



TECNOLOGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN BOTIQUÍN EN  
EL BARRIO "SAN PEDRO DEL VALLE" PARROQUIA DE NAYON DMQ  
PERIODO 2016

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

Autora: Juiña Tupiza Jenny Marlene

Tutor: Eco. Lenin Paredes

**Quito, Diciembre 2016**

## CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

**Yo, Jenny Marlene Juiña Tupiza** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 172320530-6 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 UN BOTIQUÍN EN EL BARRIO “SAN PEDRO DEL VALLE” PARROQUIA DE NAYON DMQ PERIODO 2016”** facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

**FIRMA** \_\_\_\_\_  
**NOMBRE** \_\_\_\_\_  
**CEDULA** \_\_\_\_\_

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

## DECLARATORIA

Yo, JENNY MARLENE JUIÑA TUPIZA portadora de la C.I. 1723205306, 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.

---

JENNY MARLENE JUIÑA TUPIZA

C.I.: 1723205306

## CESIÓN DE DERECHOS

Yo, JENNY MARLENE JUIÑA TUPIZA portadora de la C.I. 1723205306 alumna de la Escuela de Salud, Carrera de Administración de Boticas y Farmacias, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi proyecto en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera"

---

Jenny Marlene Juiña Tupiza

C.I.: 1723205306

## AGRADECIMIENTO

Este trabajo se lo dedico principalmente a Dios por ser el que guía mi camino., por darme salud y a mi familia que han estado ahí constantemente apoyándome. Agradecer a mis padres que ha sido una pieza fundamental en este largo camino que decidí tomar, mis mayores agradecimientos al Hospital Pablo Arturo Suarez por el aporte profesional que me brindaron al realizar las practicas pre-profesionales.

Gracias al Instituto y todo el personal, por las enseñanzas brindadas a lo largo de mi carrera que después de mucho sacrificio voy a culminar.

## **DEDICATORIA**

A mis padres por su apoyo incondicional

A los profesores por las enseñanzas brindadas

---

## INDICE GENERAL

CERTIFICADO DE CESION DE DERECHOS DE AUTOR.....	i
DECLARATORIA.....	ii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
RESUMEN EJECUTIVO.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
<b>CAPITULO I.....</b>	<b>1</b>
<b>1.01 Justificación.....</b>	<b>1</b>
<b>1.02 Antecedentes.....</b>	<b>2</b>
<b>CAPITULO II.....</b>	<b>4</b>
<b>2.1 AMBIENTE EXTERNO.....</b>	<b>4</b>
2.1.1 Factor económico.....	4
2.1.2 Factor social.....	14
2.1.3 Factor legal.....	22
2.1.4 Factor Tecnológico.....	24
<b>2.2 ENTORNO LOCAL.....</b>	<b>26</b>
<b>2.3 ANALISIS INTERNO.....</b>	<b>29</b>
2.3.1 Propuesta estratégica.....	29
2.3.1.1 Misión.....	29
2.3.1.2 Visión.....	30
2.3.1.3 Objetivos.....	30
2.3.1.3.1 Objetivo General.....	30
2.3.1.3.2 Objetivos Específicos.....	30
2.3.1.3.4 Principios y/o valores.....	31
Confianza:.....	31
Respeto:.....	31
Honestidad:.....	31
Lealtad:.....	31
2.3.2 Gestión administrativa.....	31
2.3.3 Gestión operativa.....	32
2.3.4 Gestión comercial.....	35

Product (producto) .....	35
Place (Ubicación, distribución o Plaza en algunos manuales) .....	35
Price (Precio).....	35
Promotion (comunicación o promoción en algunos manuales) .....	35
People (personas) .....	36
Physical Evidence (presentación, aspecto físico o evidencia física).....	37
Process (el proceso).....	37
Post Ventas.....	37
2.4 ANÁLISIS FODA.....	38
CAPITULO III.....	47
3.1 ANALISIS DEL CONSUMIDOR.....	47
3.1.1 Determinación de la población y muestra, .....	47
3.1.2 Técnicas de obtención de información.....	48
3.1.3 Análisis de la Información .....	49
3.2.1 Oferta histórica.....	59
3.2.3 Oferta proyectada .....	60
3.4 DEMANDA .....	60
3.1 Demanda histórica.....	60
3.2 Demanda actual.....	61
3.3 Demanda proyectada.....	61
3.5 BALANCE OFERTA-DEMANDA.....	62
3.5.1 Balance Actual .....	62
3.5.2 Balance Proyectado.....	62
CAPITULO IV.....	63
4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO .....	63
4.1.1 capacidad instalada.....	63
4.1.2 capacidad óptima.....	65
4.2 LOCALIZACIÓN .....	68
4.2.1 Macro Localización.....	68
4.2.2 micro –localización .....	69
4.2.3 localización óptima .....	70
4.3 INGENIERÍA DEL PRODUCTO .....	72
4.3.1 Definición del ByS.....	72
4.3.2 Distribución de planta .....	72

4.3.3 Proceso de comercialización .....	74
4.3.4 Equipos.....	76
CAPITULO V .....	78
ESTUDIO FINANCIERO .....	78
5.1 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES .....	78
5.2 COSTOS .....	79
5.2.1 Costo Directo .....	79
5.2.2 Costos Indirectos .....	79
5.2.3 Gastos Administrativos .....	80
5.2.4 Gasto de Ventas.....	81
5.2.5 Gastos Financieros .....	81
5.2 INVERSIONES.....	84
5.2.1 Inversión Fija .....	84
5.2.1.1 Activos Fijos .....	84
5.2.1.2 Activos Nominales (diferidos) .....	85
5.2.2 Capital de Trabajo .....	86
5.2.3 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos.....	87
5.2.4 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización) .....	88
5.2.5 Depreciaciones (tabla de depreciación).....	88
5.2.6 Estado de Situación Inicial.....	89
5.2.7 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años) .....	90
5.2.8 Flujo Caja .....	91
5.3 EVALUACION.....	91
5.3.1 Tasa de descuento (TMAR) .....	91
5.3.2 VAN .....	92
5.3.4 TIR .....	93
5.3.5 PRI (Período de recuperación de la inversión).....	94
5.3.6 RBC (Relación costo beneficio).....	94
5.3.6 Punto de equilibrio .....	95
5.3.7 Análisis de índices financieros.....	97
CAPITULO VI.....	98
ANALISIS DE IMPACTOS .....	98
6.1 Impacto Ambiental.....	98
6.2 Impacto Económico .....	98

---

6.3 Impacto Social.....	98
CAPITULO VII .....	99
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	99
7.1 Conclusiones .....	99
7.2 Recomendaciones.....	100
ANEXOS .....	101
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	103

## INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 INFLACION .....	4
Tabla N° 2 PIB .....	6
Tabla N° 3 PIB SALUD .....	8
Tabla N° 4 Tasa de Interés Activa.....	10
Tabla N° 5 Tasa de Interés Pasiva .....	12
Tabla N° 6 Tasa de Desempleo .....	14
Tabla N° 7 PEA (POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA) .....	16
Tabla N° 8 Pobreza.....	18
Tabla N° 9 IPC .....	20
Tabla N° 10 Listado de Distribuidores .....	27
Tabla N° 11 Matriz MEFI .....	42
Tabla N° 12 Matriz MEFE .....	43
Tabla N° 13 Pregunta 1 .....	49
Tabla N° 14 Pregunta 2 .....	50
Tabla N° 15 Pregunta 3 .....	51
Tabla N° 16 Pregunta 4 .....	52
Tabla N° 17 Pregunta 5 .....	53
Tabla N° 18 Pregunta 6 .....	54
Tabla N° 19 Pregunta 7 .....	55
Tabla N° 20 Pregunta 8 .....	56
Tabla N° 21 Pregunta 9 .....	57
Tabla N° 22 Pregunta 10 .....	58
Tabla N° 23 Oferta Histórica.....	59
Tabla N° 24 Oferta Actual.....	59
Tabla N° 25 Oferta Proyectada.....	60
Tabla N° 26 Demanda Histórica.....	60
Tabla N° 27 Demanda Actual.....	61
Tabla N° 28 Demanda Proyectada.....	61
Tabla N° 29 Balance Actual .....	62
Tabla N° 30 Balance Actual .....	62

Tabla N° 31 Capacidad optima.....	66
Tabla N° 33 Rol de Pagos.....	67
Tabla N° 33 Localización optima .....	71
Tabla N° 34 Equipos de computación .....	76
Tabla N° 35 Equipos de oficina.....	76
Tabla N° 36 Muebles y enseres .....	77
Tabla N° 37 Equipos de seguridad .....	77
Tabla N° 38 Ventas Anuales .....	78
Tabla N° 39 Costos Directos .....	79
Tabla N° 40 Costos Indirectos.....	80
Tabla N° 41 Gastos Administrativos .....	80
Tabla N° 42 Gasto de Ventas .....	81
Tabla N° 43 Gasto Financieros.....	81
Tabla N° 44 Costos Fijos.....	83
Tabla N° 45 Costos Variables .....	83
Tabla N° 46 Activos Fijos .....	85
Tabla N° 47 Activos Nominales.....	85
Tabla N° 48 Capital de Trabajo.....	86
Tabla N° 49 Fuentes de Financiamiento.....	87
Tabla N° 50 Amortización de Financiamiento .....	88
Tabla N° 51 Depreciaciones .....	88
Tabla N° 52 Estado de Situación Inicial.....	89
Tabla N° 53 Estado de Resultados Proyectado .....	90
Tabla N° 54 Flujo de Caja .....	91
Tabla N° 55 Tasa de Descuento .....	92
Tabla N° 56 VAN.....	92
Tabla N° 57 TIR .....	93
Tabla N° 58 PRI .....	94
Tabla N° 59 RBC.....	95
Tabla N° 60 Punto de Equilibrio .....	95
Tabla N° 61 Punto de Equilibrio .....	96
Tabla N° 62 Margen Neto .....	97

## INDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 Gestión operativa .....	32
Figura N° 2 Recepción.....	33
Figura N° 3 Almacenamiento .....	34
Figura N° 4 Macro Localización .....	69
Figura N° 5 Micro Localización.....	70
Figura N° 6 Localización optima .....	71
Figura N° 7 Botiquín .....	73
Figura N° 8 Botiquín .....	74
Figura N° 9 Proceso de comercialización .....	75

## RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto que se presenta ayudara a mejorar las condiciones de vida y a su vez contribuyendo al desarrollo del bienestar y a la necesidad de dar solución a la población de la parroquia "SAN PEDRO DEL VALLE" acortando distancia para la adquisición de medicamentos básicos para su salud. Se muestra una demanda insatisfecha, en donde se va a proponer el desarrollo del proyecto debido a que en la Parroquia no existen farmacias lo que dificulta que las personas tengan acceso a los medicamentos con este proyecto se les facilitara la adquisición con un servicio de calidad y precios de acuerdo a su necesidad. En el estudio de mercado se demuestra la existencia de una demanda potencial a satisfacer, la misma que es favorable para la implementación del proyecto, debido a que la Parroquia no cuenta con ningún centro de distribución farmacéutico, ingresando en forma positiva al mercado: social, económico, empresarial, comercial y ambiental del proyecto productivo son de nivel alto positivo, concluyendo que es factible su implementación.

## ABSTRACT

The project presented helps to improve living conditions and once they contribute to the development of well-being and the need to solve the population of the parish "SAN PEDRO DEL VALLE" shortening distance for acquisition of basic medicines for your health. unsatisfied demand, where will propose the project because in the parish there are no pharmacies making it difficult for people to have access to medicines with this project they facilitate the acquisition with a quality service is shown. and prices according to their need. In the market study demonstrates the existence of a potential demand to be satisfied, it is favorable for the implementation of the project, because the parish does not have any central pharmaceutical distribution, entering positively to market: social, economic, business, commercial and environmental aspects of productive project are positive high level, concluding that its implementation is feasible.

## CAPITULO I

### 1.01 Justificación

El presente proyecto es de gran importancia para determinar la viabilidad para la creación del Botiquín. Busca además determinar aquellos factores que pueden influir positiva o negativamente antes, durante y posterior a su ejecución. La idea surge debido a la gran importancia que se debe dar a las personas que necesitan medicamentos al instante para sus enfermedades, verificando que la farmacia más cercana está a 20 km impidiendo que la población adquiera al instante sus medicamentos y satisfaga sus necesidades con respecto a la salud.

La Parroquia San Pedro del Valle es una de las parroquias con enormes necesidades como la creación de un Botiquín para beneficio de los habitantes. El presente estudio se plantea como una alternativa de solución a los problemas de la falta una farmacia que provea medicinas, con productos de calidad y a bajos precios.

Este proyecto busca el bienestar de las familias de acuerdo a las tendencias exigentes del mercado, dotando de medicamento. Por eso es de gran trascendencia la creación de un Botiquín en donde se pueda adquirir productos de bajo costo, lo más rápido posible optimizando tiempo y recursos.

El proyecto está dirigido en base a satisfacer las necesidades de los moradores, con respecto a la falta de establecimientos farmacéuticos cercanos esta oportunidad se la complementara con una buena atención ya que esto es un factor importante para el cliente.

## 1.02 Antecedentes

De acuerdo a la ubicación geográfica la población de Nayon se distribuye con la siguiente estructura:

- En la cabecera parroquial la población total llega a 6391 habitantes.
- Mira valle con 4029 habitantes, San Francisco de Tanda con 2521 habitantes  
y
- La Parroquia San Pedro del Valle con el 6.8% de la población.

Se encuentra ubicada en el lado occidental del Valle de Tumbaco que étnicamente corresponde a una población mayoritaria (mestizos) y minoritaria (indígenas). Ha alcanzado un desarrollo realmente importante.

La población económicamente activa se dedica a la agricultura, construcción, comercio, empleados públicos, privados de carácter mayoritario, y otros trabajos en minoría.

---

Según Álvarez, Liñán, y Coro (2012). "El botiquín farmacéutico será custodiado y supervisado por el personal de farmacia, en el servicio respectivo". El Botiquín será establecido según las necesidades de la población en el caso que amerite. Los botiquines de deben contar con una lista única de stock fijo de medicamentos. Buscando información en tesis no hemos encontrado la creación de un Botiquín en el área por lo que hemos verificado estudios parecidos en información primaria.

Según Sarmiento, Ana (2015) nos dice que: "El botiquín farmacéutico lo podemos definir como el establecimiento sanitario autorizado con carácter excepcional, dependiente de una oficina de farmacia, en el que se presta asistencia farmacéutica a un conjunto de población determinado donde no exista oficina de farmacia"

## CAPITULO II

### 2.1 AMBIENTE EXTERNO

Según Harold Koontz y Heinz Weihrich “Los factores externos son aquellos que conforman al medio que nos rodea es decir estos factores nos pueden afectar o ayudar en la toma de alguna decisión.

#### 2.1.1 Factor económico

Según el Banco Central del Ecuador “Son los relacionados con el comportamiento de la economía, el flujo de dinero, de bienes y servicios, tanto a nivel nacional o internacional”.

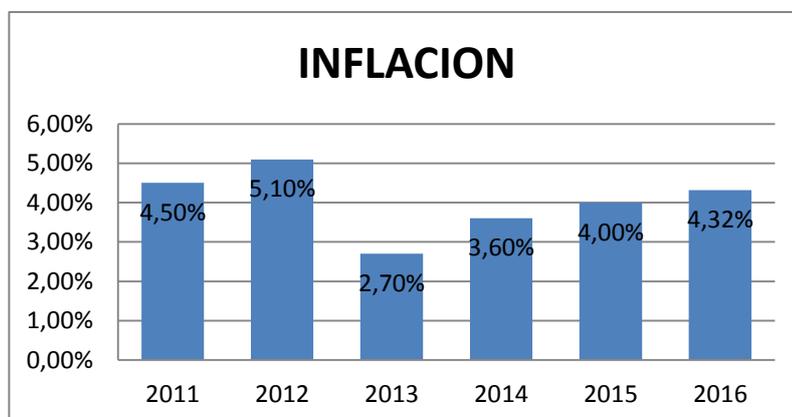
#### INFLACION

Según el Banco Central del Ecuador “Es el aumento generalizado y sostenido de los precios de los bienes y servicios existentes en el mercado durante un período de tiempo, generalmente un año”.

**Tabla N° 1**  
*Inflación*

AÑOS	INFLACION
2011	4,50%
2012	5,10%
2013	2,70%
2014	3,60%
2015	4,00%
2016	4.32%

**Fuente:** BCE



**Gráfico N° 1** *Inflación*

**Nota:** Estos datos son obtenidos del BCE.

## ANALISIS

La inflación del año 2016 fue de 4.32 % en el presente año aumentara, siendo la principal causa la baja de precio del petróleo ya que es la principal fuente de exportación del Ecuador, para nuestro Botiquín sería una **amenaza** ya que los precios se elevaran de manera constante.

### PIB (Producto Interno Bruto)

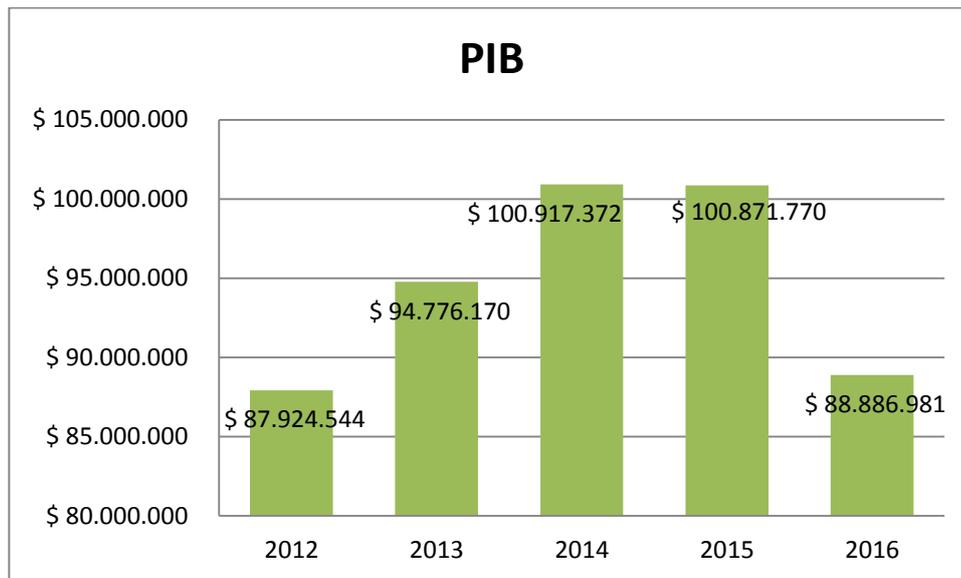
Según el Banco Central del Ecuador “Es el valor monetario de la producción tanto de bienes como de servicios por un periodo de tiempo. Es publicado de forma trimestral con la finalidad de permitir un conocimiento más amplio y oportuno sobre la evolución económica del país”.

