ 170,00
Teléfono	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Computadora (servidor)	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Computadora	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Refrigeradora	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Termómetro Higrómetro	2	\$ 11,50	\$ 23,00
Alarma	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Impresora	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Software	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Extintor	1	\$ 28,00	\$ 28,00
Ventilador	2	\$ 30,00	\$ 60,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.635,50</b>

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* OLX

## 4.02 Localización

Ayala, José. (2012). Menciona que “La localización del proyecto representa una relación directa con la distribución, comercialización y venta de los productos, toda empresa necesita para su funcionamiento servicios e infraestructura básica, con fácil acceso a la materia prima, mano de obra, entre otras” (párr.2).

La localización adecuada de la farmacia “San José” puede determinar el éxito o el fracaso del negocio, el objetivo de impulsar una buena localización es lograr que los volúmenes de venta conduzcan a la maximización de la rentabilidad.

Es importante analizar los 2 niveles con respecto a localización:

- Macro (A nivel regional)
- Micro (A nivel local)

### 4.02.01 Macro – Localización

Rojas, Julián. (2012). Menciona que “la macro localización consiste en definir y especificar la zona general en la que se instalara el proyecto” (párr.2).

Para determinar la macro-localización es importante analizar varios aspectos:

- Localización de proveedores
- Clima
- Factores topográficos
- Localización del mercado
- Condiciones de vida
- Servicios básicos, entre otros.

La farmacia "San Jose" va estar ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito zona 9, provincia de Pichincha.



*Figura 7:* Macro-localización  
*Fuente:* Google maps

#### 4.02.02 Micro – Localización

La micro-localización tiene como objetivo dar la ubicación exacta de la farmacia “San José”, para ello es necesario describir la dirección con los diferentes datos:

**PAÍS:** Ecuador

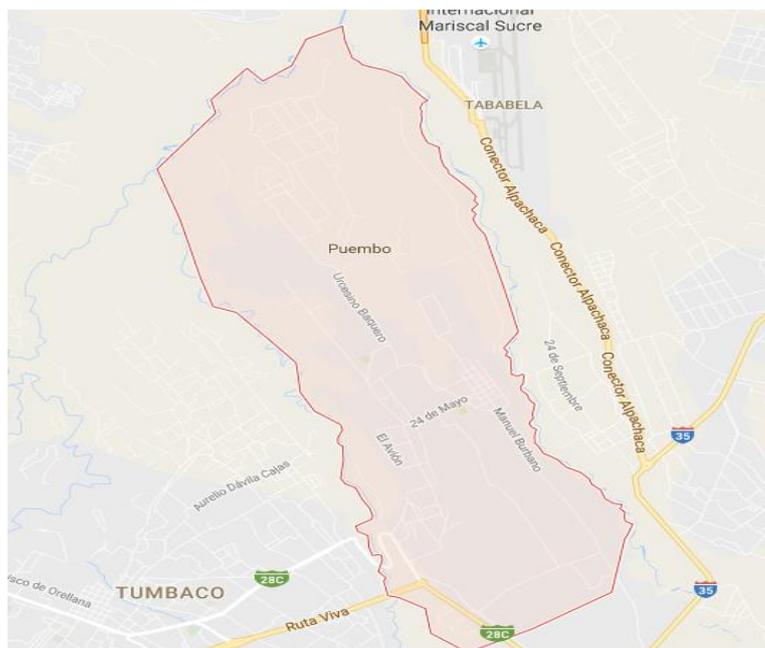
**PROVINCIA:** Pichincha

**CIUDAD:** Quito

**PARROQUIA:** Puembo

**BARRIO:** San José

La farmacia “San Jose” va estar ubicada en Puembo



**Figura 8:** Micro-localización

**Fuente:** Google maps

### 4.02.03 Localización óptima

Para analizar todos los factores que afectan la macro localización, se requiere diseñar una matriz de ponderación. Para esto se toma el Método Cualitativo por Puntos que permite determinar la ubicación óptima de la empresa.

El método consiste en asignar un puntaje a los factores más importantes para la ubicación, y que influyen de forma directa en el proyecto, asignando un peso o una calificación a cada uno de estos factores. Esta calificación va de 1 a 5 según la importancia que se le asigne por el sector en el cual va a estar ubicada la planta de dicho proyecto.

Una vez realizada la calificación se realiza la multiplicación del peso (ponderación), por la calificación dada a cada indicador para así obtener el puntaje total de cada uno, se suma cada ítem y se elige la de mayor puntuación.

**Tabla 31**
**Localización Óptima**

FACTOR A ANALIZAR	Peso	BARRIO SANTA ROSA		BARRIO SAN JOSÉ DE PUEMBO		BARRIO CHICHE	
		C.	P.	C.	P.	C.	P.
Mercado	0,2	4	0,8	5	1,00	3	0,6
R.R.H.H	0,2	3	0,6	5	1,00	3	0,6
Transporte	0,2	4	0,8	5	1,00	4	0,8
Servicios Básicos	0,2	3	0,6	5	1,00	3	0,6
Materia Prima	0,2	4	0,8	5	1,00	4	0,8
<b>TOTAL</b>	1,00		3,6		<b>5,00</b>		3,4

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Investigación propia

La localización Óptima para la farmacia “San José” será en la Parroquia de Puembo, barrio San José, ubicada en la calle Manuel Burbano lote 10, debido a que en esta zona existe afluencia de personas y una actividad comercial alta, además cuenta con servicios básicos, las vías de acceso que posee son adecuadas para el transporte de los productos farmacéuticos que se necesitara para la farmacia.

La localización ideal para la farmacia se determinó analizando ciertos aspectos que fueron positivos para el lugar donde se va a comercializar medicamentos, dando un lugar adecuado a los habitantes de esta zona.



*Figura 9:* Localización Óptima  
*Fuente:* Google maps

### **4.03 Ingeniería del Producto**

Es el área encargada de realizar los cálculos para determinar el consumo de materiales o recursos que permitan la comercialización de productos y la prestación de servicios.

#### **4.03.01 Definición Bienes y Servicios**

Núñez, M.(2011). Menciona que “Bien es todo objeto, elemento material o cosa que sirva para satisfacer alguna necesidad humana” (párr.1).

Un bien es todo aquello que satisface en forma directa o indirecta, las necesidades o deseos de los seres humanos.

Martínez, F. (2013). Argumenta que “Un servicio es un conjunto de acciones las cuales son realizadas para servir a alguien, son funciones ejercidas por las personas hacia otras personas con la finalidad de que estas cumplan con la satisfacción de recibirlos (párr.1).

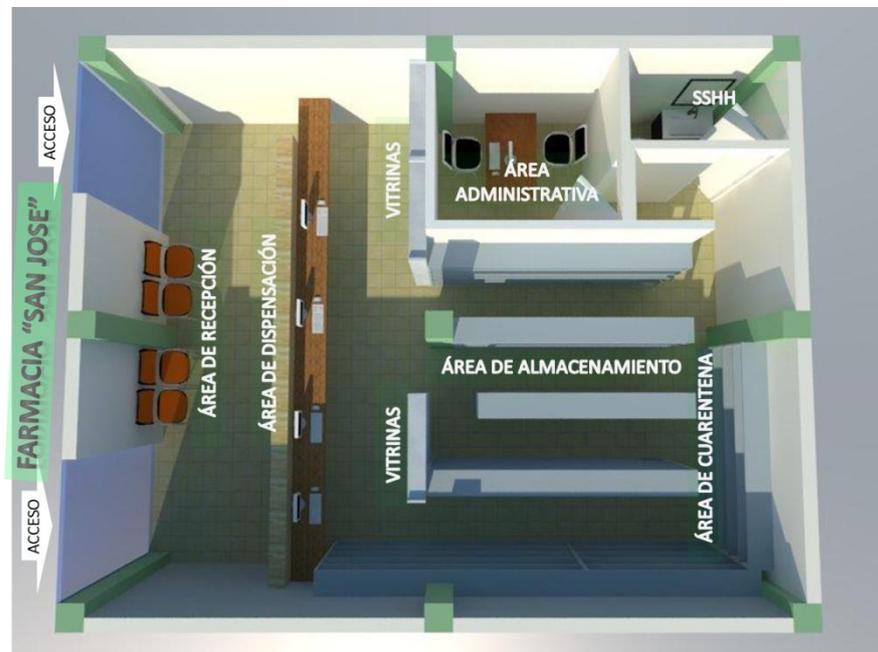
Montoya, Juan (2014). Menciona que los bienes y servicios económicos “son aquellos generados en las distintas actividades económicas con el fin de suplir una necesidad o un deseo. Se comercializan en el mercado y sus precios son definidos por la oferta y la demanda, a una mayor oferta el precio del bien disminuye y a una mayor demanda aumenta” (párr.2).

Se debe considerar la distinción entre un bien y un servicio los bienes son tangibles (como un medicamento), mientras que los servicios son intangibles (como la dispensación).

#### 4.03.02 Distribución de planta

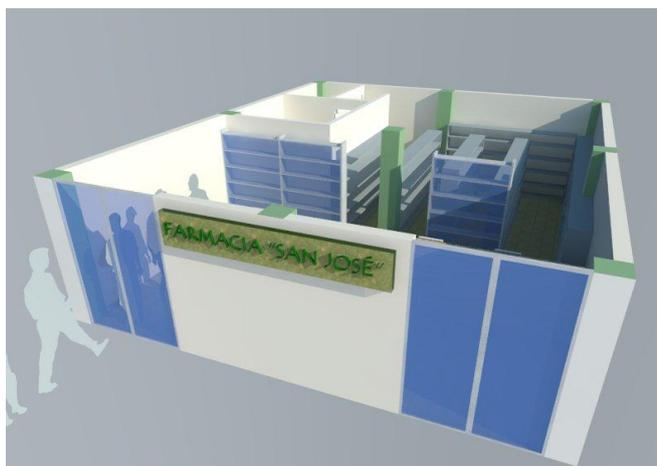
La distribución de la farmacia "San José" se manejará mediante áreas que permitan un fácil manejo para el personal y para la vista del cliente.

1. Área Administrativa.
2. Área de Recepción.
3. Área de Cuarentena.
4. Área de Almacenamiento.
5. Área de Dispensación



*Figura 10:* Plano farmacia "San José"

*Fuente:* Erica Gudiño



**Figura 11:** Plano farmacia "San José"

**Fuente:** Erica Gudiño

#### 4.03.04 Equipos y muebles

Son los equipos y muebles que serán utilizados para poder prestar servicios de salud en la farmacia "San José".

**Tabla 42: Muebles y Enseres**

Cantidad	Detalle	C/u	C/T
3	Vitrinas	\$ 150,00	\$ 450,00
5	Perchas	\$ 90,00	\$ 450,00
1	Archivador	\$ 60,00	\$ 60,00
2	Mostrador	\$ 75,00	\$ 150,00
1	Mesa	\$ 40,00	\$ 40,00
1	Escritorio	\$ 100,00	\$ 100,00
2	Sillas Giratorias	\$ 25,00	\$ 50,00
1	Armario psicotrópicos	\$ 90,00	\$ 90,00
1	Letrero Grande	\$ 80,00	\$ 80,00
1	Letrero pequeño	\$ 40,00	\$ 40,00
	<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1.510,00</b>

**Elaborado por:** Apunte Thalía

**Fuente:** OLX

**Tabla 43: Equipos de oficina**

Cantidad	Detalle	C/u	C/T
1	Teléfono	\$ 15,00	\$ 15,00
1	Dispensador de agua	\$ 40,00	\$ 40,00
1	Caja	\$ 170,00	\$ 170,00
25	Ganchos	\$ 0,50	\$ 12,50
2	Calculadora	\$ 6,00	\$ 12,00
5	Candados	\$ 2,00	\$ 10,00
2	Grapadora	\$ 4,00	\$ 8,00
2	Perforadora	\$ 3,50	\$ 7,00
1	Extintor	\$ 28,00	\$ 28,00
1	Alarma	\$ 80,00	\$ 80,00
1	Refrigeradora	\$ 200,00	\$ 200,00
2	Termómetro Higrómetro	\$ 11,50	\$ 23,00
2	Ventilador	\$ 30,00	\$ 60,00
3	Basurero	\$ 10,00	\$ 30,00
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 695,50</b>

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* OLX

**Tabla 44: Equipos de computación**

Cantidad	Detalle	C/u	C/T
1	Computadora (Servidor)	\$ 600,00	\$ 600,00
1	Computadora	\$ 450,00	\$ 450,00
1	Impresora	\$ 180,00	\$ 180,00
1	Software	\$ 200,00	\$ 200,00
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.430,00</b>

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* OLX

**Tabla 45: Sueldos y Salarios**

Cargo	Administrador	Dependiente	Bioquímico
Sueldo	\$ 450,00	\$ 366,00	200
D. Tercero	\$ 37,50	\$ 30,50	-
D. Cuarto	\$ 30,50	\$ 30,50	-
Vacaciones	\$ 18,75	\$ 15,25	-
A. Patronal	\$ 54,68	\$ 44,47	-
F. Reserva	-	-	-
Sueldo + Beneficios Sociales mensual	\$ 591,43	\$ 486,72	\$ 200,00
Sueldo + Beneficio sociales anuales	\$ 7.097,16	\$ 5.840,64	\$ 2.400,00
<b>TOTAL SUELDOS</b>	<b>\$ 15.337,80</b>		

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Investigación propia

## CAPÍTULO V

### 5.01 Ingresos operacionales y no operacionales

Gerencie.com. (2010). Menciona que “los ingresos operacionales son aquellos que son producto de la actividad económica principal de la empresa” (párr.1).

Gerencie.com. (2010). Argumenta que “Los ingresos no operacionales son aquellos ingresos diferentes a los obtenidos por el desarrollo de la actividad principal de la empresa, ingresos que por lo general son ocasionales o que son accesorios a la actividad principal” (párr.3).

Los ingresos no operacionales no existen en este proyecto, debido a que los ingresos de la farmacia “San José” dependen netamente de la actividad principal que es la comercialización de medicamentos.

**Tabla 46: Ingresos Operacionales**

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	%	VENTAS
2016	\$ 159.931,79	76%	\$ 121.548,16
2017	\$ 175.237,23	76%	\$ 133.180,29
2018	\$ 191.560,90	76%	\$ 145.586,28
2019	\$ 208.963,95	76%	\$ 158.812,60
2020	\$ 227.511,05	76%	\$ 172.908,40

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Investigación propia

### Análisis

El porcentaje para obtener las ventas se saca de la encuesta en la pregunta # 8 donde se tiene el valor de satisfacción o insatisfacción por el servicio farmacéutico siendo el de mayor puntuación la insatisfacción con un 76%.