#### Tabla N° 2

##### *Producto Interno Bruto*

AÑOS	PIB	
2012	\$ 87.924.544	7.79%
2013	\$ 94.776.170	6.48%
2014	\$ 100.917.372	-0.05%
2015	\$ 100.871.770	-11.88%
2016	\$ 88.886.981	

**Fuente:** BCE



**Gráfico N° 2** *Producto Interno Bruto*

**Nota:** Estos datos son obtenidos del BCE.

## ANALISIS

En el año 2016 el PIB ha disminuido a \$88.886.981 con respecto al año 2015 siendo una **Amenaza** ya que la tasa de crecimiento del PIB es el aumento de la cantidad de bienes y servicios finales producidos en el país es decir se venden menos bienes y servicios y las ganancias de los negocios se reducen

## PIB DE SALUD

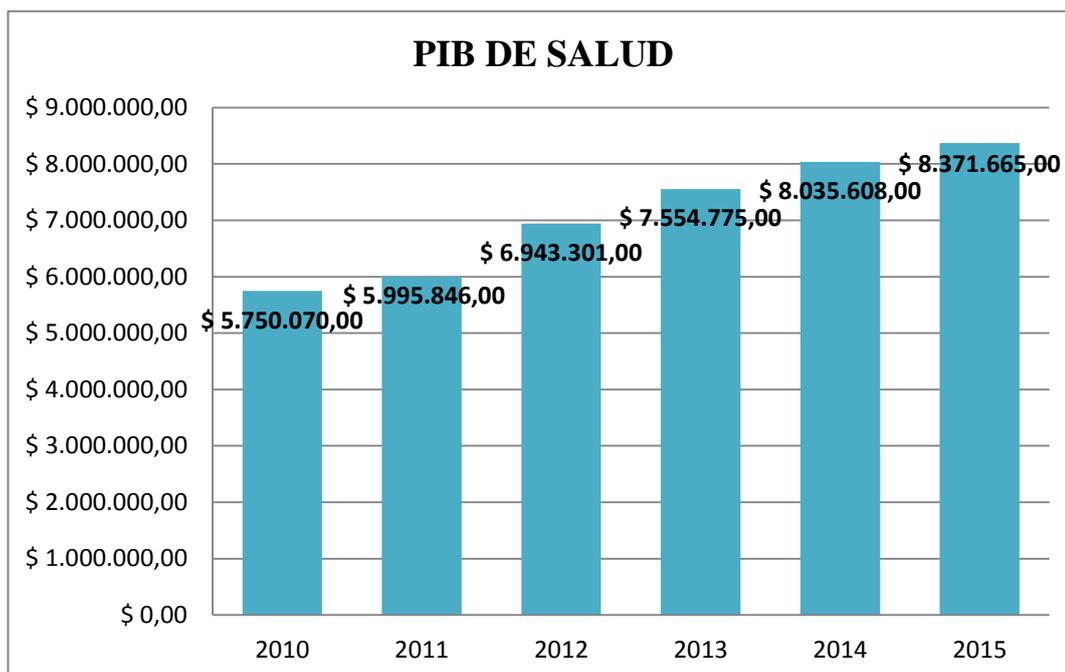
Según el Banco Mundial “es la suma del gasto público y privado en salud. Abarca la prestación de servicios de salud (preventivos y curativos), las actividades de planificación familiar, las actividades de nutrición y la asistencia de emergencia designadas para la salud”.

**Tabla N° 3**

*Producto Interno Bruto De Salud*

AÑOS	PIB	
2010	\$ 5.750.070,00	4.27%
2011	\$ 5.995.846,00	15.80%
2012	\$ 6.943.301,00	8.81%
2013	\$ 7.554.775,00	6.36%
2014	\$ 8.035.608,00	4.18%
2015	\$ 8.371.665,00	

**Fuente:** BCE



**Gráfico N° 3** PIB de Salud

**Nota:** Estos datos son obtenidos del BCE.

## ANALISIS

La tasa de crecimiento del PIB de salud cada año va aumentando lo que genera una **oportunidad** ya que abarca la prestación de servicios de salud (preventivos y curativos), las actividades de planificación familiar, las actividades de nutrición y la asistencia de emergencia designadas para la salud.

## TASA DE INTERES ACTIVA

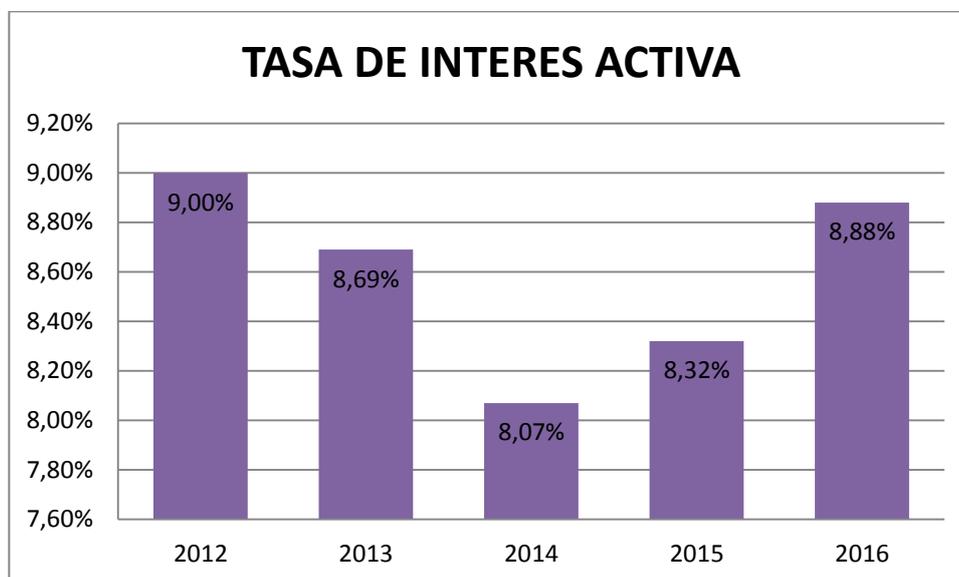
Es la tasa de interés que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados. Es decir, el que cobra el banco por el dinero que presta.

**Tabla N° 4**

*Tasa de Interés Activa*

AÑOS	TIA
2012	9,00%
2013	8,69%
2014	8,07%
2015	8,32%
2016	8,88%

*Fuente:* BCE



**Gráfico N° 4** Tasa de Interés Activa  
**Nota:** Estos datos son obtenidos del BCE.

## ANALISIS

La tasa de interés activa ha aumentado a un 8.88% en el 2016 respecto al año anterior que fue de 8.32% establecido por el Banco Central del Ecuador lo cual denota una **Amenaza** para realizar un préstamo a entidades financiera debido a que el interés aumenta.

## TASA DE INTERES PASIVA

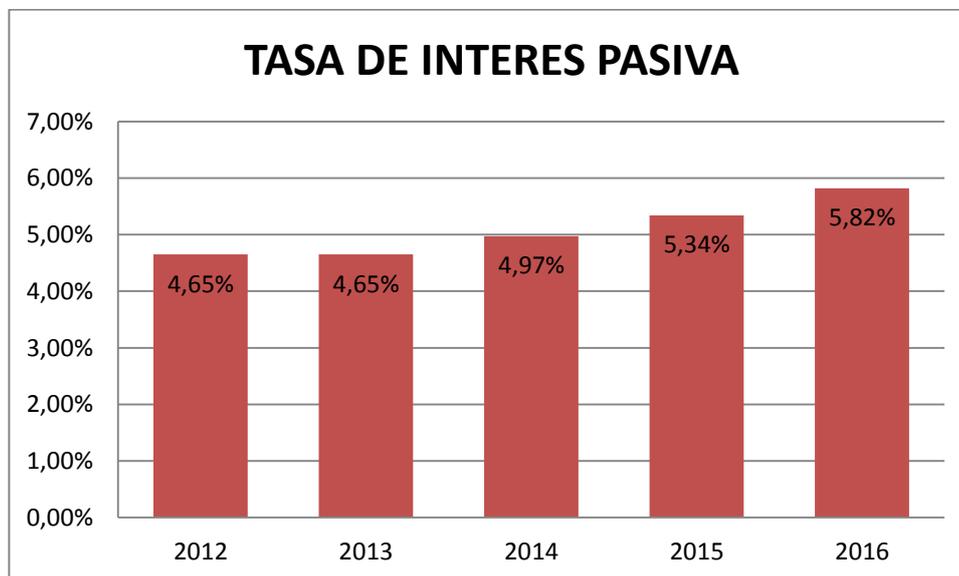
Es la tasa de interés que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado. Es decir, el que te paga el banco por los depósitos.

**Tabla N° 5**

*Tasa de Interés Pasiva*

AÑOS	TIP
2012	4,65%
2013	4,65%
2014	4,97%
2015	5,34%
2016	5,82%

*Fuente:* BCE



**Gráfico N° 5** Tasa de Interés Pasiva

**Nota:** Estos datos son obtenidos del BCE.

## ANALISIS

La tasa de interés pasiva va incrementando cada año en el año 2016 existe un aumento del 5.82% a diferencia del año 2015 que fue de 5.34% este factor es una **Amenaza** para el Botiquín ya que si el interés pasivo aumenta sería conveniente tener el dinero en el Banco porque nos pagarán más por ahorrar y no sería factible invertir en una empresa.

### 2.1.2 Factor social.

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.

**Tabla N° 6**

*Tasa de Desempleo*

AÑOS	DESEMPLEO
2012	4,10%
2013	4,20%
2014	3,80%
2015	4,80%
2016	5,70%

*Fuente:* BCE

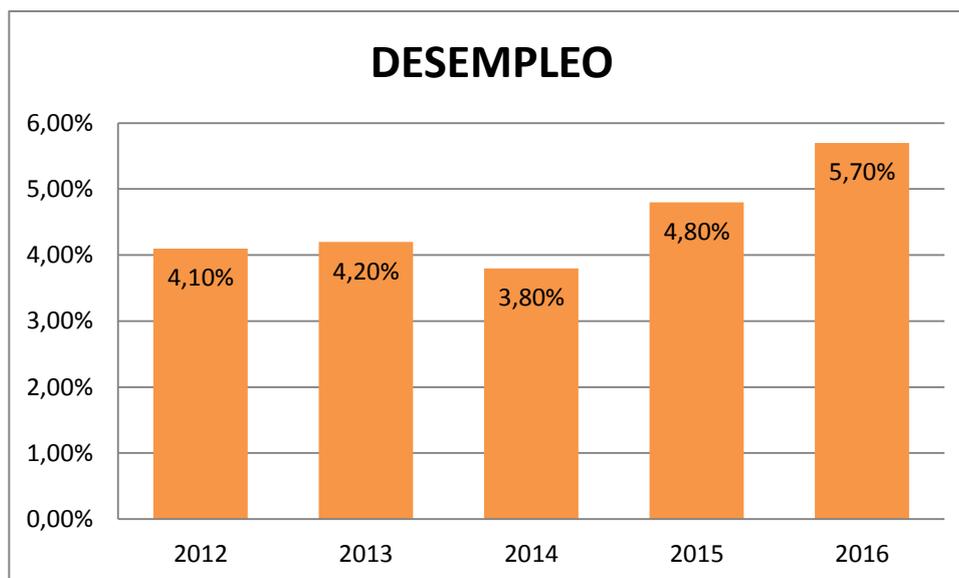


Gráfico N° 6 Desempleo

Nota: Estos datos son obtenidos del BCE.

## ANALISIS

El Ecuador registra una tasa de desempleo nacional de 5,7% en marzo del 2016, en comparación con el 4,8% de Diciembre pasado es decir que en el país existen alrededor de 448.990 desempleados la razón principal es la mayor oferta laboral una mayor población en edad de trabajar, .Este factor es una **Amenaza** ya que disminuirá notablemente los ingresos económicos de las personas y puede aparecer un factor negativo que es la delincuencia.

## POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA

Las personas económicamente activas son todas aquellas personas que, están en capacidad y disponibilidad para dedicarse a la producción de bienes y servicios económicos en un determinado momento

**Tabla N° 7**

*Población Económicamente Activa*

AÑOS	PEA
2012	19,72%
2013	19,16%
2014	17,60%
2015	14,32%
2016	12,91%

*Fuente:* BCE

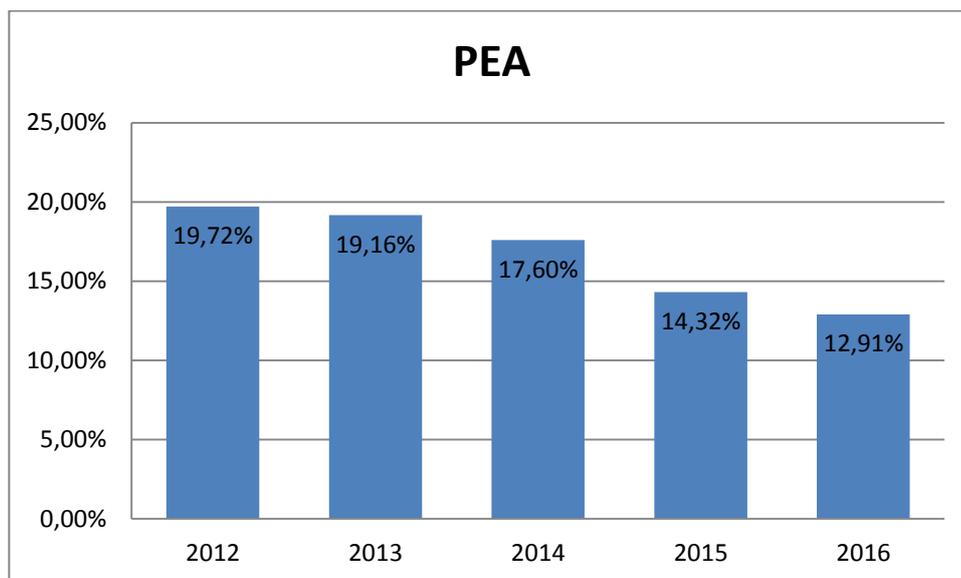


Gráfico N° 7 Población Económicamente Activa

Nota: Estos datos son obtenidos del BCE.

## ANALISIS

El PEA para el 2016 ha disminuido el INEC indica que muchas personas han salido del mercado laboral o que hubo menor oferta de empleo en el país. Y esto, a su vez, apareció reflejado en la disminución de número de personas que estén ocupando algún cargo. Este factor en una **amenaza** para el negocio ya que las personas no tiene ingresos económicos.

## Pobreza

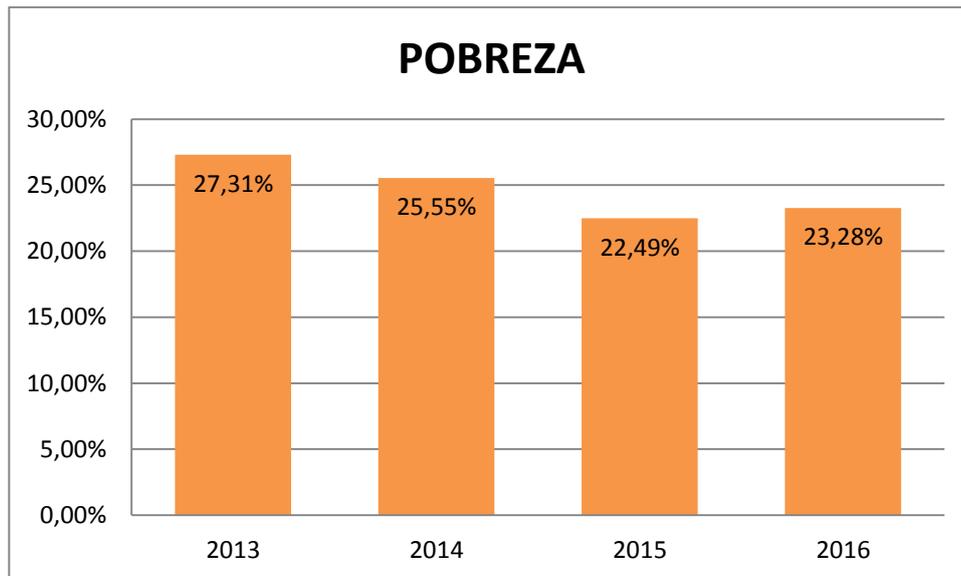
Según BCE nos indica que “La pobreza es la situación o condición socioeconómica de la población que no puede acceder o carece de los recursos para satisfacer las necesidades físicas y psíquicas básicas que permiten un adecuado nivel y calidad de vida”.

**Tabla N° 8**

*Pobreza*

<b>AÑO</b>	<b>POBREZA</b>
2013	27,31%
2014	25,55%
2015	22,49%
2016	23,28%

*Fuente: BCE*



**Gráfico N° 8** Pobreza

**Nota:** Estos datos son obtenidos del BCE.

### **Análisis**

La pobreza en el Ecuador ha tenido variaciones debido a que en el 2015 la pobreza era de 22.49% y en el presente año aumento a 23.28%. La pobreza incremento debido a la falta de oportunidad de trabajo para las personas que carecen de estudios universitarios aunque el factor mas importante en este año que llevo a elevar la pobreza afectando la economía del país fue el terremoto ocurrido el pasado 16 de Abril ,este factor es una **Amenaza** ya que al no haber demanda por carencia económica las empresas reducen sus ofertas y se disminuyen los ingresos.

### Índice de precios al consumidor (IPC)

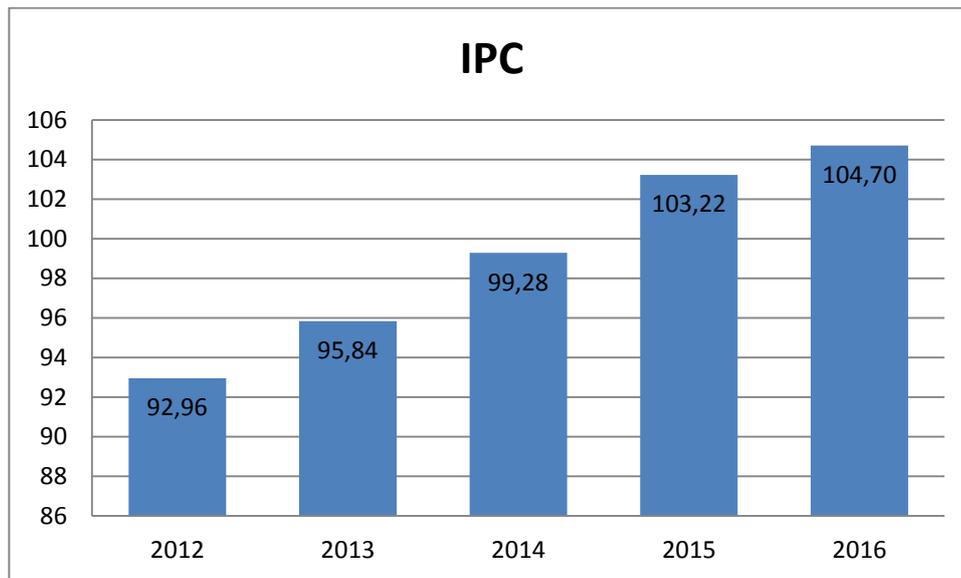
Según BCE nos indica que “Un índice de precios es una medida que refleja cambios en los precios de un número de bienes en una economía, es una medida que refleja cambios en los precios de un número de bienes en una economía.”

#### Tabla N° 9

##### Índice de Precios al consumidor

AÑOS	IPC
2012	92,96
2013	95,84
2014	99,28
2015	103,22
2016	104,70

*Fuente:* BCE



**Gráfico N° 9** Índice de Precios al Consumidor

**Nota:** Estos datos son obtenidos del BCE.

### **Análisis**

El IPC va aumentando cada año. La importancia del IPC es que mide la variación de nuestro poder adquisitivo. Si suben los precios, podremos adquirir menos bienes y servicios con los ingresos correspondientes, es una **Amenaza** ya que aunque se tenga altos ingresos económicos provenientes del negocio no podremos adquirir los bienes por su alto costo.

### 2.1.3 Factor legal

Son los referentes a todo lo que implica una posición de poder en nuestra sociedad, en sus diferentes niveles, que tendrán una repercusión económica.

#### **Según el Control Sanitario nos dice que:**

#### REGLAMENTO DE CONTROL Y FUNCIONAMIENTO DE LOS ESTABLECIMIENTOS FARMACÉUTICOS

##### **Art. 1.-**

El funcionamiento y control de botiquines, farmacias, distribuidoras farmacéuticas, casas de representación y laboratorios farmacéuticos, públicos y privados que se encuentran en todo el territorio nacional a los que se refiere el Art. 165 de la Ley Orgánica de Salud, están sujetos a las disposiciones establecidas en el presente reglamento.

##### **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 biológico 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.

#### **Art. 165.-**

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

#### **Art. 166.-**

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

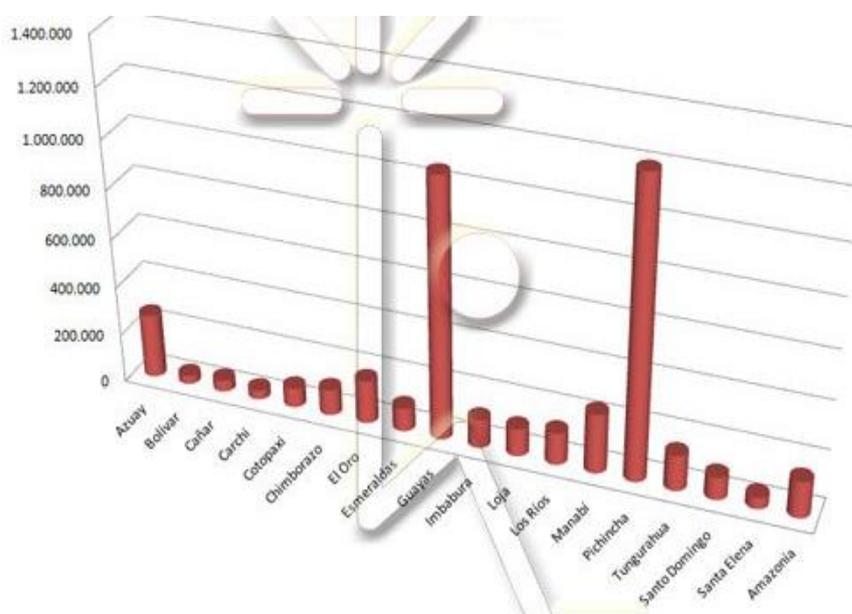
Los botiquines estarán a cargo de personas calificadas y certificadas para el manejo de medicamentos. La autorización para su funcionamiento es transitoria y revocable.

#### **ANALISIS**

El factor legal es muy importante e influye mucho, puesto que si no cumplimos habrá sanciones económicas o privación de la libertad. Este factor es una oportunidad debido a que el estado regula la conducta de una sociedad por medio de sus leyes, para que haya paz y tranquilidad en una sociedad.

### 2.1.4 Factor Tecnológico

La tecnología es un elemento vital ya que nos muestra la utilización de la tecnología en nuestro país debido a que grandes o pequeñas empresas, se ven afectados por los cambios en la tecnología. Es necesario estar enterado de estos cambios y evaluar la posibilidad de introducirlos al negocio.



**Gráfico N° 10** Internet en el Ecuador

*Fuente:* INEC

### ANALISIS

En el Ecuador, de acuerdo con el INEC, el perfil está definido así: más hombres que mujeres, que usa la red principalmente para comunicarse, informarse, educarse y trabajar. Además, se conecta desde su hogar, un acceso público, instituciones educativas y trabajo. La mayoría de usuarios son jóvenes

entre 16 y 24 años. Ecuador mejoró su posicionamiento en el Índice de Disponibilidad de Tecnología (NRI) en red, ocupando, actualmente, el puesto 82 entre 144 países estudiados, según Telecomunicaciones.

Es decir el factor tecnológico es una oportunidad ya que la mayoría de personas tienen acceso a internet lo que ayuda a una empresa a darse a conocer y promocionar sus productos con mayor facilidad.

### **Sistemas Tecnológicos que se usan en las farmacias**

#### **MONICA ( \$190)**

Es el programa de computador ideal para su negocio. Le permite realizar las facturas, controlar el inventario, realizar listas de precios, tener un archivo de clientes, proveedores, manejar las cuentas por cobrar, las cuentas corrientes, y la contabilidad básica de su empresa. Puede ser utilizado en cualquier país del habla castellana.

#### **FACTUMARKET (\$249)**

El sistema de Facturación e Inventarios es totalmente intuitivo y en apenas en un día de trabajo es capaz de mostrar datos estadísticos previos del estado de cualquier negocio, en Facturación e Inventarios.

---

## ANALISIS

Para el botiquín se podría utilizar un sistema básico el más adecuado es Mónica con un precio de \$ 190 con el cual se puede realizar las facturas, controlar el inventario, realizar listas de precios, tener un archivo de clientes, proveedores etc.

### 2.2 ENTORNO LOCAL

Para este análisis se va a tomar en cuenta las 5 fuerzas de Porter las cuales nos ayudan a determinar la rentabilidad de una empresa a largo plazo

#### **Amenaza de nuevos competidores**

El botiquín al estar ubicada en el barrio San Pedro del Valle siendo esta una zona rural que carece de servicio farmacéutico varios competidores directos como indirectos tratan de satisfacer dicha necesidad por lo tanto es una **amenaza**.

#### **Poder de negociación de los proveedores**

Un proveedor puede ser una persona o una empresa que ofrece a empresas servicios o bienes, los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta.

Este factor es una **oportunidad** porque se tomara en cuenta varios distribuidores Farmacéuticos que abastece a la farmacia y cada uno con características eficientes.

## Lista de Distribuidores Farmacéuticos

**Tabla N° 10**

*Listado de Distribuidores*

Quifatex	Genfar
Difare	Farmaenlace
Medicamenttal	Lamosan

**ELABORADO POR:** Jenny Juiña

### **Poder de Negociación de los Compradores**

El Cliente es el motor de una empresa es decir es el eje fundamental por lo cual la empresa debe buscar cuales son las necesidades del cliente y satisfacerlos. De este manera los potenciales clientes en el Barrio San Pedro del Valle serán todos los habitantes debido a la gran demanda insatisfecha haciendo que los clientes tengan un nivel bajo de negociación así se verá como una **oportunidad** para nosotros.

### **Amenaza de ingreso de productos sustitutos**

Al estar ubicada en el Barrio San Pedro del Valle tiene muchos habitantes autóctonos que mantienen sus creencias respecto al consumo de plantas naturales este campo ha ido creciendo y cada vez aparecen productos que atraen a los

clientes por lo cual es una **amenaza** para nuestro Botiquín tenemos a NATURE'S GARDEN que está a 20 km.

## PRODUCTOS SUSTITUTOS

### NATURE'S GARDEN



*Fuente:* Google imágenes

Laboratorio Carvagu S.A., fabrica y distribuye una amplia variedad de suplementos herbales, fórmulas líquidas y productos en cápsulas. Además contamos con cosméticos para el cuidado facial, capilar, corporal y productos medicinales con extractos naturales elaborados con los más finos componentes de grado

### La Rivalidad entre Competidores

En el estudio de nuestros competidores es decir aquel que ofrece nuestros mismos productos de manera diferente ya sea que se encuentren o no ubicados en la misma localidad la cual para nuestro Botiquín sería una **amenaza** debido a que existe una farmacia de cadena ( Medicity) a 20 km que representa un competidor fuerte.

Debemos tomar en cuenta los siguientes puntos:

La competencia de precios

Batallas de publicidad ya que pueden influir positivamente aumentando la demanda o mejoran la diversidad de los productos.



*Fuente:* Google imágenes

Hoy cuentan con más de 60 locales en ciudades como Quito, Pomasqui, Valles: San Rafael y Chillos, Cumbayá, Tumbaco, Cayambe, Esmeraldas, Ambato y Guayaquil. Con la visión de ampliar la cobertura de mercado, en agosto de 2012 se iniciaron actividades comerciales en Guayaquil con la Farmacia Medicity Blue Coast, hoy tenemos 9 locales en donde se benefician más de 50 colaboradores y sus familias. Farmacias Medicity espera seguir

## 2.3 ANALISIS INTERNO

### 2.3.1 Propuesta estratégica.

#### 2.3.1.1 Misión



Satisfacer las necesidades de salud ofreciendo la mejor variedad de medicamentos y servicios de calidad a precios cómodos para que tenga alcance a toda la población logrando así una mayor rentabilidad y satisfacción de nuestros clientes entregando servicios de salud y bienestar en un ambiente de cordialidad y respeto.

### 2.3.1.2 Visión



Ser reconocida y distinguida en 5 años en el mundo farmacéutico por proveer grandes facilidades y por el compromiso con la satisfacción de nuestros clientes, logrando así una mejor posición del mercado brindando la mejor experiencia de compra, conveniencia y seguridad.

### 3.1.3 Objetivos

#### 2.3.1.3.1 Objetivo General

Ser un negocio líder en la venta de productos farmacéutico, brindar a la comunidad seguridad y confianza mediante la prestación de los servicios farmacéuticos.

#### 2.3.1.3.2 Objetivos Específicos

- Acatar todas las normas de higiene y sanidad que existen para los establecimientos farmacéuticos.
- Fortalecer la capacitación del propietario y los empleados en la atención a los clientes.
- Ofrecer a la comunidad servicios y productos de calidad.

### 2.3.1.4 Principios y/o valores

**Confianza:**

Tener la seguridad del correcto desempeño de los trabajadores.

**Respeto:**

Aceptar las opiniones, ideas de las personas.

**Honestidad:**

Ser sincero y actuar bajo el marco de normas establecidas.

**Lealtad:**

Identificarse y vivir con los valores de la empresa.

### 2.3.2 Gestión administrativa

**PROPIETARIO Y ADMINISTRADOR**

El propietario es aquel que se encarga de investigar, planificar y desarrollar un plan, y esperar revisarlo y cambiarlo si es necesario.

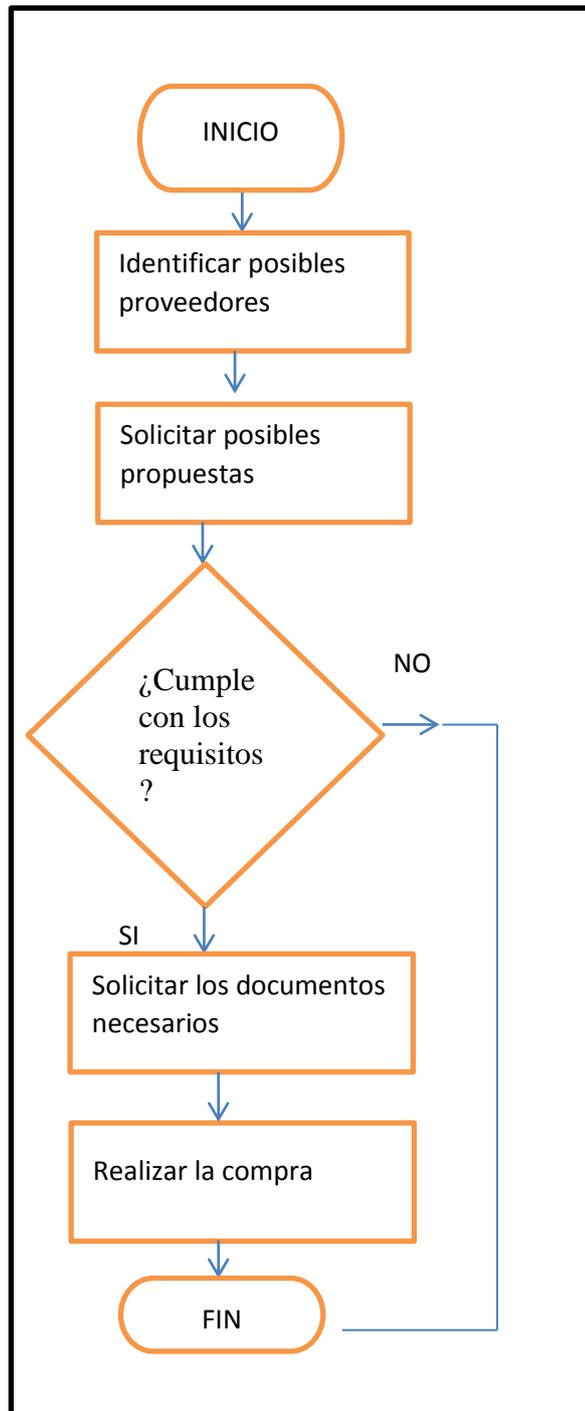
**BIOQUIMICO FARMACEUTICO**

Es aquel que se encarga del control de calidad de los medicamentos certifica y evalúa el funcionamiento del establecimiento.

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña

### 2.3.3 Gestión operativa

#### Selección de Proveedores



#### Adquisición

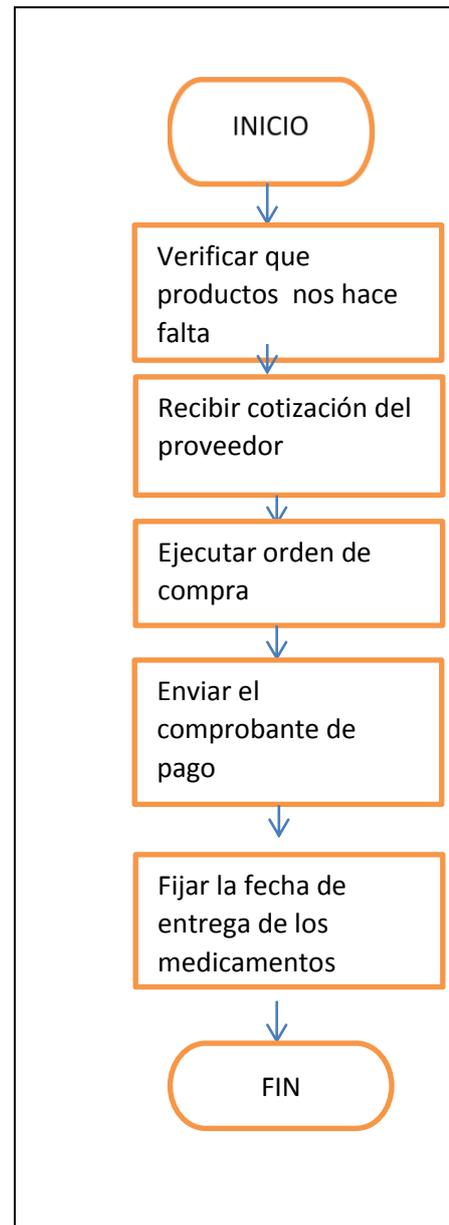
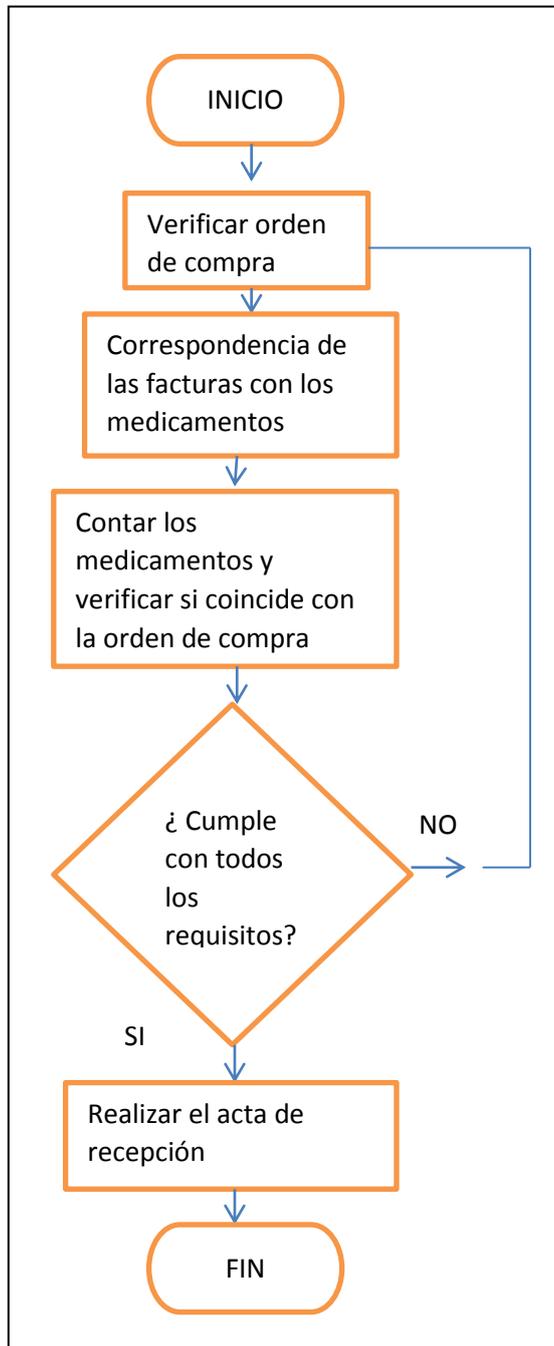