### 5.02 Costos

Eco-finanzas. (s.f). Los costos son “Valorización monetaria de la suma de Recursos y esfuerzos que han de invertirse para la producción de un bien o de un servicio. El precio y gasto que tiene una cosa, sin considerar ninguna Ganancia” (párr.4).

### 5.02.01 Costos Directos

Contabilidad.com.py. (2006). Señala que los costos directos se derivan de “la existencia de aquello cuyo costo se trata de determinar, sea un producto, un servicio, una actividad, como por ejemplo, los materiales directos y la mano de obra directa destinados a la fabricación de un producto, o los gastos de publicidad efectuados directamente para promocionar los productos en un territorio particular de ventas” (párr.2).

Los costos directos que posee la farmacia “San José”, son elementales para la comercialización y promoción de medicamentos para impulsar la compra.

Para determinar los costos de la farmacia es importante analizar las ventas estimadas para el año 2016 y de ahí partir con el cálculo de la mercadería, tomando en cuenta que el 2,2 es lo óptimo en rotación al año.

**Tabla 47: Costos Directos**

<b>VENTAS (2016)</b>	\$ 121.548,16
<b>Meses al año</b>	12
<b>Rotación al año</b>	2,2
<b>Mercadería</b>	\$ 22.283,83

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Encuesta

$$\begin{array}{l} 60 \\ X \end{array} \begin{array}{l} 2 \text{ meses} \\ 2,2 \end{array}$$

El cálculo indica que el 2,2 corresponde a 66 días de inventario.

### 5.02.02 Gastos Administrativos

Los gastos de administración tienen que ver con la organización en su conjunto, son aquellos gastos que tienen relación con los distintos departamentos, entre dichos gastos existen sueldos, gastos de amortización, depreciaciones de muebles y equipos, entre otros que se tomarán en cuenta para la creación de la farmacia "San José".

Los gastos administrativos presentes en la farmacia "San José", suelen ser de gran importancia debido a que dentro de estos gastos existen algunas cuentas que ayudan a la apertura de el establecimiento farmacéutico, tales como permisos de funcionamiento, amortización de gastos de constitución.

**Tabla 48: Gastos Administrativos**

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 8.757,22</b>
Sueldo Bioquímico	\$ 2.400,00
Dep. Muebles y Enseres	\$ 151,00
Dep. Equipos de oficina	\$ 69,55
Dep. Equipos de Computación	\$ 476,67
Gasto Amortización	\$ 250,00
Permisos de funcionamiento	\$ 250,00
Servicios Básicos	\$ 1.560,00
Arriendo	\$ 3.000,00
Útiles de oficina	\$ 600,00

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Propia

### 5.02.03 Costos Ventas

Gerencie.com. (2010). El costo de venta es “aquel que se realiza para comercializar un bien, o para prestar un servicio, es el valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien o servicio” (párr.1).

El costo de venta que se estima para la farmacia “San José”, es del 65% de las ventas, tomando en cuenta que se deja un porcentaje para cubrir los costos y gastos que la creación de la farmacia representa.

**Tabla 49: Costos Ventas**

Ventas	\$ 121.548,16
Porcentaje	65%
Costo Ventas	\$ 79.006,30

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Propia

#### 5.02.04 Costos Financieros

Los costos financieros son los que se originan por la obtención de recursos ajenos que la empresa necesita para su desenvolvimiento y funcionamiento operativo (Vásquez, 2013).

Los costos financieros que se desarrollará para la farmacia “San José” será el interés generado por el préstamo bancario que se realizara para el funcionamiento de la misma.

**Tabla 50: Costos Financieros**

AÑO	INTERÉS
1	\$ 2.852,34
2	\$ 1.864,47
3	\$ 702,99

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Banco Pichincha

### 5.02.05 Costos fijos y Variables

Los costos variables son aquellos en que se incurre, sólo si se desarrolla la actividad y, como consecuencia se genera un bien o una unidad de servicio (Gerencie.com, 2011).

Los costos fijos son aquellos que se generan, aun si no se desarrolla una actividad, pero tienen el mismo valor o magnitud, sin importar cual sea el número de unidades de bienes o servicio producidas, es decir, sin tener que ver con el volumen de actividad (Gerencie.com, 2011).

**Tabla 51: Costos Fijos y Variables**

CUENTAS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES
COSTOS DE VENTAS	-	\$ 79.006,30	\$ 79.006,30
GASTOS DE VENTAS	\$ 12.937,73	\$ 2.400,00	\$ 15.337,73
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 8.757,22	-	\$ 8.757,22
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.852,34	-	\$ 2.852,34
TOTAL	\$ 24.547,28	\$ 81.406,30	\$ 105.953,59

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Propia

Es importante clasificar los costos fijos y variables para más adelante hacer uso de ellos en el cálculo del punto de equilibrio.

## 5.02 Inversiones

La inversión se refiere a la erogación de un activo líquido, con el objetivo de obtener un beneficio en el futuro (zonaeconomica.com, 2011).

Las inversiones son las actividades económicas a las cuales se destina cierta cantidad de dinero, buscando tener un porcentaje de ganancia atractivo para el desarrollo de dicha actividad, para la farmacia “San José” invertir en el campo de salud resulta positivo para brindar satisfacción de los habitantes.

### 5.02.01 Inversión Fija

La estimación de la inversión fija se basa en cotizaciones y/o proformas de los bienes y servicios a utilizarse en la ejecución del proyecto, es la base para iniciar un negocio en el mercado designado.

**Tabla 52: Inversión Fija**

DETALLE	CANTIDAD	C/U	C/T
Perchas	5	\$ 90,00	\$ 450,00
Vitrinas	3	\$ 150,00	\$ 450,00
Mostrador	2	\$ 75,00	\$ 150,00
Archivador	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Armario (Psicotrópicos)	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Mesa	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Letrero Grande	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Letrero Pequeño	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Escritorio	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Grapadora	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Perforadora	2	\$ 3,50	\$ 7,00
Calculadora	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Basurero	3	\$ 10,00	\$ 30,00
Candados	5	\$ 2,00	\$ 10,00
Dispensador de agua	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Sillas giradoras	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Ganchos	25	\$ 0,50	\$ 12,50
Caja	1	\$ 170,00	\$ 170,00
Teléfono	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Computadora (servidor)	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Computadora	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Refrigeradora	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Termómetro Higrómetro	2	\$ 11,50	\$ 23,00
Alarma	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Impresora	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Software	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Extintor	1	\$ 28,00	\$ 28,00
Ventilador	2	\$ 30,00	\$ 60,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.635,50</b>

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* OLX

### 5.02.01.01 Activos Fijos

Es el conjunto de elementos patrimoniales adscritos a la sociedad de forma imprescindible para la propia actividad de la misma, se denominan también activos tangibles (NASSIR, Sapag, Chain, 2009).