Figura N° 1 Gestión operativa

ELABORADO POR: Jenny Juiña

## Recepción

### Recepción Administrativa



### Recepción Técnica

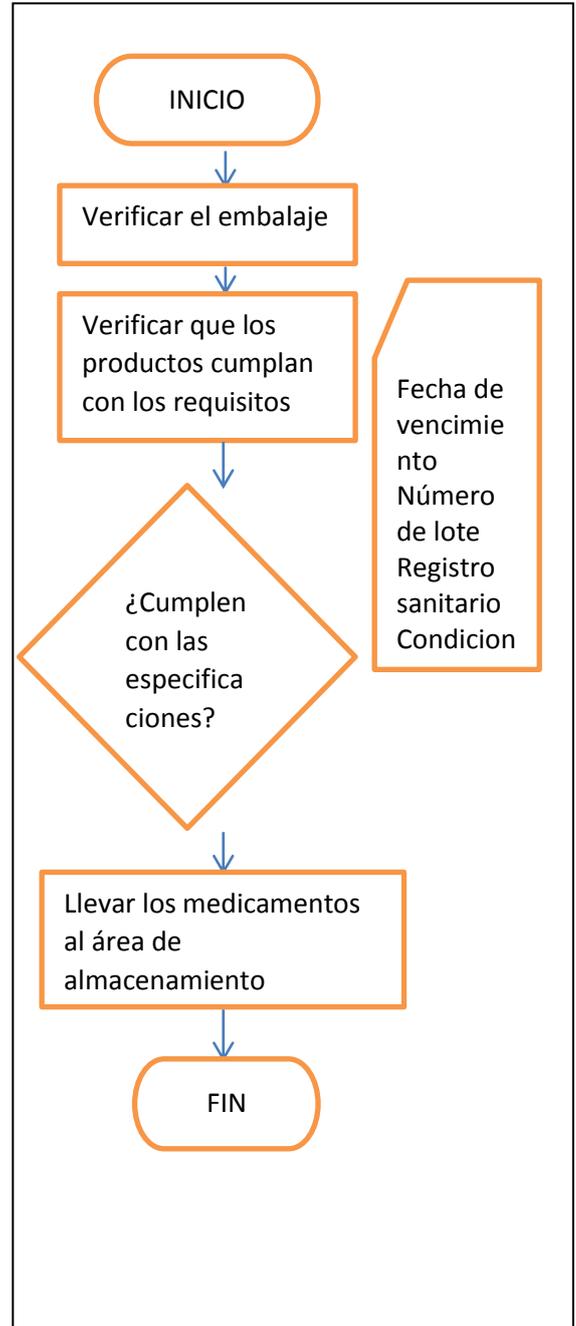


Figura N° 2 **Recepción**  
*ELABORADO POR:* Jenny Juiña

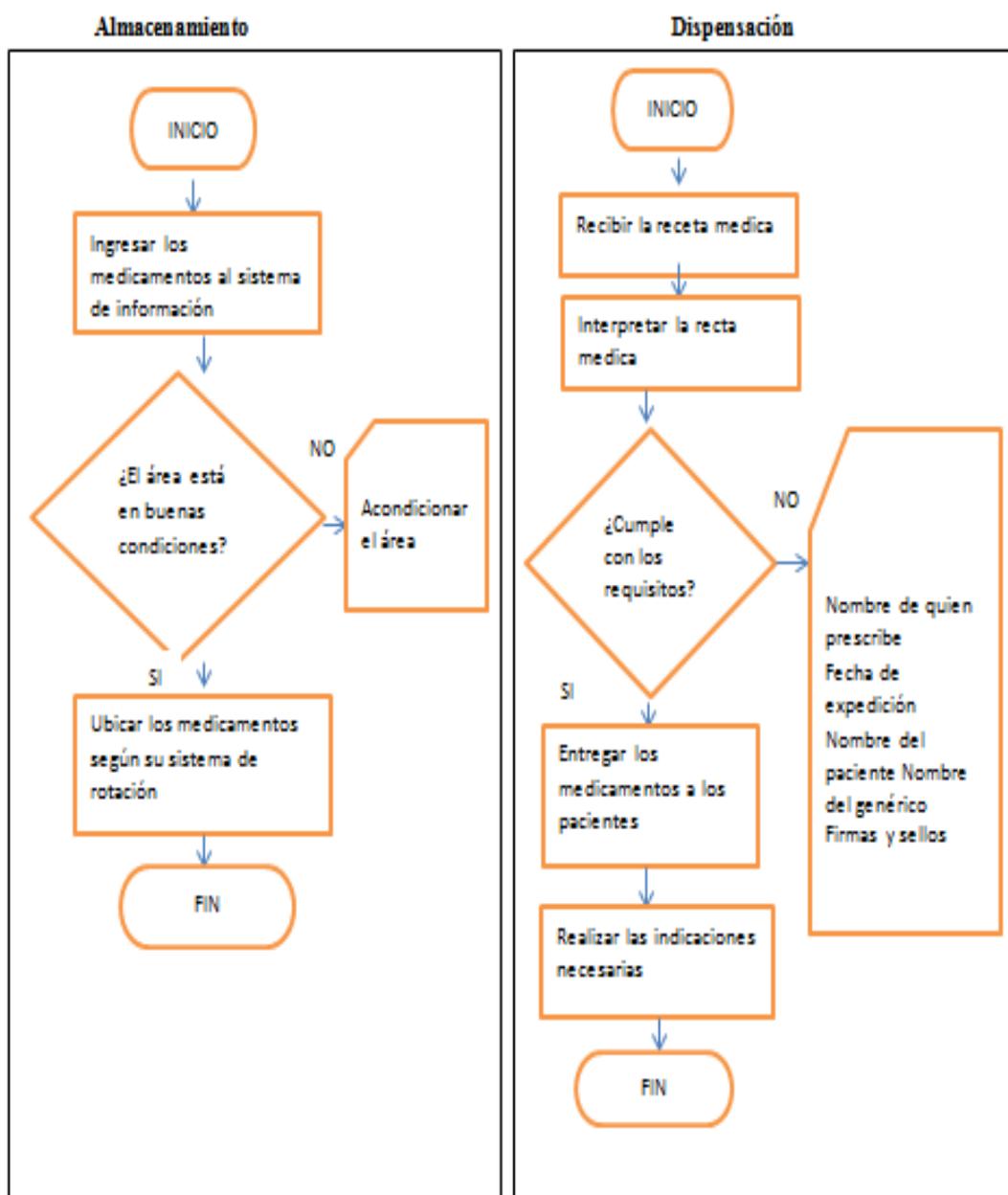


Figura N° 3 Almacenamiento

ELABORADO POR: Jenny Juiña

### 2.3.4 Gestión comercial

#### Product (producto)

Cuando hablamos del producto nos referimos a éste en sí y todo lo que tiene que ver con él directamente, es decir en nuestro Botiquín el producto serían los medicamentos su diseño, utilidad, características, etc.

#### Place (Ubicación, distribución o Plaza en algunos manuales)

Tiene que ver con la distribución de nuestro producto, canales, ubicación, podemos ofrecer nuestros productos vía internet, envío de correos.

#### Price (Precio)

La política de precios a seguir debe ser planificada, pues el posicionamiento de nuestros productos y servicios dependen de ésta. Aquí nuestro Botiquín ofrecerá descuentos, ofertas.

#### Promotion (comunicación o promoción en algunos manuales)

Las promociones que exista en el Botiquín se comunicara a los clientes dándoles a conocer los beneficios que pueden recibir y ser partícipes de nuestra organización a través de mail redes sociales, etc. Se realizara promociones en fechas especiales como el:

14 de Febrero: Por la compra de productos que superen los 20 dólares se obsequiara un llavero en forma de corazón.



*Fuente:* Google imágenes

Día de la Madre: Por la compra de productos que superen los 30 dólares se obsequiara un set de cepillos para cabello.



*Fuente:* Google imágenes

Día del Niño: Por la compra de productos que superen los 15 dólares se obsequiara globos de formas.



*Fuente:* Google imágenes

People (personas)

El personal debe estar motivado ya que las organizaciones están conformadas por personas y éstas son las que prestan los servicios, esto que es algo fundamental, hoy en día tiene un gran valor estratégico puesto que, si tenemos empleados motivados y en consonancia con la misión, visión y valores de nuestra organización, serán creadores de valor para nuestra empresa.

Al trabajador se le motivara con bonos económicos según las ventas que realice.

---

### Physical Evidence (presentación, aspecto físico o evidencia física)

El lugar donde se va a llevar a cabo el servicio debe ser atractivo es decir debe llamar la atención los espacios físicos dónde se prestan decoración, música, colores par que los producto que se ofrecen resulten a la vista del cliente.

### Process (el proceso)

Ya no sólo es importante tener un producto acorde con lo que demanda el cliente, sino también cuidar todos los procesos ya que de ello depende la efectividad con la que realice las actividades dentro del Botiquín y entregar correctamente lo que el cliente nos pida ya que si un proceso falla las actividades se volverán lentas e ineficientes lo que hará que los clientes no regresen.

El proceso que se realizara en cuanto a la atención al cliente será la siguiente:

Saludar al cliente

Conceder valor a los clientes

Preguntar en que se le puede servir

Escuchar al cliente

Ayudar al cliente

Invitar al cliente que regrese

### **Post Ventas**

Es una buena forma de fidelizar y brindar satisfacción al cliente mediante servicios informativos luego de la compra de los productos farmacéuticos.

## 2.4 ANÁLISIS FODA

Una vez realizado el análisis de los factores externos (económicos, social, legal, tecnológico) y de los factores internos (fuerzas de porter), procedemos al análisis de la matriz FODA ya que esto nos permite obtener un diagnóstico preciso el cual nos ayudara a tomar decisiones y cumplir con los objetivos establecidos.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ubicarnos en un lugar adecuado y cumplir con todos los requisitos establecidos.</li> <li>➤ Brindar un buen servicio al cliente.</li> <li>➤ Contratar personal profesional capacitado.</li> <li>➤ Los procesos serán correctamente llevados a cabo e informados al personal de acuerdo a sus funciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ En el Ecuador existe un alto índice de personas que trabajan con tecnología de punta lo que nos da una oportunidad debido a que existen sistemas con los que nuestro Botiquín podría trabajar y generar una mejor efectividad.</li> <li>➤ Poder de negociación de los proveedores en el Ecuador existen varios distribuidores Farmacéuticos que abastecen a las farmacias cada uno con características eficientes.</li> <li>➤ Poder de Negociación de los Compradores los clientes</li> </ul>

	<p>potenciales en el Barrio San Pedro del Valle serán todos los habitantes debido a la gran demanda insatisfecha haciendo que los clientes tengan un nivel bajo de negociación así se verá como una oportunidad para nosotros.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ El factor tecnológico es una oportunidad ya que la mayoría de personas tienen acceso a internet lo que ayuda a una empresa a darse a conocer y promocionar sus productos con mayor facilidad.</li><li>➤ El factor legal es una oportunidad ya que el estado regula la conducta de una sociedad por medio de sus leyes para que haya paz y tranquilidad en una sociedad.</li></ul>
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Gran número de clientes potenciales.</li> </ul>
<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Desconocimiento de la existencia del Botiquín debido a que es nuevo y tardaran en confiar en nuestro servicio.</li> <li>➤ Los productos serán de calidad pero no tendremos una amplia variedad debido al reglamento.</li> <li>➤ Escasos servicios básicos.</li> </ul>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ La inflación aumenta, siendo la principal causa la baja de precio del petróleo ya que es la principal fuente de exportación del Ecuador</li> <li>➤ La tasa de crecimiento del PIB ha disminuido siendo la principal causa que las entradas capitales hayan disminuido.</li> <li>➤ La tasa de interés activa ha aumentado para realizar un préstamo a entidades financiera ya que el interés ha subido.</li> <li>➤ En el país existen alrededor de 448.990 desempleados debido a la crisis económica lo que disminuirá notablemente los ingresos económicos de las personas.</li> <li>➤ Amenaza de ingreso de</li> </ul>

	<p>productos sustitutos al estar ubicada en el Barrio San Pedro del Valle tiene muchos habitantes autóctonos que mantienen sus creencias respecto al consumo de plantas naturales este campo ha ido creciendo y cada vez aparecen productos que atraen a los clientes</p>
--	---

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña

**Tabla N° 11** Matriz MEFI

Factores a analizar	Peso	Calificación	Peso ponderado
<b>FORTALEZAS</b>			
Ubicarnos en un lugar adecuado y cumplir con todos los requisitos establecidos.	0.17	4	0.56
Brindar un buen servicio al cliente.	0.18	4	0.72
Contratar personal profesional capacitado.	0.18	2	0.24
Los procesos serán correctamente llevados a cabo e informados al personal de acuerdo a sus funciones.	0.15	3	0.30
<b>TOTAL</b>	<b>0.68</b>		<b>2.24</b>
<b>DEBILIDADES</b>			
Desconocimiento de la existencia del Botiquín debido a que es nuevo y tardaran en confiar en nuestro servicio.	0.11	4	0.44
Los productos serán de calidad pero no tendremos una amplia variedad debido al reglamento.	0.12	3	0.36
Escasos servicios básicos.	0.09	3	0.27
<b>TOTAL</b>	<b>0.32</b>		<b>1.07</b>

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña

En el análisis de la matriz MEFI tenemos como resultado de las fortalezas 2.24 y de las debilidades 1.07, es decir nuestras fortalezas superan a las debilidades teniendo así mayor acogimiento de nuestro Botiquín.

**Tabla N° 12** Matriz MEFE

Factores a analizar	Peso	Calificación	Peso ponderado
<b>OPORTUNIDADES</b>			
En el Ecuador existe un alto índice de personas que trabajan con tecnología de punta lo que nos da una oportunidad debido a que existen sistemas con los que nuestro Botiquín podría trabajar y generar una mejor efectividad.	0.09	2	0.18
Poder de negociación de los proveedores en el Ecuador existen varios distribuidores Farmacéuticos que abastecen a las farmacias cada uno con características eficientes.	0.11	3	0.33
Poder de Negociación de los Compradores los clientes potenciales en el Barrio San Pedro del Valle serán todos los habitantes debido a la gran demanda insatisfecha haciendo que los clientes tengan un nivel bajo de negociación así se verá como una oportunidad para nosotros.	0.10	4	0.40
El factor tecnológico es una oportunidad ya que la mayoría de personas tienen acceso a internet lo que ayuda a una empresa a darse a conocer y promocionar sus productos con mayor facilidad.	0.12	2	0.24
El factor legal es una oportunidad ya que el estado regula la conducta de una sociedad por medio de sus leyes para que haya paz y tranquilidad en una sociedad.	0.09	3	0.27

Gran número de clientes potenciales	0.10	3	0.30
<b>TOTAL</b>	<b>0.61</b>		<b>1.72</b>
<b>AMENAZAS</b>			
La inflación aumenta, siendo la principal causa la baja de precio del petróleo ya que es la principal fuente de exportación del Ecuador	0.08	4	0.32
La tasa de crecimiento del PIB ha disminuido siendo la principal causa que las entradas capitales hayan disminuido.	0.08	3	0.24
La tasa de interés activa ha aumentado para realizar un préstamo a entidades financiera ya que el interés ha subido.	0.08	3	0.24
En el país existen alrededor de 448.990 desempleados debido a la crisis económica lo que disminuirá notablemente los ingresos económicos de las personas.	0.07	3	0.21
Amenaza de ingreso de productos sustitutos al estar ubicada en el Barrio San Pedro del Valle tiene muchos habitantes autóctonos que mantienen sus creencias respecto al consumo de plantas naturales este campo ha ido creciendo y cada vez aparecen productos que atraen a los clientes.	0.08	2	0.16
<b>TOTAL</b>	<b>0.39</b>		<b>1.17</b>

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña

En el análisis de la matriz MEFÉ tenemos como resultado de las oportunidades 1.72 y de las amenazas 1.17, es decir nuestras oportunidades superan a las amenazas lo que nos muestra que la creación del Botiquín es una gran oportunidad.

### Matriz MAFE

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>(F1)</b> Ubicarnos en un lugar adecuado y cumplir con todos los requisitos establecidos.</li> <li>• <b>(F2)</b> Brindar un buen servicio al cliente</li> <li>• <b>(F3)</b> Contratar personal profesional capacitado.</li> <li>• <b>(F4)</b> Los procesos de acuerdo a sus funciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>(D1)</b> Desconocimiento de la existencia del Botiquín</li> <li>• <b>(D2)</b> Amplia variedad debido al reglamento.</li> <li>• <b>(D3)</b> Escasos servicios básicos.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>FO</b>	<b>DO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>(O1)</b> En el Ecuador existe un alto índice de personas que trabajan con tecnología de punta lo que nos da una oportunidad debido a que existen sistemas con los que nuestro Botiquín podría trabajar y generar una mejor efectividad.</li> <li>• <b>(O2)</b> Poder de Negociación de los Compradores los clientes potenciales en el Barrio San Pedro del Valle serán todos los habitantes debido a la gran demanda insatisfecha haciendo que los clientes tengan un nivel bajo de negociación así se verá como una oportunidad para nosotros.</li> <li>• <b>(O3)</b> El factor tecnológico es</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>(F105)</b> Aprovechar los clientes potenciales para ubicarnos en un lugar adecuado.</li> <li>✓ <b>(F203)</b> Aprovechar el factor tecnológico para brindar un buen servicio al cliente.</li> <li>✓ <b>(F401)</b> Aprovechar los sistemas para realizar correctamente los procesos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>(D103)</b> Utilizar la tecnología para dar a conocer nuestro Botiquín.</li> </ul>

<p>una oportunidad ya que la mayoría de personas tienen acceso a internet lo que ayuda a una empresa a darse a conocer y promocionar sus productos con mayor facilidad.</p> <p>(O4) El factor legal es una oportunidad ya que el estado regula la conducta de una sociedad por medio de sus leyes para que haya paz y tranquilidad en una sociedad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• (O5) Gran número de clientes potenciales</li> </ul>		
<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• (A1) La inflación aumenta, siendo la principal causa la baja de precio del petróleo ya que es la principal fuente de exportación del Ecuador</li> <li>• (A2) La tasa de crecimiento del PIB ha disminuido siendo la principal causa que las entradas capitales hayan disminuido.</li> <li>• (A3) La tasa de interés activa ha aumentado para realizar un préstamo a entidades financiera ya que el interés ha subido.</li> <li>• (A4) En el país existen alrededor de 448.990 desempleados debido a la crisis económica lo que disminuirá notablemente los ingresos económicos de las personas.</li> <li>• (A5) Amenaza de ingreso de productos sustitutos</li> </ul>	<p><b>FA</b></p> <p>✓ (F2A5) Brindar un buen servicio al cliente para reducir la amenaza de productos sustitutos.</p>	<p><b>DA</b></p> <p>✓ (D2A5) Verificar la variedad de productos para disminuir la amenaza de ingreso de productos sustitutos</p>

**ELABORADO POR:** Jenny Juiña

## CAPITULO III

### ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.1 ANALISIS DEL CONSUMIDOR

Al analizar a nuestro consumidor podemos determinar sus gustos, preferencias y lo más importante sus necesidades y basándonos en esto podemos diseñar estrategias para satisfacer las necesidades de nuestros clientes al realizar este análisis determinamos que las personas son de clase media y el sector donde va a estar ubicado nuestro Botiquín está al alcance de toda la población.

##### 3.1.1 Determinación de la población y muestra,

Para determinar el número de encuestas que se va a realizar investigamos el número de habitantes que existe en el Barrio San Pedro del Valle que son 1520 hab. Y procedemos a calcular la muestra utilizando la formula correspondiente que en nuestro caso será la fórmula de la muestra finita.

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

Siendo:

n= Tamaño de la muestra

K= Nivel de confianza=2.58

N= tamaño de la población=1520

$p =$  Probabilidad de éxito  $= 0.5$

$q =$  Probabilidad de fracaso  $= 0.5$

$e =$  margen de error  $= 0.05$

$$n = \frac{(2.58)^2 * 0.5 * 0.5 * 1520}{0.05^2 (1520 - 1) + 2.58^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{2529.432}{5.4616}$$

**$n = 463$**

### 3.1.2 Técnicas de obtención de información

#### Encuesta

Según la FAO nos dice que “La encuesta es un procedimiento mediante el cual se recopila datos, datos que se obtienen de preguntas ya diseñadas previamente con el fin de conocer opiniones, ideas, características, necesidades etc”.

#### Muestra

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)”.

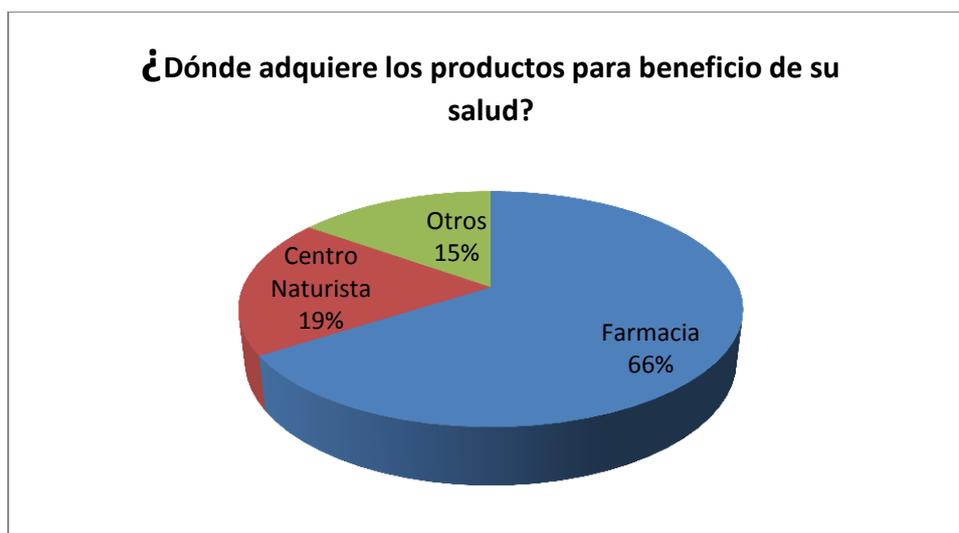
### 3.1.3 Análisis de la Información

**Tabla N° 13**

*Pregunta 1*

<b>Pregunta N° 1</b>	
<b>1. ¿Dónde adquiere los productos para beneficio de su salud?</b>	
Farmacia	305
Centro Naturista	88
Otros	70
<b>TOTAL</b>	<b>463</b>

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña



**Gráfico N° 11** Pregunta 1

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña

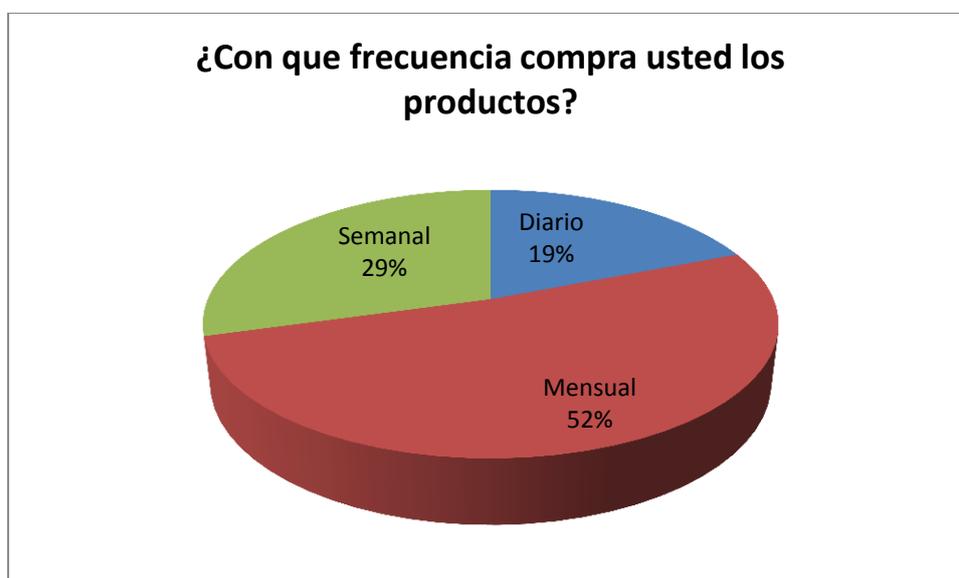
Se observa que el 66% de la población adquieren los productos para beneficio de su salud en farmacias, el 19% en centros naturistas y el 15% en otros lugares esto se debe a que la mayoría de personas acuden a una farmacia por la adquisición de fármacos ya sea con receta médico o sin receta.

**Tabla N° 14**

*Pregunta 2*

<b>Pregunta N° 2</b>	
<b>2. ¿Con que frecuencia compra usted los productos?</b>	
Diario	88
Mensual	239
Semanal	136
<b>TOTAL</b>	<b>463</b>

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña



**Gráfico N° 12** Pregunta 2

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña

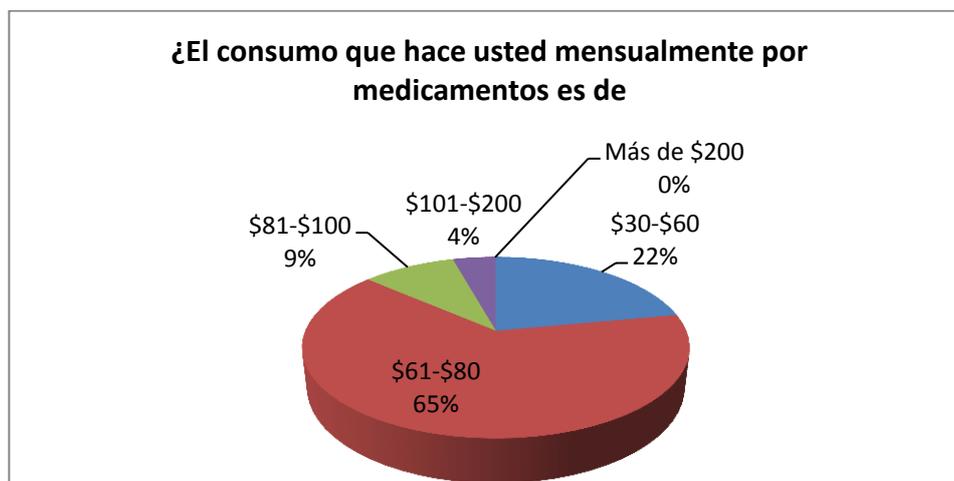
Tenemos como resultado que el 52% de la población adquieren los productos mensualmente, el 29% semanalmente y el 19% diario la mayoría de las personas adquieren mensualmente sus productos.

**Tabla N° 15**

*Pregunta 3*

<b>Pregunta N° 3</b>	
<b>3. ¿El consumo que hace usted mensualmente por medicamentos es de:</b>	
\$30-\$60	102
\$61-\$80	298
\$81-\$100	43
\$101-\$200	20
Más de \$200	0
<b>TOTAL</b>	<b>463</b>

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña



**Gráfico N° 13** Pregunta 3

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña

El resultado de esta pregunta es que el 65% de la población consume de \$61 a \$80 en medicamentos mensualmente y el 22% de \$30 a \$60 se puede verificar que si existe un consumo moderado en las farmacias.

**Tabla N° 16**

*Pregunta 4*

<b>Pregunta N° 4</b>	
<b>4. ¿De qué manera realiza usted el pago?</b>	
Efectivo	425
Tarjeta de Crédito	38
<b>TOTAL</b>	<b>463</b>

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña



**Gráfico N° 14** Pregunt 4

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña

El resultado es que el 92% de la población realiza sus pagos en efectivo debido a que la mayoría de las personas desconocen el funcionamiento o proceso para el uso de una tarjeta de crédito.

**Tabla N° 17**

*Pregunta 5*

<b>Pregunta N° 5</b>	
<b>5. ¿En qué lugar realiza las compras?</b>	
En la Parroquia	419
Fuera de la Parroquia	44
<b>TOTAL</b>	<b>463</b>

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña



**Gráfico N° 15** Pregunt 5

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña

El 95% de la población realiza sus compras en la parroquia y solo el 5% lo hace fuera de la parroquia, esto nos ayuda ya que podemos verificar que las personas prefieren consumir productos que estén a su alcance.

**Tabla N° 18**

*Pregunta 6*

<b>Pregunta N° 6</b>	
<b>6. ¿Qué piensa usted que es más importante cuando adquiere algún producto?</b>	
Precio	233
Calidad	29
Buena atención	201
<b>TOTAL</b>	<b>463</b>

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña



**Gráfico N° 16** Pregunta 6

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña

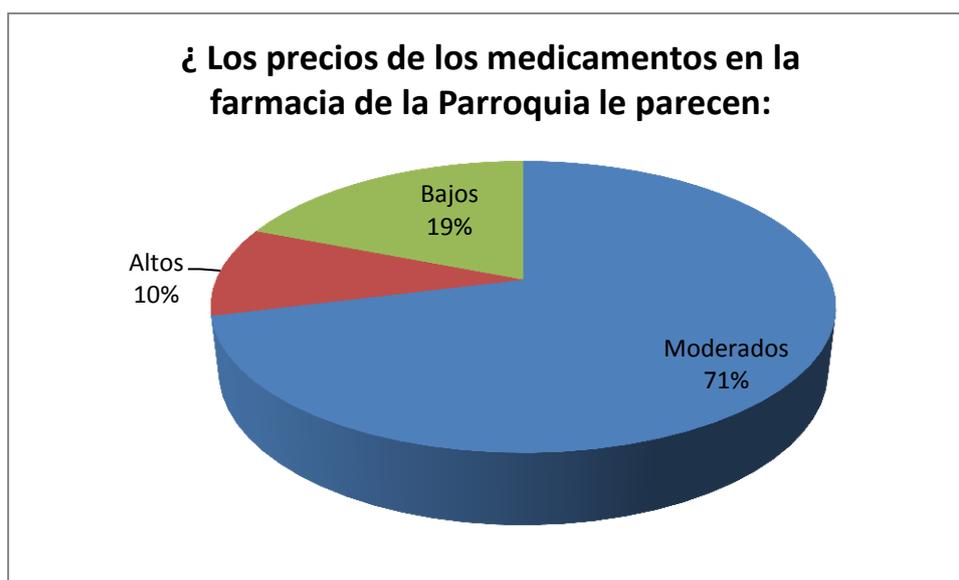
Para el 50% de la población lo más importante cuando adquieren un producto es el precio; para el 44% la buena atención, este resultado puede generar una buena acogida a nuestro Botiquín ya que los precios de los medicamentos serán moderados para que tenga alcance a todas las personas.

**Tabla N° 19**

*Pregunta 7*

<b>Pregunta N° 7</b>	
<b>7. ¿ Los precios de los medicamentos en la farmacia de la Parroquia le parecen:</b>	
Moderados	329
Altos	46
Bajos	88
<b>Total</b>	<b>463</b>

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña



**Gráfico N° 17** Pregunta 7

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña

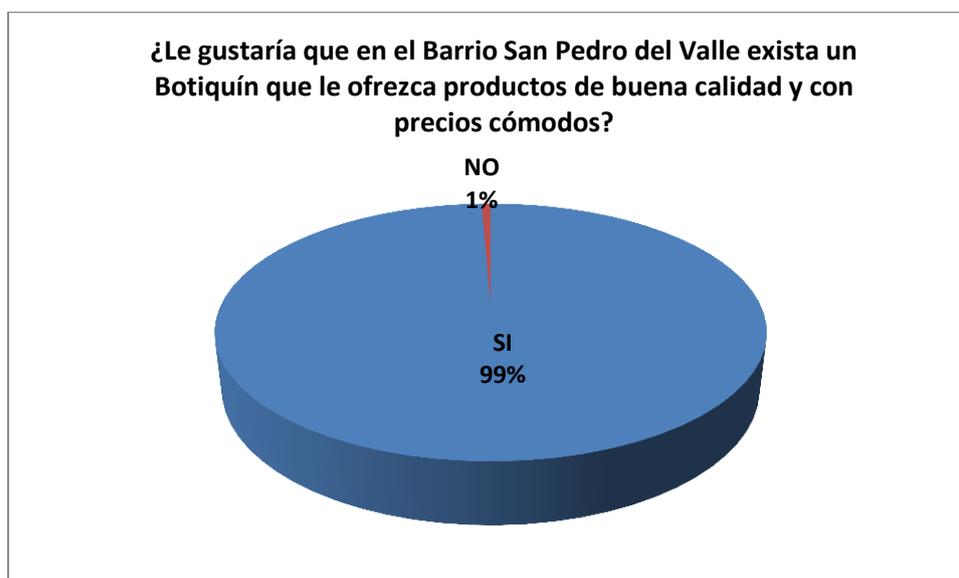
Al 71% de los habitantes del Barrio San Pedro del Valle les parece que el precio de los medicamentos es moderado debido a que la farmacia les ofrece descuentos y promociones.

**Tabla N° 20**

*Pregunta 8*

<b>Pregunta N° 8</b>	
<b>8. ¿Le gustaría que en el Barrio San Pedro del Valle exista un Botiquín que le ofrezca productos de buena calidad y con precios cómodos?</b>	
SI	460
NO	3
<b>Total</b>	<b>463</b>

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña



**Gráfico N° 18** Pregunta 8

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña

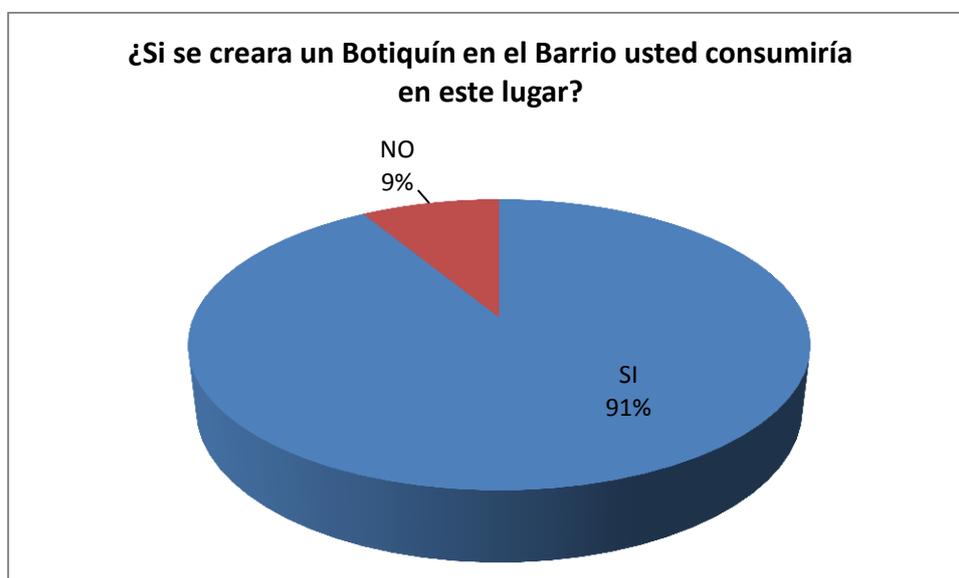
Al 99% de la población les gustaría que exista un Botiquín que ofrezca productos de buena calidad y a precios cómodos; debido a que no existe un establecimiento farmacéutico cerca donde puedan adquirir medicamentos.