**Tabla 53: Activos Fijos**

Cantidad	Detalle	C/u	C/T
3	Vitrinas	\$ 150,00	\$ 450,00
5	Perchas	\$ 90,00	\$ 450,00
1	Archivador	\$ 60,00	\$ 60,00
2	Mostrador	\$ 75,00	\$ 150,00
1	Mesa	\$ 40,00	\$ 40,00
1	Escritorio	\$ 100,00	\$ 100,00
2	Sillas Giratorias	\$ 25,00	\$ 50,00
1	Armario psicotrópicos	\$ 90,00	\$ 90,00
1	Letrero Grande	\$ 80,00	\$ 80,00
1	Letrero pequeño	\$ 40,00	\$ 40,00
		<b>TOTAL</b>	\$ 1.510,00

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* OLX

### 5.02.01.02 Activos Nominales (Diferidos)

Está integrado por valores cuya posibilidad de recuperar está condicionada habitualmente, por la duración del Tiempo, es el caso de inversiones realizadas por la Empresa y que en un lapso se convertirán en Gastos (Eco-finanzas, s.f).

Para la farmacia “San José” los gastos diferidos que pretende realizar son aquellos del tipo jurídico como son servicios notariales, registros de impuestos.

**Tabla 54: Activos Diferidos**

Gastos de Investigación y Constitución	\$ 1.250,00
--	-------------

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Investigación propia

### 5.03.02 Capital de Trabajo

Es la inversión de dinero que realiza la empresa o negocio para llevar a efectos su gestión económica y financiera a corto plazo, entiéndase por corto plazo períodos de tiempo no mayores de un año (Infante Ramón, 2009).

En el capital de trabajo se toma en cuenta los sueldos, cupo arriendo y servicios básicos.

**Tabla 55: Capital de trabajo**

Cupo	\$ 280,00
Arriendo	\$ 250,00
Servicios Básicos	\$ 130,00
Sueldo Adm. + B.S	\$ 591,43
Sueldo Dependiente + B.S	\$ 486,72
Sueldo bioquímico	\$ 200,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.938,14</b>

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Investigación propia

### 5.03.03 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos

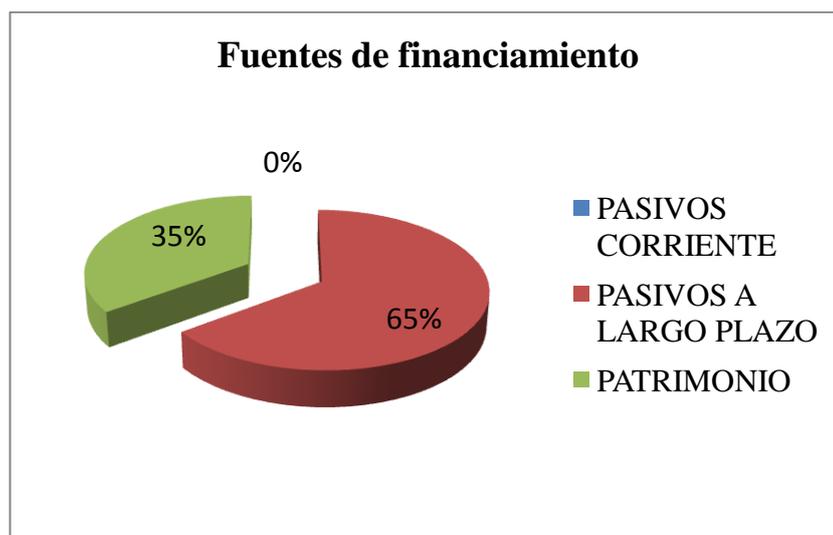
Las fuentes de financiamiento para toda empresa, son las entidades que prestan dinero, debido a que se requiere recursos financieros para iniciar un negocio en el caso de la farmacia "San José" la fuente de financiamiento será el Banco de Pichincha, quien será la entidad que otorgará el crédito.

**Tabla 56: Fuentes de Financiamiento**

FINANCIAMIENTO	VALORES	PORCENTAJE
PASIVOS CORRIENTE	\$ -	0,00%
PASIVOS A LARGO PLAZO	\$ 20.000,00	64,29%
PATRIMONIO	\$ 11.107,47	35,71%
TOTAL ACTIVOS	\$ 31.107,47	100,00%

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Banco Pichincha



*Gráfico 20:* Fuentes de financiamiento

*Fuente:* Investigación propia

*Elaborado por:* Apunte Thalía

### 5.03.04 Amortización de Financiamiento

Gitman y Zutter. (s.f). explican que el término amortización de préstamos “se refiere a la determinación de los pagos iguales y periódicos del préstamo. Estos pagos brindan a un prestamista un rendimiento de intereses específico y permiten reembolsar el principal del préstamo en un periodo determinado” (p.179).

CAPITAL	20000		
INTERES	16,3	0,013583333	
TIEMPO	3		36

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

$$A = 20000 * \frac{(1+0,013583333)^{36} * 0,013583333}{(1+0,013583333)^{36} - 1}$$

$$A = 20000 \frac{0,02207735}{0,625326383} = 706,11$$

**Tabla 57: Amortización**

AÑOS	CAPITAL	INTERES	PAGO	CAPITAL PAGADO
1	20000	271,67	706,11	434,44
2	19565,56	265,77	706,11	440,34
3	19125,22	259,78	706,11	446,33
4	18678,89	253,72	706,11	452,39
5	18226,50	247,58	706,11	458,53
6	17767,97	241,35	706,11	464,76
7	17303,21	235,04	706,11	471,07
8	16832,13	228,64	706,11	477,47
9	16354,66	222,15	706,11	483,96
10	15870,70	215,58	706,11	490,53
11	15380,17	208,91	706,11	497,20
12	14882,97	202,16	706,11	503,95
13	14379,02	195,32	706,11	510,79
14	13868,23	188,38	706,11	517,73
15	13350,49	181,34	706,11	524,77
16	12825,73	174,22	706,11	531,89
17	12293,83	166,99	706,11	539,12
18	11754,71	159,67	706,11	546,44
19	11208,27	152,25	706,11	553,86
20	10654,41	144,72	706,11	561,39
21	10093,02	137,10	706,11	569,01
22	9524,01	129,37	706,11	576,74
23	8947,26	121,53	706,11	584,58
24	8362,69	113,59	706,11	592,52
25	7770,17	105,54	706,11	600,57
26	7169,61	97,39	706,11	608,72
27	6560,88	89,12	706,11	616,99
28	5943,89	80,74	706,11	625,37
29	5318,52	72,24	706,11	633,87
30	4684,65	63,63	706,11	642,48
31	4042,18	54,91	706,11	651,20
32	3390,97	46,06	706,11	660,05
33	2730,92	37,10	706,11	669,01
34	2061,91	28,01	706,11	678,10
35	1383,81	18,80	706,11	687,31
36	696,49	9,46	706,11	696,65
37	-0,16			

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Banco Pichincha

### 5.03.05 Depreciaciones

Gerencie.com. (2013). Menciona que la depreciación “es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él. Cuando un activo es utilizado para generar ingresos, este sufre un desgaste normal durante su vida útil que el final lo lleva a ser inutilizable” (párr.1).