**Tabla N° 21**

*Pregunta 9*

<b>Pregunta N° 9</b>	
<b>9. ¿Si se creara un Botiquín en el Barrio usted consumiría en este lugar?</b>	
SI	423
NO	40
<b>Total</b>	<b>463</b>

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña



**Gráfico N° 19** Pregunta 9

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña

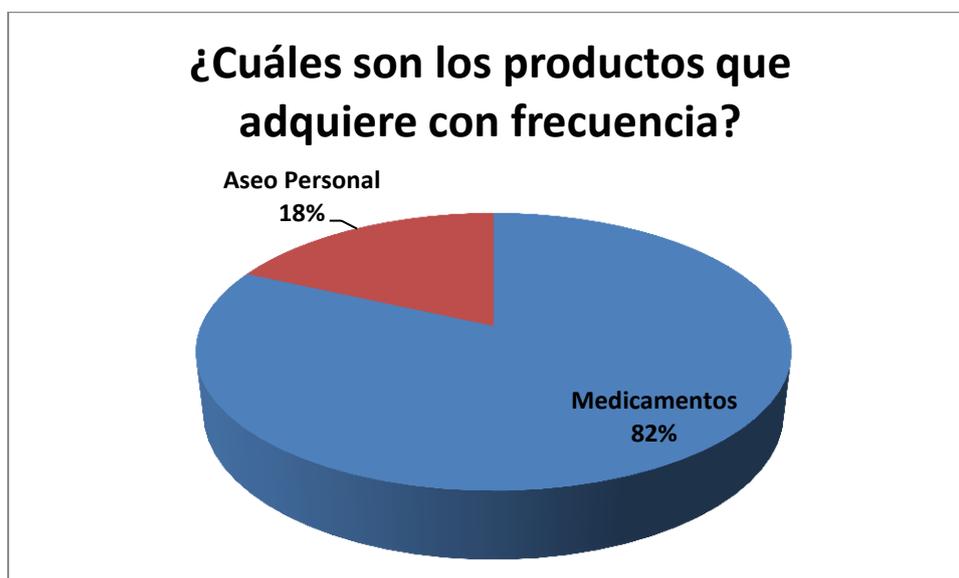
El 91% de la población consumiría en nuestro Botiquín esto nos indica que tendría una buena acogida ya que todas las personas consumirían en nuestro establecimiento.

**Tabla N° 22**

*Pregunta 10*

<b>Pregunta N° 10</b>	
<b>10. ¿Cuáles son los productos que adquiere con frecuencia en una farmacia?</b>	
Medicamentos	379
Aseo Personal	84
<b>Total</b>	<b>463</b>

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña



**Gráfico N° 20** Pregunta 10

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña

En el Barrio el 82% de la población adquiere medicamentos en una farmacia y el 18% productos de aseo personal; esto debido a que en la Parroquia existen algunos lugares donde encuentran productos de aseo a precios más cómodos.

## 2 OFERTA

Son todas las cantidades de bienes y servicios que están dispuestos a ofrecer.

### 3.2.1 Oferta histórica

**Tabla N° 23**

*Oferta Histórica*

<b>OFERTA HISTORICA</b>	
$C_n = C_0 / (1+i)^n$	
Años	oferta historica
2011	163443,69
2012	170962,09
2013	182587,52
2014	181674,58
2015	184763,05

**ELABORADO POR:** Jenny Juiña

**Tabla N° 24**

*Oferta Actual*

	<b>OFERTA</b>			
	<b>OFERTA ACTUAL</b>	2016		
	Diario	Semanal	Mensual	Anual
<b>Farmacias Medicity</b>	\$ 500,00	\$ 3.500,00	\$ 14.000,00	<b>\$ 168.000,00</b>
<b>Nature`s Garden</b>	\$ 50,00	\$ 350,00	\$ 1.400,00	<b>\$ 16.800,00</b>
			<b>TOTAL</b>	<b>\$ 184.800,00</b>

**ELABORADO POR:** Jenny Juiña

### Análisis

La oferta actual se calculó a partir de los valores promedios de las ventas anuales de la competencia siendo esta Farmacias Medicity con \$168.000 anuales y el centro naturista Nature`s Garden con \$16.800 generando esto una oferta de \$184.800 lo que nos indica que podemos iniciar con un negocio.

### 3.2.3 Oferta proyectada

**Tabla N° 25**

*Oferta Proyectada*

<b>OFERTA PROYECTADA</b>	
$C_n = C_o(1+i)^n$	
Años	oferta actual
2017	189464,35
2018	194246,43
2019	199149,21
2020	204175,74
2021	209329,13

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña

### 3.4 DEMANDA

Según la Economía (2007) nos dice que “La demanda es la cantidad de bienes o servicios que las personas desean adquirir para satisfacer sus necesidades”.

#### 3.1 Demanda histórica

**Tabla N° 26**

*Demanda Histórica*

<b>DEMANDA HISTORICA</b>	
$C_n = C_o / (1+i)^n$	
Años	demanda historica
2011	261264,883
2012	276575,006
2013	294773,641
2014	307330,998
2015	323373,676

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña

### 3.2 Demanda actual

**Tabla N° 27**

*Demanda Actual*

				<b>DEMANDA ACTUAL 2016</b>	
	Poblacion			1520	
	Promedio numero de familias			4	
	Habitantes			380	
	Promedio consumo			\$ 75	
	Promedio consumo*Habitantes	\$ 28.500,00			Demanda mensual
		<b>\$ 342.000,00</b>			<b>Demanda Anual</b>

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña

#### Análisis

La demanda se obtiene a partir de un cálculo de los habitantes que existe en el Barrio y el promedio consumo dando un resultado de \$342.000 anuales.

### 3.3 Demanda proyectada

**Tabla N° 28**

*Demanda Proyectada*

<b>DEMANDA PROYECTADA</b>	
$C_n = C_0(1+i)^n$	
Años	demanda proyectada
2017	360933,12
2018	380914,38
2019	402001,80
2020	424256,62
2021	447743,46

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña

#### Análisis

Esta tabla nos indica que para el año 2021 tendremos una demanda de \$447.743,46 lo que nos indica que es favorable para un futuro.

### 3.5 BALANCE OFERTA-DEMANDA

#### 3.5.1 Balance Actual

**Tabla N° 29**

*Balance Actual*

<b>Balance actual</b>			
Di= Oferta- Demanda		<b>\$184,800.00-\$342,000.00</b>	
Di 2016 =	-157200	\$ 157.200,00 * 91%=	\$ 143.052,00

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña

#### 3.5.2 Balance Proyectado

**Tabla N° 30**

*Balance Actual*

<b>Balance Proyectado</b>			
Di= Oferta- Demanda			
Di 2017 =	-171468,77	\$ 171.468,77 *91%=	\$ 156.036,58
Di 2018 =	-186667,95	\$ 186.667,95 *91%=	\$ 169.867,83
Di 2019 =	-202852,59	\$ 202.852,59 *91%=	\$ 184.595,86
Di 2020 =	-220080,88	\$ 220.080,88 *91%=	\$ 200.273,60
Di 2021 =	-238414,33	\$ 238.414,33 *91%=	\$ 216.957,04

*ELABORADO POR:* Jenny Juiña

## CAPITULO IV

### ESTUDIO TÉCNICO

#### 4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño de un proyecto es la capacidad de producción que expresa la cantidad de producto o servicio, por unidad de tiempo, por esto lo podemos definir en función de su capacidad de producción de bienes o prestación de servicios.

##### 4.1.1 capacidad instalada

Según Paulo Nunes nos dice que :

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección, puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc.

Nuestras áreas serán.

##### **Área Administrativa**

En esta área están los equipos necesarios para el administrador.

##### **Área de Dispensación**

En este lugar estarán las perchas donde ubicaremos los medicamentos.

---

## Área de Almacenamiento

En esta área se encontraran los medicamentos.

## Según el ARCSA

### CAPITULO V DE LOS BOTIQUINES

Art. 39.- Los botiquines son establecimientos farmacéuticos autorizados para expender al público, únicamente la lista de medicamentos y otros productos que determine la autoridad sanitaria nacional; funcionarán en zonas rurales en las que no existan farmacias y deben cumplir en todo tiempo con prácticas adecuadas para precautelar la calidad y seguridad de los productos que expendan.

Art. 40.- Para instalar un botiquín en los lugares autorizados por la Ley Orgánica de Salud se deberá presentar una solicitud al Director Provincial de Salud correspondiente, en la que constarán los siguientes datos:

- a) Nombre del propietario o representante legal;
- b) Nombre o razón social del establecimiento;
- c) Número de RUC o cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal del establecimiento; y,
- d) Ubicación del botiquín.

Art. 41.- El área de salud correspondiente realizará una inspección y emitirá un informe en el plazo de cuarenta y ocho horas, en el que se hará constar que el local reúne los requisitos sanitarios para el funcionamiento del botiquín.

Art. 42.- Con el informe favorable del área de salud, el solicitante deberá completar los siguientes requisitos para obtener el permiso de funcionamiento:

- a) Certificado ocupacional de salud del propietario y de las personas que laborarán en el botiquín, conferido por un centro de salud del Ministerio de Salud Pública;
- b) Record policial del propietario;
- c) Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos; y,
- d) Comprobante de pago del valor de derecho por servicio por concepto de permiso de funcionamiento anual.

Art. 43.- Solo se autorizará la apertura de botiquines a personas que hayan cumplido con las disposiciones de la Ley Orgánica de Salud, del presente reglamento y demás disposiciones de la autoridad sanitaria nacional. La autorización para el funcionamiento es transitoria y revocable.

Art. 44.- Las personas que atienden en los botiquines deberán haber completado el bachillerato como mínimo y haber realizado un curso especial de capacitación en el manejo de medicamentos, dictado por las direcciones provinciales de salud, luego de lo cual esta les otorgará el correspondiente carné que les faculta para el desempeño de esta actividad.

#### **4.1.2 capacidad óptima**

Según la Universidad Santo Tomas nos dice que:

La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto social.( pág. 1).

**Tabla N° 31***Capacidad optima*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Mesa	1	\$ 190	<b>\$ 190</b>
Perchas	3	\$ 50	<b>\$ 150</b>
Vitrinas	3	\$ 250	<b>\$ 750</b>
Silla	1	\$ 25	<b>\$ 25</b>
Puerta enrollable de aluminio	1	\$ 200	<b>\$ 200</b>
Archivadores	1	\$ 60	<b>\$ 60</b>
Basureros	2	\$ 8	<b>\$ 16</b>
Candados	4	\$ 10	<b>\$ 40</b>
Botellón de agua	4	\$ 2,5	<b>\$ 10</b>
Teléfono	1	\$ 15	<b>\$ 15</b>
Refrigerador	1	\$ 499	<b>\$ 499</b>
Computador	1	\$ 360	<b>\$ 360</b>
Impresora	1	\$ 200	<b>\$ 200</b>
Caja registradora	1	\$ 350	<b>\$ 350</b>
Detector de humo	1	\$ 120	<b>\$ 120</b>
Extintor	1	\$ 60	<b>\$ 60</b>
Rotulo	1	\$ 100	<b>\$ 100</b>
software	1	\$ 190	<b>\$ 190</b>
Ventilador	1	\$ 140	<b>\$ 140</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.285</b>

*Elaborado por:* Jenny Juíña*Fuente:* OLX

Nota: En esta tabla los valores que se muestran están incluidos el IVA actual que es el 14%.

### **Análisis**

Con los valores que obtuvimos en la tabla determinamos que “SUPER BOTIQUIN” va a ser un establecimiento con una buena infraestructura.

## Rol de Pagos

Se lo puede definir como una nómina que realiza toda empresa donde se lleva el control de los pagos que se realizan a los trabajadores.

**Tabla N° 32 Rol de Pagos**

AÑOS	SUELDOS	incremento y decremento	
2012	\$ 292,00	0,089041096	8,90%
2013	\$ 318,00	0,06918239	6,92%
2014	\$ 340,00	0,041176471	4,12%
2015	\$ 354,00	0,033898305	3,39%
2016	\$ 366,00		
			23,33%
			<b>0,058325</b>

SUELDOS	
Cn=Co(1+i)	366(1+0,058325)
Cn 2017	387,35
Cn2018	409,94
Cn2019	433,85
Cn2020	459,15
Cn2021	485,93

ADMINISTRADOR PROYECCIONES		
Cn=Co(1+i)	400(1+0,058325)	
Cn 2017	423,33	
Cn2018	448,02	
Cn2019	474,15	
Cn2020	501,81	
Cn2021	531,07	

BIOQUIMICO FARMACEUTICO F PROYECCIONES		
Cn=Co(1+i)	250(1+0,058325)	
Cn 2017	264,58	
Cn2018	280,01	
Cn2019	296,34	
Cn2020	313,63	
Cn2021	331,92	

2016									
	Sueldo	dec.tercero	dec.cuarto	Ap.patronal	Ap.personal	Fondos Reser.	Vacaciones	Mensual	Anual
Administrador	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 30,50	\$ 48,60	\$ 37,80	0	\$ 16,67	\$ 529,10	\$ 6.349,20
BBFF	\$ 250,00	\$ 20,83	\$ 30,50	\$ 30,38	\$ 23,63	0	\$ 10,42	\$ 342,13	\$ 4.105,50
2017									
	Sueldo	dec.tercero	dec.cuarto	Ap.patronal	Ap.personal	Fondos Reser.	Vacaciones	Mensual	Anual
Administrador	\$ 423,33	\$ 35,28	\$ 32,28	\$ 51,43	\$ 40,00	\$ 35,26	\$ 17,64	\$ 595,22	\$ 7.142,68
BBFF	\$ 264,58	\$ 22,05	\$ 32,28	\$ 32,15	\$ 25,00	\$ 22,04	\$ 11,02	\$ 384,12	\$ 4.609,43
2018									
	Sueldo	dec.tercero	dec.cuarto	Ap.patronal	Ap.personal	Fondos Reser.	Vacaciones	Mensual	Anual
Administrador	\$ 448,02	\$ 37,34	\$ 34,16	\$ 54,43	\$ 42,34	\$ 37,32	\$ 18,67	\$ 629,94	\$ 7.559,27
BBFF	\$ 280,01	\$ 23,33	\$ 34,16	\$ 34,02	\$ 26,46	\$ 23,33	\$ 11,67	\$ 406,52	\$ 4.878,27
2019									
	Sueldo	dec.tercero	dec.cuarto	Ap.patronal	Ap.personal	Fondos Reser.	Vacaciones	Mensual	Anual
Administrador	\$ 474,15	\$ 39,51	\$ 36,15	\$ 57,61	\$ 44,81	\$ 39,50	\$ 19,76	\$ 666,68	\$ 8.000,17
BBFF	\$ 296,34	\$ 24,70	\$ 36,15	\$ 36,01	\$ 28,00	\$ 24,69	\$ 12,35	\$ 430,23	\$ 5.162,80
2020									
	Sueldo	dec.tercero	dec.cuarto	Ap.patronal	Ap.personal	Fondos Reser.	Vacaciones	Mensual	Anual
Administrador	\$ 501,81	\$ 41,82	\$ 38,26	\$ 60,97	\$ 47,42	\$ 41,80	\$ 20,91	\$ 705,56	\$ 8.466,78
BBFF	\$ 313,63	\$ 26,14	\$ 38,26	\$ 38,11	\$ 29,64	\$ 26,13	\$ 13,07	\$ 455,33	\$ 5.463,92
2021									
	Sueldo	dec.tercero	dec.cuarto	Ap.patronal	Ap.personal	Fondos Reser.	Vacaciones	Mensual	Anual
Administrador	\$ 531,07	\$ 44,26	\$ 40,49	\$ 64,53	\$ 50,19	\$ 44,24	\$ 22,13	\$ 746,72	\$ 8.960,60
BBFF	\$ 331,92	\$ 27,66	\$ 40,49	\$ 40,33	\$ 31,37	\$ 27,65	\$ 13,83	\$ 481,88	\$ 5.782,60

Elaborado por: Jenny Juiña

## 4.2 LOCALIZACIÓN

La localización es aquel que determina el lugar donde el proyecto va alcanzar su máxima utilidad.

### 4.2.1 Macro Localización

EL Establecimiento "Súper Botiquín" va a estar ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito provincia de Pichincha.

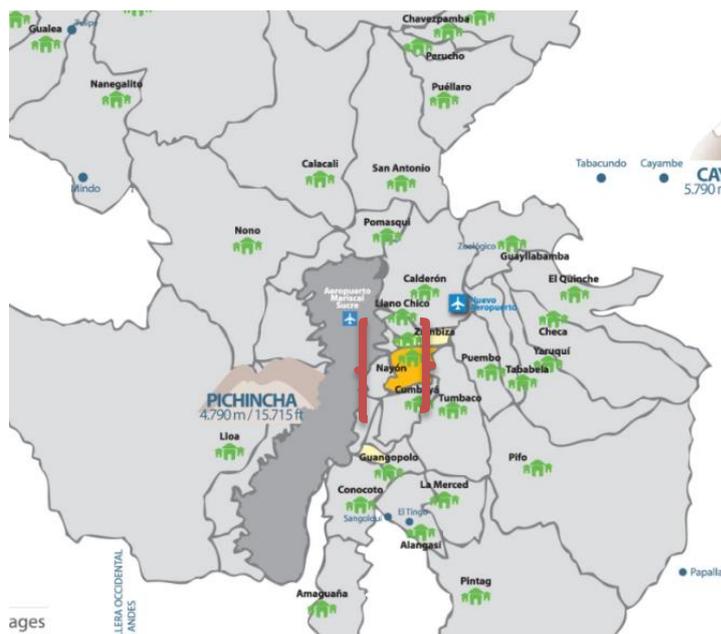


**Figura N° 4** Macro Localización

*Fuente:* Maps

#### 4.2.2 micro –localización

El Botiquín va a ubicarse en la Parroquia de Nayon Barrio San Pedro del valle debido a que realizamos un estudio de mercado donde pudimos observar que existe una gran necesidad de salud por lo que sería viable la creación de un establecimiento farmacéutico.



**Figura N° 5** Micro Localización  
*Fuente:* Maps

#### 4.2.3 localización óptima

Para la localización óptima se ha tomado en cuenta ciertos factores importantes que se ha determinado a través de una matriz de ponderación, en el cual se ha verificado el lugar idóneo para la creación del Botiquín según normativas técnicas en donde se ha generado 10 como excelente y 0 deficiente.

**Tabla N° 33**

*Localización optima*

Factores	Calle Manuela Sáenz y Calle San Pedro	Calle Abdón Calderón y Calle A	Calle Atahualpa y Calle E	Calle Huaynacapac y Calle Quiz	Calle Quito y Calle Alfaro
Acceso al público	9	7	6	5	2
Infraestructura	8	5	5	4	2
Servicios básicos	8	6	3	3	3
Clientes	9	7	4	3	3
Disponibilidad de vías	9	7	4	3	3
<b>TOTAL</b>	<b>43</b>	<b>32</b>	<b>22</b>	<b>18</b>	<b>13</b>

*Elaborado por:* Jenny Juiña



**Figura N° 6** Localización optima  
*Fuente:* Maps

El Establecimiento “Súper Botiquín” funcionara en la calle Manuela Sáenz y Calle San Pedro que tendrá un gran acogimiento debido a que no existe ninguna farmacia a su alrededor.