**Tabla 58: Depreciación Muebles y Enseres**

Muebles y Enseres	\$ 1.510,00		
Años	10		
Depreciación	\$ 151,00		
Tiempo Edad (años)	Cargo por depreciación	Importe del fondo para depreciación	Valor en libros final del año
0	0	0	\$ 1.510,00
1	\$ 151,00	\$ 151,00	\$ 1.359,00
2	\$ 151,00	\$ 302,00	\$ 1.208,00
3	\$ 151,00	\$ 453,00	\$ 1.057,00
4	\$ 151,00	\$ 604,00	\$ 906,00
5	\$ 151,00	\$ 755,00	\$ 755,00
6	\$ 151,00	\$ 906,00	\$ 604,00
7	\$ 151,00	\$ 1.057,00	\$ 453,00
8	\$ 151,00	\$ 1.208,00	\$ 302,00
9	\$ 151,00	\$ 1.359,00	\$ 151,00
10	\$ 151,00	\$ 1.510,00	\$ 0,00

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Investigación propia

**Tabla 59: Depreciación y Equipos de oficina**

Eq. De oficina	\$ 695,50		
Años	10		
Depreciación	\$ 69,55		
Tiempo Edad (años)	Cargo por depreciación	Importe del fondo para depreciación	Valor en libros final del año
0	0	0	\$ 695,50
1	\$ 69,55	\$ 69,55	\$ 625,95
2	\$ 69,55	\$ 139,10	\$ 556,40
3	\$ 69,55	\$ 208,65	\$ 486,85
4	\$ 69,55	\$ 278,20	\$ 417,30
5	\$ 69,55	\$ 347,75	\$ 347,75
6	\$ 69,55	\$ 417,30	\$ 278,20
7	\$ 69,55	\$ 486,85	\$ 208,65
8	\$ 69,55	\$ 556,40	\$ 139,10
9	\$ 69,55	\$ 625,95	\$ 69,55
10	\$ 69,55	\$ 695,50	\$ 0,00

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Investigación propia

**Tabla 60: Depreciación y Equipos de computación**

Eq. de Computación	\$ 1.430,00		
Años	3		
Depreciación	\$ 476,67		
Tiempo Edad (años)	Cargo por depreciación	Importe del fondo para depreciación	Valor en libros final del año
0	0	0	\$ 1.430,00
1	\$ 476,67	\$ 476,67	\$ 953,33
2	\$ 476,67	\$ 953,34	\$ 476,66
3	\$ 476,67	\$ 1.430,01	\$ 0,00

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Investigación propia

**Tabla 61: Depreciación Total**

DEPRECIACIÓN					
Muebles y Enseres	\$ 151,00	\$ 151,00	\$ 151,00	\$ 151,00	\$ 151,00
Equipos de Oficina	\$ 69,55	\$ 69,55	\$ 69,55	\$ 69,55	\$ 69,55
Equipos de computación	\$ 476,67	\$ 476,67	\$ 476,67	-	-
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN</b>	<b>\$ 697,22</b>	<b>\$ 697,22</b>	<b>\$ 697,22</b>	<b>\$ 220,55</b>	<b>\$ 220,55</b>

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Investigación propia

**Tabla 62: Depreciación Gastos de Constitución**

Valor	\$ 1.250		
Años	5		
Amortización	\$ 250,00		
AÑOS	AMORTIZACIÓN	AMORT, ACUM	VALOR EN LIBROS
0			\$ 1.250,00
1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 1.000,00
2	\$ 250,00	\$ 500,00	\$ 750,00
3	\$ 250,00	\$ 750,00	\$ 500,00
4	\$ 250,00	\$ 1.000,00	\$ 250,00
5	\$ 250,00	\$ 1.250,00	\$ 0,00

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Investigación propia

### 5.03.06 Estado de Situación Inicial

Es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado. El estado de situación financiera se estructura a través de tres conceptos patrimoniales, el activo, el pasivo y el patrimonio neto, desarrollados cada uno de ellos en grupos de cuentas que representan los diferentes elementos patrimoniales (Contabilidad General, 2011).

**Tabla 63: Estado de Situación Inicial**

<b>FARMACIA "SAN JOSÉ"</b>			
<b>ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	
Caja	\$ 1.938,14		
Bancos	\$ 2.000,00		
Mercadería	\$ 22.283,83		
<b>SUB. TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 26.221,97</b>	<b>SUB. TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 0,00</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>PASIVOS A LARGO PLAZO</b>	
Muebles y enseres	\$ 1.510,00	Obligaciones bancarias	\$ 20.000,00
Equipos de oficina	\$ 695,50		
Equipos de Computación	\$ 1.430,00		
<b>SUB. TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 3.635,50</b>	<b>SUB. TOTAL PASIVOS A LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 20.000,00</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		<b>PATRIMONIO</b>	
Gastos de Investigación y Constitución	\$ 1.250,00	Capital	\$ 11.107,47
<b>SUB. TOTAL ACT. DIFERIDOS</b>	<b>\$ 1.250,00</b>	<b>SUB. TOTAL. PATRIMONIO</b>	<b>\$ 11.107,47</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 31.107,47</b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 31.107,47</b>

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Investigación propia

### 5.03.07 Estado de Resultados proyectado 5 (años)

Es importante entender que el objetivo de realizar un estado de pérdidas y ganancias para la farmacia “San José” es estimar las utilidades que se podrán tener con la puesta en marcha del proyecto, para ellos se deberá conocer los diferentes costos y gastos e ir restando, también se debe tener en cuenta los porcentajes de pago por impuestos según la cantidad de utilidad.

**Tabla 64: Estado de Pérdidas y Ganancias**

AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
<b>VENTAS</b>	<b>\$ 121.548,16</b>	<b>\$ 133.180,29</b>	<b>\$ 145.586,28</b>	<b>\$ 158.812,60</b>	<b>\$ 172.908,40</b>
COSTO DE VENTAS	\$ 79.006,30	\$ 86.567,19	\$ 94.631,08	\$ 103.228,19	\$ 112.390,46
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$ 42.541,86</b>	<b>\$ 46.613,10</b>	<b>\$ 50.955,20</b>	<b>\$ 55.584,41</b>	<b>\$ 60.517,94</b>
<b>GASTO DE VENTAS</b>	<b>\$ 15.337,73</b>	<b>\$ 17.182,74</b>	<b>\$ 18.278,90</b>	<b>\$ 19.446,68</b>	<b>\$ 20.690,82</b>
Sueldo Administrador	\$ 7.097,10	\$ 8.059,33	\$ 8.606,33	\$ 9.190,46	\$ 9.814,23
Sueldo Dependiente	\$ 5.840,63	\$ 6.627,88	\$ 7.077,73	\$ 7.558,11	\$ 8.071,09
Gastos Marketing	\$ 2.400,00	\$ 2.495,52	\$ 2.594,84	\$ 2.698,12	\$ 2.805,50
<b>UTILIDAD NETA VENTAS</b>	<b>\$ 27.204,13</b>	<b>\$ 29.430,37</b>	<b>\$ 32.676,29</b>	<b>\$ 36.137,73</b>	<b>\$ 39.827,11</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 8.757,22</b>	<b>\$ 9.125,48</b>	<b>\$ 9.512,97</b>	<b>\$ 9.444,09</b>	<b>\$ 10.012,91</b>
Sueldo Bioquímico	\$ 2.400,00	\$ 2.562,89	\$ 2.736,84	\$ 2.922,59	\$ 3.120,96
Dep. Muebles y Enseres	\$ 151,00	\$ 151,00	\$ 151,00	\$ 151,00	\$ 151,00
Dep. Equipos de oficina	\$ 69,55	\$ 69,55	\$ 69,55	\$ 69,55	\$ 69,55
Dep. Equipos de Computación	\$ 476,67	\$ 476,67	\$ 476,67	\$ 0,00	\$ 0,00
Gasto Amortización	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00

Permisos de funcionamiento	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00
Servicios Básicos	\$ 1.560,00	\$ 1.622,09	\$ 1.686,65	\$ 1.753,78	\$ 1.823,58
Arriendo	\$ 3.000,00	\$ 3.119,40	\$ 3.243,55	\$ 3.372,65	\$ 3.646,45
Útiles de oficina	\$ 600,00	\$ 623,88	\$ 648,71	\$ 674,53	\$ 701,38
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 18.446,91</b>	<b>\$ 20.304,89</b>	<b>\$ 23.163,32</b>	<b>\$ 26.693,63</b>	<b>\$ 29.814,21</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 2.852,34</b>	<b>\$ 1.864,47</b>	<b>\$ 702,99</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 15.594,57</b>	<b>\$ 18.440,42</b>	<b>\$ 22.460,33</b>	<b>\$ 26.693,63</b>	<b>\$ 29.814,21</b>
15% Trabajadores	\$ 2.339,19	\$ 2.766,06	\$ 3.369,05	\$ 4.004,04	\$ 4.472,13
<b>UTILIDAD DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 13.255,39</b>	<b>\$ 15.674,35</b>	<b>\$ 19.091,28</b>	<b>\$ 22.689,59</b>	<b>\$ 25.342,08</b>
% Impuestos	\$ 662,77	\$ 1.567,44	\$ 2.290,95	\$ 3.403,44	\$ 3.801,31
<b>UTILIDAD FINAL</b>	<b>\$ 12.592,62</b>	<b>\$ 14.106,92</b>	<b>\$ 16.800,33</b>	<b>\$ 19.286,15</b>	<b>\$ 21.540,76</b>
10% Reserva Legal	\$ 1.259,26	\$ 1.410,69	\$ 1.680,03	\$ 1.928,61	\$ 2.154,08
<b>UTILIDAD DE DIVIDENDOS</b>	<b>\$ 11.333,36</b>	<b>\$ 12.696,23</b>	<b>\$ 15.120,30</b>	<b>\$ 17.357,53</b>	<b>\$ 19.386,69</b>

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Investigación propia

### 5.03.08 Flujo de Caja

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa (El Mundo economía y negocios, 2011).

El flujo de caja toma en cuenta los ingresos y egresos de efectivo por un tiempo determinado para el proyecto se manejan datos anuales.

**Tabla 65: Flujo de Caja**

FLUJO DE CAJA	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD		\$ 12.592,62	\$ 14.106,92	\$ 16.800,33	\$ 19.286,15	\$ 21.540,76
DEPRECIACIÓN		\$ 697,22	\$ 697,22	\$ 697,22	\$ 220,55	\$ 220,55
AMORTIZACIÓN		\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00
GASTO FINANCIERO		\$ 2.852,34	\$ 1.864,47	\$ 702,99	\$ 0,00	\$ 0,00
FLUJO OPERACIONAL		\$ 16.392,17	\$ 16.918,61	\$ 18.450,54	\$ 19.756,70	\$ 22.011,31
INVERSIONES						
CAPITAL DE TRABAJO	(\$ 27.471,97)					
ACTIVOS FIJOS	(\$ 3.635,50)					
<b>FLUJO NETO</b>	<b>(\$ 31.107,47)</b>	<b>\$ 16.392,17</b>	<b>\$ 16.918,61</b>	<b>\$ 18.450,54</b>	<b>\$ 19.756,70</b>	<b>\$ 22.011,31</b>

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Investigación propia

## 5.04 Evaluación

La evaluación financiera se la realiza para verificar si un proyecto es rentable, por ello es necesario realizar la estimación de costos y gastos y de esta manera verificar con los diferentes indicadores si el proyecto es viable o no.

#### 5.04.01 Tasa de Descuento

Eco-finanzas. (s.f). Dice que “la Tasa de descuento se utiliza para actualizar los flujos de Ingresos y Costos Futuros del proyecto de Inversión, con el fin de expresar el Valor monetario de esos flujos en pesos de un período determinado” (párr.3).

Para obtener la tasa de descuento es importante analizar los datos de las tasas de interés pasiva, el riesgo país y la inflación.

Tasa Pasiva	Inflación	Riesgo País	T (MAR)
16,30%	3,98%	4,30%	24,58%

#### 5.04.02 VAN

El VAN (Valor Actual Neto) es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable (Crece Negocios, 2014).

**Tabla 66: VAN**

CÁLCULO DEL VAN		
	FN	VAN
0	-\$ 31.107,47	-\$ 31.107,47
1	\$ 16.392,17	\$ 13.157,95
2	\$ 16.918,61	\$ 10.901,04
3	\$ 18.450,54	\$ 9.542,54
4	\$ 19.756,70	\$ 8.202,02
5	\$ 22.011,31	\$ 7.335,07
	<b>VAN</b>	<b>\$ 18.031,16</b>

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Investigación propia

Es recomendable que el VAN sea mayor a cero y no un valor negativo porque de ello dependerá la viabilidad del proyecto, en el caso del proyecto se obtuvo un valor mayor a cero lo que indica que el proyecto es viable y aparte de recuperar lo invertido obtendrá ganancias.

#### 5.04.03 TIR

Eco-finanzas. (2011). Aporta que “La Tasa Interna de Retorno (TIR) es una medida de la Rentabilidad de una inversión, mostrando cuál sería la tasa de Interés más alta del proyecto en la que no genera pérdidas” (párr.2).

La TIR indica el porcentaje de rentabilidad que obtendrá el inversionista por la decisión de aportar dinero al proyecto, teniendo que ser mayor a la tasa de oportunidad.

**Tabla 67: TIR**

CÁLCULO DEL TIR		
	FN	TIR
0	-\$ 31.107,47	-\$ 31.107,47
1	\$ 16.392,17	\$ 10.986,89
2	\$ 16.918,61	\$ 7.600,48
3	\$ 18.450,54	\$ 5.555,51
4	\$ 19.756,70	\$ 3.987,19
5	\$ 22.011,31	\$ 2.977,40
	<b>TIR</b>	<b>49,20%</b>

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Investigación propia

#### 5.04.05 PRI

El PRI es un indicador que permite calcular en que tiempo se recupera lo invertido, para lo cual necesita los valores del flujo neto.

**Tabla 68: PRI**

	VAN
0	-\$ 31.107,47
1	\$ 13.157,95
	-\$ 17.949,52
2	\$ 10.901,04
	-\$ 7.048,48
3	\$ 9.542,54
	\$ 2.494,06
4	\$ 8.202,02
	\$ 10.696,08
5	\$ 7.335,07
	\$ 18.031,16

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Investigación propia

**Tabla 69: PRI**

<b>PRI=</b>	0,73338637721
Años	2
Meses	8
Días	26
Horas	22
Minutos	50
Segundos	48

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Investigación propia

#### 5.04.06 Relación Costo/ Beneficio

Es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad (Crece Negocios, 2012).

El valor del Costo/ Beneficio tiene que ser superior a 1 para que sea viable, por esta razón la importancia de obtener un valor considerable.

**Tabla 70: Costo / Beneficio**

<b>VAN BENEFICIOS</b>	<b>VAN COSTOS</b>
\$ 13.157,95	(\$ 31107,47)
\$ 10.901,04	
\$ 9.542,54	
\$ 8.202,02	
\$ 7.335,07	

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Investigación propia

C/B= VAN BENEFICIOS  
VAN COSTOS

C/B= \$ 49.138,63  
\$ 31.107,47

C/B= 1,58

#### 5.04.07 Punto de Equilibrio

Crece Negocios. (2012). Menciona que el punto de equilibrio “Es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida” (párr.1).