### **4.3 INGENIERÍA DEL PRODUCTO**

La ingeniería del producto comprende aspectos técnicos y de infraestructura el cual nos ayuda para la prestación de un servicio.

#### **4.3.1 Definición del ByS**

Los Establecimientos farmacéuticos son empresas que prestan sus servicios para promover y propiciar estilos de vida saludables también ayuda a prevenir factores de riesgo derivados del uso inadecuado de medicamentos por lo cual es muy importante que exista un establecimiento farmacéutico.

#### **4.3.2 Distribución de planta**

La distribución del Botiquín se realiza en un lugar adecuado que responda la necesidad de los procesos para el servicio farmacéutico.

### Botiquín

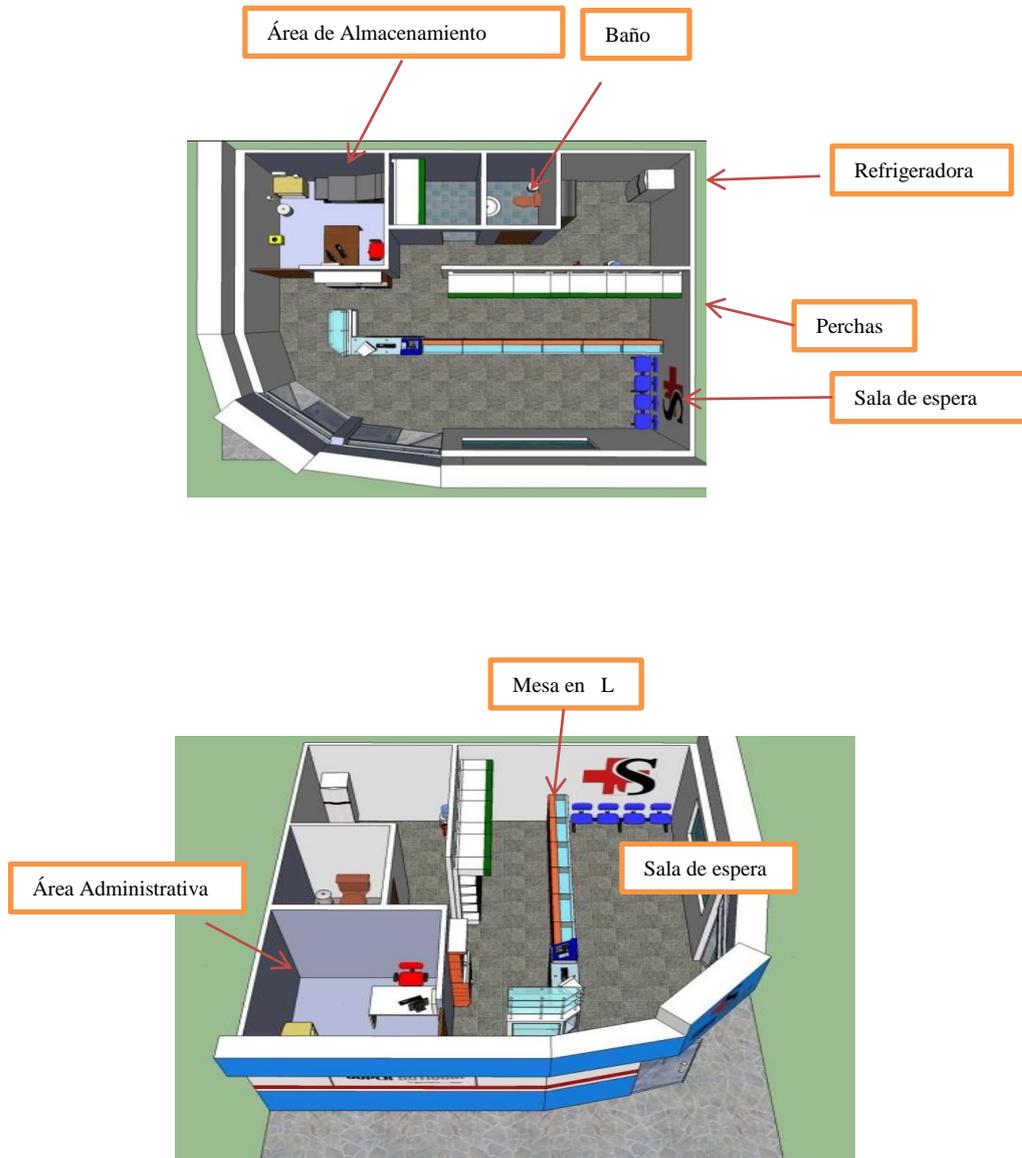
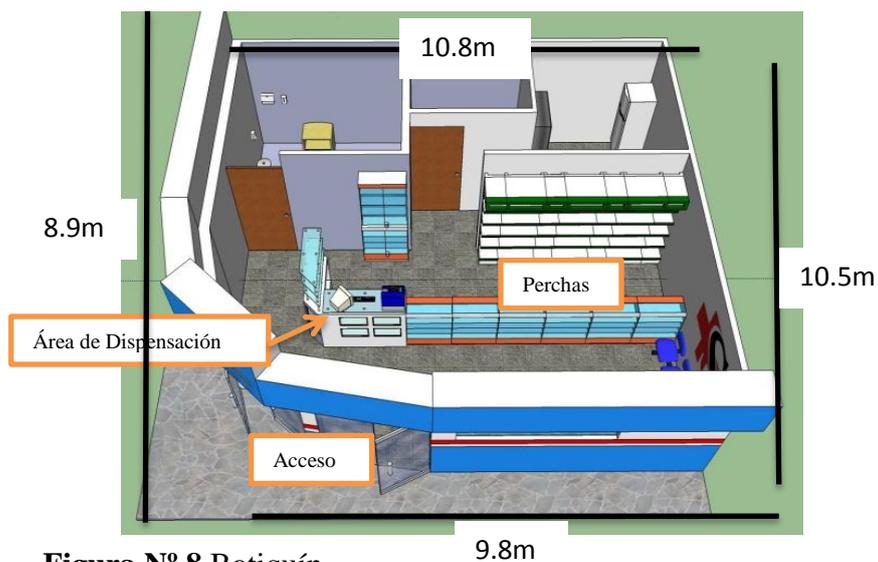


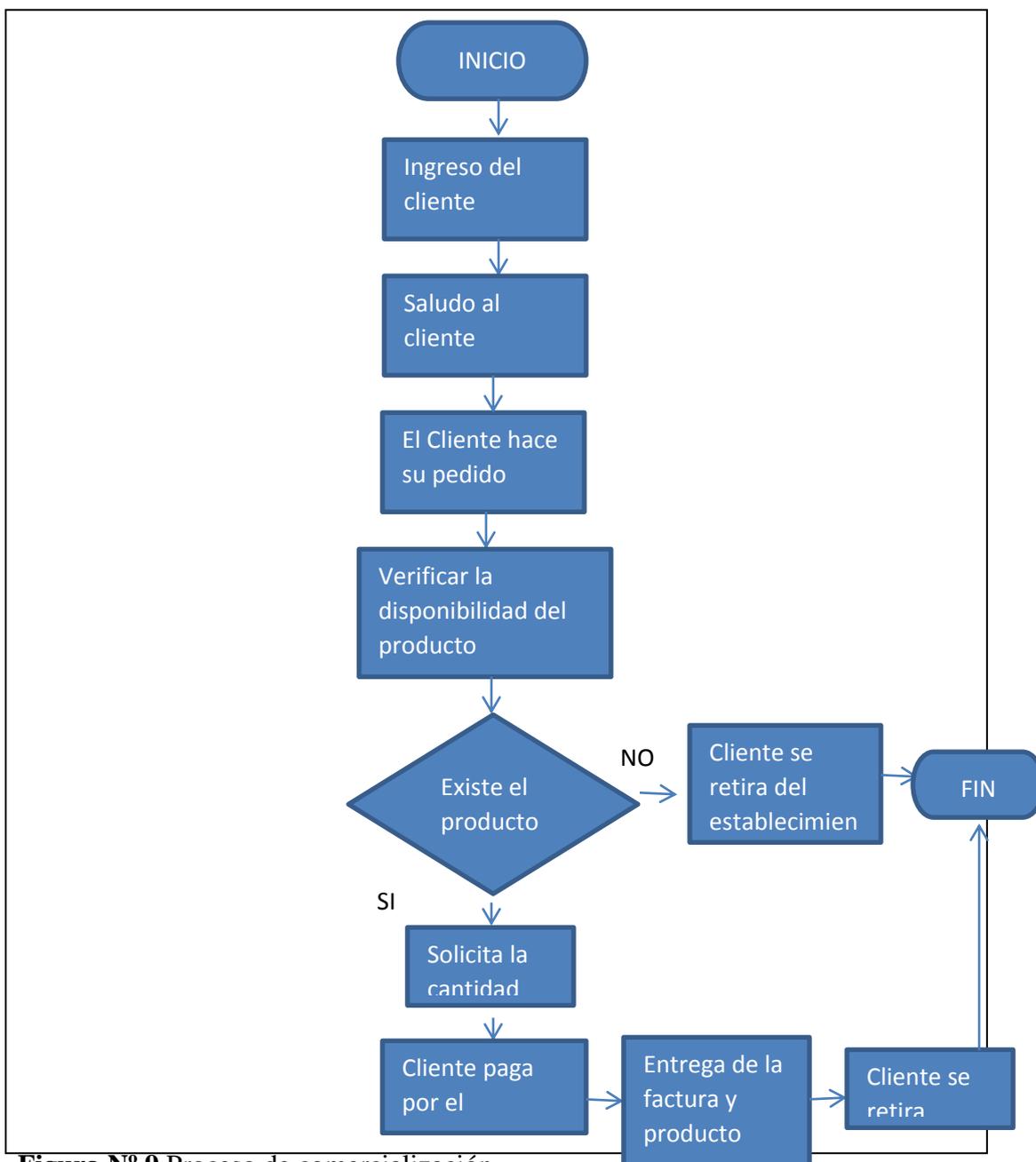
Figura N° 7 Botiquín



**Figura N° 8 Botiquín**

### 4.3.3 Proceso de comercialización

Según Trade Marketing (2013) nos dice que: “Los procesos de comercialización deben estar encaminados a planificar, fijar precios, promover y distribuir productos y servicios que buscar satisfacer las necesidades de los clientes”.



**Figura N° 9** Proceso de comercialización

Elaborado por: Jenny Juiña

#### 4.3.4 Equipos

En esta parte definimos los equipos y muebles que se va a utilizar para el servicio que ofrecerá el Botiquín.

**Tabla N° 34**

*Equipos de computación*

Equipos de computacion	CANT.	V.UNIT	V.TOTAL
computador	1	\$ 360	\$ 360
impresora	1	\$ 200	\$ 200
caja registradora	1	\$ 350	\$ 350
software	1	\$ 190	\$ 190
<b>Total anual</b>			<b>\$ 1.100</b>

*Fuente: OLX*

**Tabla N° 35**

*Equipos de oficina*

Equipos de oficina	CANT	V.UNIT	V.TOTAL
Telefono	1	\$ 15	\$ 15,00
Extintor	1	\$ 60	\$ 60,00
Detector de humo	1	\$ 120	\$ 120,00
archivadores	1	\$ 60	\$ 60,00
basureros	2	\$ 8	\$ 16,00
Botellon de agua	4	\$ 2,5	\$ 10,00
<b>Total anual</b>			<b>\$ 281,00</b>

*Fuente: OLX*

**Tabla N° 36***Muebles y enseres*

<b>Muebles y Enseres</b>	<b>CANT</b>	<b>V.UNIT</b>	<b>V.TOTAL</b>
Mesa	1	\$ 190	\$ 190,00
Perchas	3	\$ 50	\$ 150,00
Vitrinas	3	\$ 250	\$ 750,00
Silla	1	\$ 25	\$ 25,00
Refrigerador	1	\$ 499	\$ 499,00
ventilador	1	\$ 140	\$ 140,00
Rotulo	1	\$ 100	\$ 100,00
<b>Total anual</b>			<b>\$ 1.714,00</b>

*Fuente: OLX***Tabla N° 37***Equipos de seguridad*

<b>Equipos de seguridad</b>	<b>CANT.</b>	<b>V.UNIT</b>	<b>V.TOTAL</b>
puerta enrollable de aluminio	1	\$ 200	\$ 200
candados	4	\$ 10	\$ 40
<b>Total anual</b>			<b>\$ 240</b>

*Fuente: OLX*

## CAPITULO V

### ESTUDIO FINANCIERO

#### 5.1 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES

##### Ingresos Operacionales

Según Gerencie (2010) “Podemos definir que los ingresos operacionales son aquellos ingresos que se obtienen debido a la actividad económica principal de la empresa, es decir generaremos ingresos operacionales ya que nuestra actividad principal es la comercialización de productos farmacéuticos.

##### Ingresos no operacionales

Los ingresos no operacionales son muy diferentes a los ingresos operacionales debido a que se los ingresos no se obtiene de la actividad principal de la empresa, es decir pueden ser ocasionales o que son accesorios a la actividad principal en nuestro proyecto no existen ingresos no operacionales debido a que nuestras ventas se generan por la actividad principal de la empresa que es la comercialización de medicamentos.

**Tabla N° 38**

*Ventas Anuales*

		91%
VENTA ANUAL	\$ 157.200,00	\$ 143.052,00
VENTAS MENSUAL	\$ 13.100,00	\$ 11.921,00
VENTA DIARIA	\$ 436,67	\$ 397,37

*Realizado por:* Jenny Juiña

## 5.2 COSTOS

Los costos son aquellos que se recupera a corto plazo se los define como un desembolso utilizado para la producción de un bien o servicio.

### 5.2.1 Costo Directo

Según HARGARDOM, Bernard. "Son aquellos elementos que están relacionados directamente con el proyecto".

#### Tabla N° 39

*Costos Directos*

VENTAS		\$ 156.036,58
COSTO VENTAS		\$ 109.225,61

*Realizado por:* Jenny Juiña

Nuestras ventas totales son de \$ 156,036.58 de este valor el costo de ventas de esta mercadería es de \$109,225.61.

Dicho valor es el cual nosotros compramos mercadería a los laboratorios siendo este el costo directo en nuestro proyecto.

### 5.2.2 Costos Indirectos

Según HARGARDOM, Bernard. "Los costos indirectos a diferencia de los directos no está relacionado directamente con la actividad pero ayudan a la producción de bienes y servicios".

## Tabla N° 40

### Costos Indirectos

COSTOS INDIRECTOS			
Suministros de Oficina	cantidad	cant uni.	cant.total
grapadora	1	\$ 2,00	\$ 2,00
perforadora	1	\$ 2,50	\$ 2,50
clips	1	\$ 1,00	\$ 1,00
grapas	3	\$ 0,75	\$ 2,25
tijeras	1	\$ 0,60	\$ 0,60
calculadora	1	\$ 25,00	\$ 25,00
carpetas	6	\$ 2,00	\$ 12,00
broches de papel	1	\$ 30,00	\$ 30,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 75,35</b>

Realizado por: Jenny Juiña

### 5.2.3 Gastos Administrativos

Según HARGARDOM, Bernard. "Se lo puede definir aquellos gastos que se generan en los departamentos administrativos es decir por el personal administrativo por ejemplo: salarios, depreciaciones, amortizaciones etc."

## Tabla N° 41

### Gastos Administrativos

Gatos administrativos	mensual	anual
arriendo	\$ 280,00	\$ 3.360,00
sueldos	\$ 979,34	\$ 11.752,11
servicios basicos	\$ 70,00	\$ 840,00
Dep muebles y enseres	\$ 171,40	\$ 171,40
Dep. equipos de computacion	\$ 366,67	\$ 366,67
Dep. equipos de oficina	\$ 48,10	\$ 48,10
Amort.permisos de funcionamiento	\$ 120,00	\$ 120,00
patente	\$ 11,00	\$ 11,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 16.669,27</b>

Realizado por: Jenny Juiña

### 5.2.4 Gasto de Ventas

Son todos los gastos que tienen relación directa con la promoción, realización y desarrollo de las ventas.

**Tabla N° 42**

*Gasto de Ventas*

GASTO DE VENTAS	
promociones y publicidad	\$ 600,00

*Realizado por:* Jenny Juiña

### 5.2.5 Gastos Financieros

Según La Enciclopedia Financiera “Los gastos financieros son aquellos que se generan en una empresa para la obtención de financiación. Los más comunes son las comisiones de préstamos y los intereses de préstamos y bonos”.