El punto de equilibrio es donde la empresa se mantiene estable pero no genera ganancia, a partir de ese punto el incremento de las ventas origina un beneficio, mientras que por debajo ocasiona pérdidas.

**Tabla 71: Punto de Equilibrio**

CUENTAS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES
COSTOS DE VENTAS	-	\$ 79.006,30	\$ 79.006,30
GASTOS DE VENTAS	\$ 12.937,73	\$ 2.400,00	\$ 15.337,73
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 8.757,22	-	\$ 8.757,22
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.852,34	-	\$ 2.852,34
TOTAL	\$ 24.547,28	\$ 81.406,30	\$ 105.953,59

*Elaborado por:* Apunte Thalía

*Fuente:* Investigación propia

**INGRESOS** \$ 121.548,16

**CANTIDAD** 360

$$\text{PVP} = \frac{\text{INGRESOS}}{\text{CANTIDAD}}$$

$$\text{PVP} = \frac{\$ 121.548,16}{360}$$

**PVP = 337,63**

$$\text{CVU} = \frac{\text{CV}}{\text{Q}}$$

$$\text{CVU} = \frac{\$ 81.406,30}{360}$$

**CVU = 226,13**

$$\text{P.E.Q (unidades)} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{P.v.u} - \text{C.v.u}}$$

$$\text{P.E.Q (unidades)} = \frac{\$ 24.547,28}{337,63 - 226,13}$$

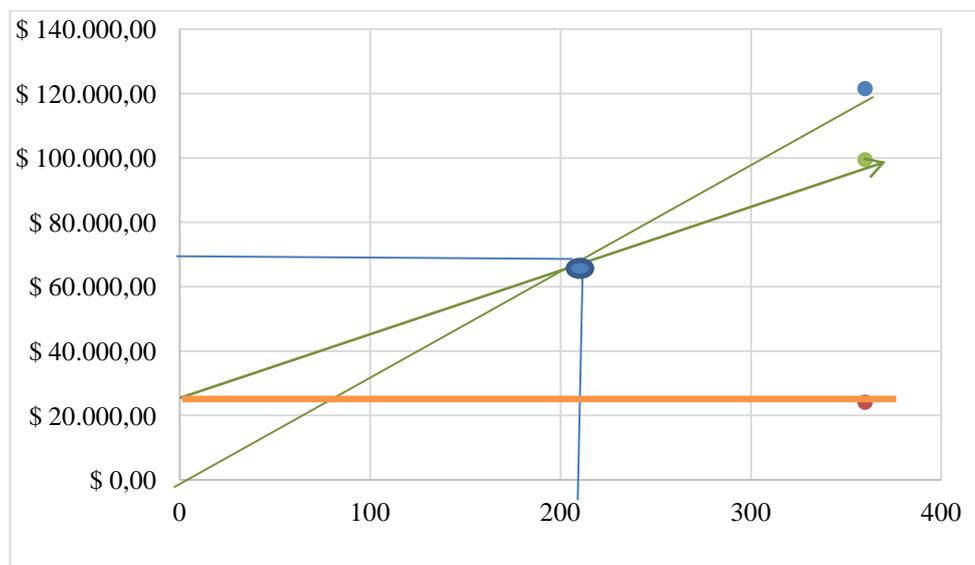
$$\text{P.E.Q (unidades)} = \frac{\$ 24.547,28}{111,51}$$

**P.E.Q (unidades) = \$ 216,37**

$$\text{P.E (MON.)} = 1 - \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{CVU}} \div \text{PVU}$$

$$\text{P.E (MON.)} = 1 - \frac{\$ 24.547,28}{226,13} \div 337,63$$

**P.E (MON.) = \$ 74.328,32**



**Gráfico 26:** Punto de Equilibrio  
*Elaborado por:* Apunte Thalía  
*Fuente:* Investigación propia

#### 5.04.07 Análisis de Indicadores Financieros

Después de realizar la evaluación financiera se puede determinar que el proyecto para la creación de una farmacia en la Parroquia de Puembo en el Barrio “San José” es viable debido a que los resultados del análisis de los índices financieros que se obtuvieron fueron positivos de esta manera se puede saber que el proyecto a ejecutarse tendrá viabilidad.

**Tabla 72: Análisis de Índices Financieros.**

INDICADORES	VALORES
T(MAR)=	24,58%
VAN=	\$ 18.031,16
TIR=	49,20%
PRI=	2 años
C/B=	1,58

*Elaborado por:* Apunte Thalía  
*Fuente:* Investigación propia

## CAPÍTULO VI

### 6.01 Impacto Ambiental

Gestión de Recursos Naturales. (2015). Menciona que “El impacto ambiental es la alteración del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por un proyecto o actividad en un área determinada” (párr.1).

### ANÁLISIS

Es claro que para la creación de la farmacia “San José”, se necesitan de varios implementos dentro de estos están los medicamentos que de ser mal llevados por los habitantes de esta barrio si pueden causar daño a la atmosfera, y por ende la culpabilidad tendrá el establecimiento farmacéutico, para evitar estas circunstancias se ha decidido añadir en la farmacia un basurero en donde solo depositen medicamentos caducados o deteriorados que tengan en sus casas y enviarlo al lugar apropiado para su eliminación de esta manera aportaría con la salud de los habitantes para evitar la contaminación que puede causar.

## 6.02 Impacto Económico

El Impacto Económico se refiere al aporte que puede causar el proyecto en el País, entre dichos cambios que puede generar son fuentes de empleo que ayudan a la disminución del desempleo esto principalmente se o puede manejar de acuerdo a el tamaño de negocio.

### ANÁLISIS

La farmacia “San José” no creara suficiente impacto económico referente a crear fuentes de empleo debido a que considera solo contratar un Dependiente Farmacéutico, bioquímico y la misma dueña se encargara de la Administración, por otra parte aportara en el pago de impuestos que representa economía para el país, de la misma forma la utilización de recursos básicos como lo es agua, luz, teléfono, la compra de mercadería es decir medicamentos y productos farmacéuticos son representativos para los proveedores debido a que es una cantidad elevada para la adquisición de medicamentos.

### 6.03 Impacto Social

La creación de la farmacia “San José” va dirigido principalmente a la población de la Parroquia de Pumbo barrio San José pero estará dispuesto a atender a los pobladores de los diferentes barrios y en consecuencia apunta a que los consumidores se planteen la necesidad de comprar productos farmacéuticos que satisfagan sus necesidades.

### ANÁLISIS

El objetivo de causar un Impacto Social radica en mejorar la calidad de vida de los trabajadores, realizando capacitaciones para que de esta manera se sientan motivados y se desempeñen de mejor manera.

La farmacia “San Jose” contribuirá con el barrio para realizar fechas especiales programas que permitan tener interacción con los niños realizando caritas pintadas, de esta forma presentará atracción a la clientela debido a que se preocupa en los intereses de la población.

## CAPÍTULO VII

### 7.01 Conclusiones

Una vez terminado el Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia en Puenbo barrio “San José” se concluye que:

- Al no existir una farmacia que cubra las necesidades de la población referentes a salud, se tiene una demanda insatisfecha razonable para la implementación del proyecto.
- Los pobladores del barrio “San José” lo que más prefieren en el momento de realizar la compra es la Plaza, y es una ventaja para la farmacia.
- La diversidad de productos que la farmacia plantea es acogida por los habitantes debido a la que no tiene la posibilidad en contadas ocasiones de adquirir todos los productos que necesita en un mismo lugar.
- Las ventas estimadas representaran ganancias para el proyecto de ahí la importancia de analizar la oferta y la demanda.
- Para realizar un proyecto de inversión es importante contar con fuentes de financiamiento.

## 7.02 Recomendaciones

Una vez terminado el Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia en Pumbo barrio "San José" se determina que:

- Es preciso que la farmacia cuente con personal capacitado en valores, conocimiento, para que permita brindar un excelente servicio y lo haga diferente de los demás.
- Es necesario realizar un Plan de marketing para los años posteriores a la creación de la farmacia por si lo necesitara.
- Es recomendable realizar un cronograma de capacitaciones al año que se darán una vez puesto en marcha el proyecto.
- Hacer atractiva la farmacia para que el cliente se sienta comprometido y satisfecho con el servicio brindado.
- Es importante informar sobre los planes de medicación frecuente para las personas que lo necesiten, y de esta forma brindar un plus de dispensación.
- La evaluación financiera es la parte más importante para la ejecución del proyecto, por esta razón se debe conocer los índices aceptables que debe tener el VAN, TIR, T (MAR, PRI y Costo / Beneficio).

## Referencias Bibliográficas

Fonseca, Patricio. (s.f). *Producto Interno Bruto*. Recuperado de:

<http://www.analiseenconomico.info/index.php/opinion2/414-el-producto-interno-bruto>

Botero, Manuel. (2011). *Costos Fijos y Variables*. Recuperado de:

<http://www.gerencie.com/clasificacion-de-los-costos.html>

Contabilidad.com.py (2006). *Costos Directos*. Recuperado de:

[http://www.contabilidad.com.py/articulos\\_73\\_costos-directos-e-indirectos.html](http://www.contabilidad.com.py/articulos_73_costos-directos-e-indirectos.html)

Crece Negocios. (2013). *Análisis del consumidor*. Recuperado de:

<http://www.crecenegocios.com/el-analisis-del-consumidor/>

Eco-finanzas. (s.f). *Activos Diferidos*. Recuperado de:

[http://www.eco-finanzas.com/diccionario/A/ACTIVO\\_DIFERIDO.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/A/ACTIVO_DIFERIDO.htm)

Eco-finanzas. (s.f). *Tasa Interna de Retorno (TIR)*. Recuperado de:

[http://www.eco-finanzas.com/diccionario/T/TASA\\_INTERNA\\_DE\\_RETORNO.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/T/TASA_INTERNA_DE_RETORNO.htm)

Econlink. (2012). *Inflación del Ecuador*. Recuperado de:

<http://www.econlink.com.ar/definicion/inflacion.shtml>

Explorable.com (2009). *Muestreo probabilístico y aleatorio*. Recuperado de:

<https://explorable.com/es/muestreo-probabilistico>

Gerencie.com. (2010). *Costo de Ventas*. Recuperado de:

<http://www.gerencie.com/costo-de-venta.html>

Gerencie.com. (2013). *Depreciación*. Recuperado de:

<http://www.gerencie.com/depreciacion.html>

Gerencie.com. (2010). *Ingresos no operacionales*. Recuperado de:

<http://www.gerencie.com/ingresos-no-operacionales.html>

Gestiopolis. (2002). *Qué es Amortización?*. Recuperado de:

<http://www.gestiopolis.com/que-es-amortizacion/>

Infante, Ramón. (2009). *Capital de Trabajo*. Recuperado de:

<http://www.gestiopolis.com/capital-de-trabajo/>

Jiménez, William. (2012). *Estado de pérdidas y ganancias*. Recuperado de:

<http://www.gestiopolis.com/el-estado-de-resultados-o-de-pérdidas-y-ganancias/>

Muñoz, Carlos. (2011). *Tasa de Interés Pasiva y Activa*. Recuperado de:

<http://activasypasivasbcb.blogspot.com/2011/10/definicion-de-tasas-activas-y-pasivas.html>

NASSIR, Sapag, Chain. (2003). *Activos Fijos. Formulación y Evaluación de Proyectos* (p.54). Bogotá: Ed. Mc Graw Hill,

Torreblanca, Francisco. (2014). *Macroentorno*. Recuperado de:

<http://franciscotorreblanca.es/que-es-el-macroentorno/>

zoniaeconomica.com. (2011). *Concepto de inversión*. Recuperado de:

<http://www.zoniaeconomica.com/concepto-de-inversion>

Ponce, Humberto. (2006). *Matriz FODA*. Recuperado de:

<http://www.eumed.net/ce/2006/hpt-FODA.htm>



---

# ANEXOS

## **Anexo 1: Encuesta**

**Esta encuesta se realiza para determinar el grado que tienen las personas hacia la comercialización de productos farmacéuticos**

**Instrucciones: Encierre la opción que crea conveniente**

**1) Al momento de adquirir productos farmacéuticos, donde prefiere comprar?**

- a) Farmacias
- b) Centros Naturistas
- c) Boticas
- d) Otros.....

**2) Usted cuenta con fácil acceso a la medicina en el Barrio?**

- a) Si
- b) No

**3) Cuanto consume mensualmente en medicamentos o productos de autoservicio en su familia?**

- a) 0 – 20
- b) 21-40
- c) 41-60
- d) 61-80
- e) 81-100
- f) 101-150

**4) Cuáles son las enfermedades más significativas en el Barrio?**

- a) E. Respiratorias
- b) E. De la piel.
- c) E. Alérgicas.
- d) E. Gastrointestinales
- e) E. Crónicas.
- f) E. Inflamación y Dolor.

**5) De crearse una farmacia en el Barrio usted la visitaría?**

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) Nunca

**6) Cuáles son los productos que adquiere con frecuencia en la farmacia?**

- a) Medicamentos
- b) Productos de Aseo
- c) Productos para Bebe
- d) Productos Naturales
- e) Productos de Higiene personal
- f) Productos de belleza

**7) De los productos anteriormente señalados donde realiza la compra?**

- a) Pifo
- b) Puembo
- c) Tumbaco
- d) Quito
- e) Yaruquí
- f) Otros.....

**8) Se siente satisfecho con los servicios de salud en donde usted realiza la compra?**

- a) Si
- b) No

**9) Cada que tiempo realiza sus compras?**

- a) Diario
- b) Semanal
- c) Quincenal
- d) Mensual
- e) Bimensual
- f) Trimestral

**10) Al momento de adquirir sus productos lo que más le atrae es?**

- a) Calidad
- b) Precio
- c) Promoción
- d) Atención al cliente
- e) Publicidad
- f) Lugar de ubicación

**11) En que horario desearía que atienda la farmacia?**

- a) Lunes a viernes de 08:00 a 20:00.
- b) Lunes a domingo 08:00 a 21:00.
- c) Lunes a viernes 07:00 a 21:00.
- d) Lunes a domingo de 07:00 a 22:00.

**12) Que servicio adicional le gustaría recibir?**

- a) Servicio a domicilio.
- b) Campañas de salud.
- c) Planes de medicación frecuente.
- d) Dispensación Personalizada de Medicamentos (SPD).
- e) Control de signos vitales.
- f) Otros.....