**Tabla N° 43**

*Gasto Financieros*

AMORTIZACION					
Capital	\$ 25.000,00				
interes	16,30	0,163	<b>0,013583333</b>		
tiempo	3	<b>36</b>	meses		
$A=C*\frac{(1+i)^n*i}{(1+i)^n-1}$					
A=	0,022077350	0,03530532	<b>\$ 882,63</b>	I=C*i*t	
	0,625326383			I=	<b>\$ 339,58</b>

TIEMPO	CAPITAL	INTERES	PAGOS	CAPITAL PAGADO
1	\$ 25.000,00	\$ 339,58	\$ 882,63	\$ 543,05
2	\$ 24.456,95	\$ 332,21	\$ 882,63	\$ 550,43
3	\$ 23.906,52	\$ 324,73	\$ 882,63	\$ 557,90
4	\$ 23.348,62	\$ 317,15	\$ 882,63	\$ 565,48
5	\$ 22.783,14	\$ 309,47	\$ 882,63	\$ 573,16
6	\$ 22.209,98	\$ 301,69	\$ 882,63	\$ 580,95
7	\$ 21.629,03	\$ 293,79	\$ 882,63	\$ 588,84
8	\$ 21.040,19	\$ 285,80	\$ 882,63	\$ 596,84
9	\$ 20.443,35	\$ 277,69	\$ 882,63	\$ 604,94
10	\$ 19.838,41	\$ 269,47	\$ 882,63	\$ 613,16
11	\$ 19.225,25	\$ 261,14	\$ 882,63	\$ 621,49
12	\$ 18.603,76	\$ 252,70	\$ 882,63	\$ 629,93
		<b>\$ 3.565,42</b>		<b>\$ 7.026,17</b>
13	\$ 17.973,83	\$ 244,14	\$ 882,63	\$ 638,49
14	\$ 17.335,34	\$ 235,47	\$ 882,63	\$ 647,16
15	\$ 16.688,18	\$ 226,68	\$ 882,63	\$ 655,95
16	\$ 16.032,23	\$ 217,77	\$ 882,63	\$ 664,86
17	\$ 15.367,36	\$ 208,74	\$ 882,63	\$ 673,89
18	\$ 14.693,47	\$ 199,59	\$ 882,63	\$ 683,05
19	\$ 14.010,42	\$ 190,31	\$ 882,63	\$ 692,32
20	\$ 13.318,10	\$ 180,90	\$ 882,63	\$ 701,73
21	\$ 12.616,37	\$ 171,37	\$ 882,63	\$ 711,26
22	\$ 11.905,11	\$ 161,71	\$ 882,63	\$ 720,92
23	\$ 11.184,19	\$ 151,92	\$ 882,63	\$ 730,71
24	\$ 10.453,47	\$ 141,99	\$ 882,63	\$ 740,64
		<b>\$ 2.330,60</b>		<b>\$ 8.260,99</b>
25	\$ 9.712,83	\$ 131,93	\$ 882,63	\$ 750,70
26	\$ 8.962,13	\$ 121,74	\$ 882,63	\$ 760,90
27	\$ 8.201,23	\$ 111,40	\$ 882,63	\$ 771,23
28	\$ 7.430,00	\$ 100,92	\$ 882,63	\$ 781,71
29	\$ 6.648,29	\$ 90,31	\$ 882,63	\$ 792,33
30	\$ 5.855,97	\$ 79,54	\$ 882,63	\$ 803,09
31	\$ 5.052,88	\$ 68,63	\$ 882,63	\$ 814,00
32	\$ 4.238,88	\$ 57,58	\$ 882,63	\$ 825,05
33	\$ 3.413,82	\$ 46,37	\$ 882,63	\$ 836,26
34	\$ 2.577,56	\$ 35,01	\$ 882,63	\$ 847,62
35	\$ 1.729,94	\$ 23,50	\$ 882,63	\$ 859,13
36	\$ 870,80	\$ 11,83	\$ 882,63	\$ 870,80
	\$ 0,00			
		<b>\$ 878,76</b>		<b>\$ 9.712,83</b>

Realizado por: Jenny Juiña

Realizaremos un préstamo por una cantidad de \$25000 con un interés del 16.30% realizado en una institución financiera

## 5.2.6 Costos Fijos y Variables

### Costos fijos

Son aquellos costos que no varían, debido a cambios en los niveles de actividad de una empresa.

**Tabla N° 44**

#### *Costos Fijos*

	mensual	anual
arriendo	\$ 280,00	\$ 3.360,00
sueños	\$ 979,34	\$ 11.752,11
servicios básicos	\$ 70,00	\$ 840,00
Dep muebles y enseres	\$ 171,40	\$ 171,40
Dep. equipos de computacion	\$ 366,67	\$ 366,67
Dep. equipos de oficina	\$ 48,10	\$ 48,10
patente	\$ 11,00	\$ 11,00
Amort.permisos de funcionam.	\$ 120,00	\$ 120,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 16.669,27</b>

*Realizado por:* Jenny Juiña

### Costos Variables

A diferencia de los costos fijos este es aquel que se modifica de acuerdo a variaciones de volumen de producción se trate tanto de bienes como de servicios.

**Tabla N° 45 Costos Variables**

<b>GASTO DE VENTAS</b>			
promociones y publicidad	\$ 600,00		
<b>Total anual</b>	<b>\$ 600,00</b>		
<b>Mercaderia</b>			
demanda insatisfecha	\$ 156.036,58	/12=	\$ 13.003,05
2,2	<b>\$ 28.606,71</b>		

*Realizado por:* Jenny Juiña

## **5.2 INVERSIONES**

Para realizar el proyecto se debe contar con activos fijos ya que es muy importante para la comercialización productos farmacéuticos.

### **5.2.1 Inversión Fija**

Según La Nueva Economía “Son aquellas inversiones de dinero que se genera para la adquisición de determinados activos, que van a servir para el normal funcionamiento de la empresa en nuestro caso Botiquín”.

#### **5.2.1.1 Activos Fijos**

Según Debitoor “Es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa.

**Tabla N° 46***Activos Fijos*

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Mesa	1	\$190	<b>\$190</b>
Perchas	3	\$ 50	<b>\$ 150</b>
Vitrinas	3	\$ 250	<b>\$ 750</b>
Silla	1	\$ 25	<b>\$ 25</b>
Puerta enrollable de aluminio	1	\$ 200	<b>\$ 200</b>
Archivadores	1	\$ 60	<b>\$ 60</b>
Basureros	2	\$ 8	<b>\$ 16</b>
Candados	4	\$ 10	<b>\$ 40</b>
Botellón de agua	4	\$ 2,5	<b>\$ 10</b>
Teléfono	1	\$ 15	<b>\$ 15</b>
Refrigerador	1	\$ 499	<b>\$ 499</b>
Computador	1	\$ 360	<b>\$ 360</b>
Impresora	1	\$ 200	<b>\$ 200</b>
Caja registradora	1	\$ 350	<b>\$ 350</b>
Detector de humo	1	\$ 120	<b>\$ 120</b>
Extintor	1	\$ 60	<b>\$ 60</b>
Rotulo	1	\$ 100	<b>\$ 100</b>
software	1	\$ 190	<b>\$ 190</b>
Ventilador	1	\$ 140	<b>\$ 140</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.285</b>

Realizado por: Jenny Juiña

**5.2.1.2 Activos Nominales (diferidos)**

Según SPW (s.f) "Corresponden a intangibles ya que son los requisitos tales como servicios o derechos necesarios para la puesta en marcha de la empresa".

**Tabla N° 47***Activos Nominales*

<b>Activos Nominales</b>	
Permisos de funcionamiento	\$ 600,00
Patente	\$ 11,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 611,00</b>

Realizado por: Jenny Juiña

## 5.2.2 Capital de Trabajo

Según La Nueva Economía “Se refiere al capital principal que se debe disponer para el adecuado y normal funcionamiento del establecimiento”.

**Tabla N° 48**

### *Capital de Trabajo*

<b>Caja</b>	<b>\$ 1.329,34</b>		
arriendo	\$ 280,00		
serv.basicos	\$ 70,00		
sueldos	\$ 979,34		
Administrador	\$ 595,22		
BBFF	\$ 384,12		
<b>Bancos</b>			
Prestamos	\$ 25.000,00		
<b>10% de entrada</b>	<b>\$ 2.500,00</b>		
<b>Mercaderia</b>			
demanda insatisfecha	\$ 156.036,58	/12=	\$ 13.003,05
2,2	<b>\$ 28.606,71</b>		

<b>Capital de Trabajo</b>	
Caja	\$ 1.329,34
Bancos	\$ 2.500,00
Mercaderia	\$ 28.606,71
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 32.436,05</b>

*Realizado por:* Jenny Juiña

### **Análisis**

El valor inicial es de \$32`436.05 para cubrir parte de los costos y gastos que se generan para la realización de este proyecto.

### 5.2.3 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos

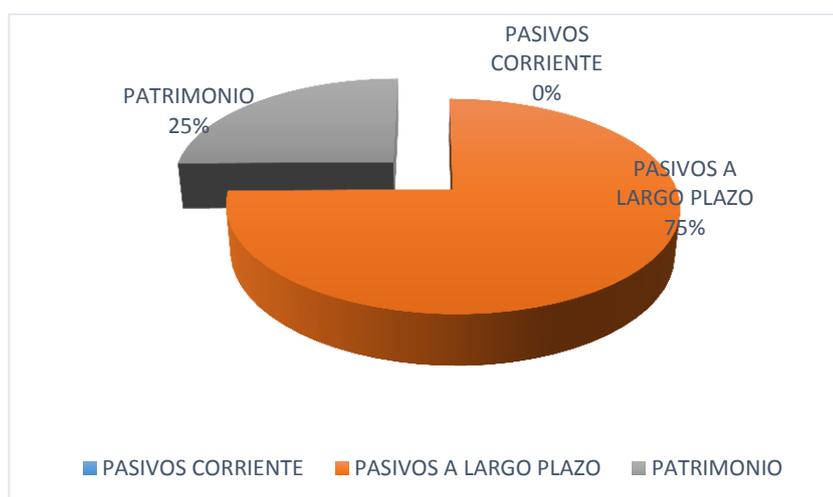
Se puede de finir a la manera de como una entidad puede tener fondos o recursos financieros para llevar a cabo sus metas establecidas.

**Tabla N° 49**

*Fuentes de Financiamiento*

FINANCIAMIENTO	VALORES	PORCENTAJE
PASIVOS CORRIENTE	\$ -	0,00%
PASIVOS A LARGO PLAZO	\$ 25.000,00	74,85%
PATRIMONIO	\$ 8.400,78	25,15%
TOTAL ACTIVOS	\$ 33.400,78	100,00%

*Realizado por:* Jenny Juiña



**Gráfico N° 21** Fuentes de Financiamiento

*Realizado por:* Jenny Juiña

## Análisis

Se observa que el 75% que equivale a \$ 25000 pertenece a los pasivos a largo plazo, el 25% que equivale al \$8'400.78 pertenece al patrimonio y el 0% que son los pasivos corrientes.

### 5.2.4 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)

La Amortización financiera es el reintegro de un capital habitualmente distribuyendo a pagos en el tiempo.

#### Tabla N° 50

##### *Amortización de Financiamiento*

$A=C*[(1+i)^n*i/ (1+i)^n-1]$			
<b>A=</b>	0,022077350	0,03530532	<b>\$ 882,63</b>
	0,625326383		

*Realizado por:* Jenny Juiña

La amortización del préstamo será de \$882.63.

### 5.2.5 Depreciaciones (tabla de depreciación)

La depreciación es el mecanismo mediante el cual el bien sufre desgaste por el uso que se haga de él.

#### Tabla N° 51

##### *Depreciaciones*

Depreciaciones				
Muebles y enseres	\$ 1.714,00	/	10	\$ 171,40
equipos de computacio	\$ 1.100,00	/	3	\$ 366,67
equipos de oficina	\$ 281,00	/	10	\$ 28,10
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 566,17</b>

*Realizado por:* Jenny Juiña

## 5.2.6 Estado de Situación Inicial

Según La Contabilidad General nos indica que:

El estado de situación inicial, también llamado balance general o balance de situación, 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.”(pág. 1).

**Tabla N° 52**

*Estado de Situación Inicial*

ESTADO DE SITUACION INICIAL				
<b>ACTIVOS</b>			<b>PASIVOS</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>			<b>PASIVOS A CORTO PLAZO</b>	
Caja	\$ 1.329,34			
Bancos	\$ 2.500,00			
Mercadería	\$ 28.606,71			
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 32.436,05</b>		<b>TOTAL PASIVOS A CORTO PLAZO</b> \$ 0,00	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			<b>PASIVOS A LARGO PLAZO</b>	
Eq. De computacion	\$ 1.100,00		Prestamo Bancario	\$ 25.000,00
Eq. De oficina	\$ 281,00			
Eq. De seguridad	\$ 240,00			
Muebles y enseres	\$ 1.714,00			
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 3.335,00</b>		<b>TOTAL PASIVOS A LARGO PLAZO</b>	\$ 25.000,00
			<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 25.000,00</b>
<b>OTROS ACTIVOS</b>			<b>PATRIMONIO</b>	
Patente	\$ 11,00		Accionista	\$ 10.782,05
<b>TOTAL OTROS ACTIVOS</b>	<b>\$ 11,00</b>		<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 10.782,05</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 35.782,05</b>		<b>TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 35.782,05</b>

*Realizado por:* Jenny Juiña

### 5.2.7 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)

Según Crece Negocios nos indica que:

El estado de resultados, también conocido como estado de ganancias y pérdidas, es un estado financiero conformado por un documento que muestra detalladamente los ingresos, los gastos y el beneficio o pérdida que ha generado una empresa durante un periodo de tiempo determinado. (pág. 1).

**Tabla N° 53**

*Estado de Resultados Proyectado*

	2017	2018	2019	2020	2021
VENTAS	\$ 156.036,58	\$ 169.867,83	\$ 184.595,86	\$ 200.273,60	\$ 216.957,04
COSTO VENTAS	\$ 101.423,78	\$ 110.414,09	\$ 119.987,31	\$ 130.177,84	\$ 141.022,08
<b>UT.BRUTA VENTAS</b>	<b>\$ 54.612,80</b>	<b>\$ 59.453,74</b>	<b>\$ 64.608,55</b>	<b>\$ 70.095,76</b>	<b>\$ 75.934,96</b>
GASTO VENTAS	\$ 7.742,68	\$ 8.185,19	\$ 8.653,13	\$ 9.147,95	\$ 9.671,20
sueldo administrador	\$ 7.142,68	\$ 7.559,27	\$ 8.000,17	\$ 8.466,78	\$ 8.960,60
promociones y publicidad	\$ 600,00	\$ 625,92	\$ 652,96	\$ 681,17	\$ 710,59
<b>UTILIDAD NETA VENTAS</b>	<b>\$ 46.870,13</b>	<b>\$ 51.268,55</b>	<b>\$ 55.955,42</b>	<b>\$ 60.947,81</b>	<b>\$ 66.263,77</b>
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 9.515,60	\$ 9.965,88	\$ 10.439,68	\$ 10.571,59	\$ 11.096,26
arriendo	\$ 3.360,00	\$ 3.505,15	\$ 3.656,57	\$ 3.814,54	\$ 3.979,33
sueldos BBFF	\$ 4.609,43	\$ 4.878,27	\$ 5.162,80	\$ 5.463,92	\$ 5.782,60
servicios basicos	\$ 840,00	\$ 876,29	\$ 914,14	\$ 953,63	\$ 994,83
dep.muebles y enseres	\$ 171,40	\$ 171,40	\$ 171,40	\$ 171,40	\$ 171,40
dep.equipo comp.	\$ 366,67	\$ 366,67	\$ 366,67	\$ 0,00	\$ 0,00
dep.equipo oficina	\$ 48,10	\$ 48,10	\$ 48,10	\$ 48,10	\$ 48,10
amort.permisos de func.	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
<b>UTILIDAD OPERACIONA</b>	<b>\$ 37.354,53</b>	<b>\$ 41.302,67</b>	<b>\$ 45.515,74</b>	<b>\$ 50.376,22</b>	<b>\$ 55.167,51</b>
GASTOS FINANCIEROS	\$ 3.565,42	\$ 2.330,60	\$ 878,76	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>UTILIDAD ANT.IMP.</b>	<b>\$ 33.789,11</b>	<b>\$ 38.972,07</b>	<b>\$ 44.636,97</b>	<b>\$ 50.376,22</b>	<b>\$ 55.167,51</b>
15% TRABAJADORES	\$ 5.068,37	\$ 5.845,81	\$ 6.695,55	\$ 7.556,43	\$ 8.275,13
<b>UTILIDAD IMPUESTO</b>	<b>\$ 28.720,74</b>	<b>\$ 33.126,26</b>	<b>\$ 37.941,43</b>	<b>\$ 42.819,79</b>	<b>\$ 46.892,38</b>
IMPUESTO A LA RENTA	\$ 4.308,11	\$ 4.968,94	\$ 7.588,29	\$ 8.563,96	\$ 9.378,48
<b>UTILIDAD FINAL</b>	<b>\$ 24.412,63</b>	<b>\$ 28.157,32</b>	<b>\$ 30.353,14</b>	<b>\$ 34.255,83</b>	<b>\$ 37.513,90</b>
10% RESERVAS LEGALES	\$ 2.441,26	\$ 2.815,73	\$ 3.035,31	\$ 3.425,58	\$ 3.751,39
<b>UTILIDAD DIVIDENDO O</b>	<b>\$ 21.971,37</b>	<b>\$ 25.341,59</b>	<b>\$ 27.317,83</b>	<b>\$ 30.830,25</b>	<b>\$ 33.762,51</b>

*Realizado por:* Jenny Juiña

## 5.2.8 Flujo Caja

Según El mundo Economía y Negocios:

Los flujos de caja son las variaciones de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado para una empresa. 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 flujo de caja se analiza a través del Estado de Flujo de Caja. “

**Tabla N° 54**

*Flujo de Caja*

	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD		\$ 18.775,81	\$ 22.020,84	\$ 25.581,69	\$ 29.161,94	\$ 32.020,95
DEPERECIACIÓN		\$ 586,17	\$ 586,17	\$ 586,17	\$ 219,50	\$ 219,50
AMORTIZACIÓN		\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
GASTO FINANCIERO		\$ 3.565,42	\$ 2.330,60	\$ 878,76	\$ -	\$ -
FLUJO OPERACIONAL		\$ 23.047,40	\$ 25.057,61	\$ 27.166,62	\$ 29.501,44	\$ 32.360,45
INVERSIONES						
CAPITAL DE TABAJO	\$ 32.447,05					
ACTIVOS FIJOS	\$ (3.335,00)					
FLUJO NETO	\$ (35.782,05)	\$ 23.047,40	\$ 25.057,61	\$ 27.166,62	\$ 29.501,44	\$ 32.360,45

*Realizado por:* Jenny Juiña

## 5.3 EVALUACION

### 5.3.1 Tasa de descuento (TMAR)

Es la suma de factores que inciden en el proyecto tales como la inflación, la tasa de interés pasiva y el riesgo país.

### Tabla N° 55

*Tasa de Descuento*

T (MAR) =	24,85%
-----------	--------

*Realizado por:* Jenny Juiña

### 5.3.2 VAN

Según Economía Finanzas nos dice que “Se conoce a esta herramienta financiera como la diferencia entre el dinero que entra a la empresa y la cantidad que se invierte en un mismo producto para ver si realmente es un producto (o proyecto) que puede dar beneficios a la empresa.”(pag.1)

### Tabla N° 56

VAN

	FN	VAN
0	\$ (35.782,05)	\$ (35.782,05)
1	\$ 23.047,40	\$ 18.460,07
2	\$ 25.057,61	\$ 16.075,43
3	\$ 27.166,62	\$ 13.959,50
4	\$ 29.501,44	\$ 12.141,96
5	\$ 32.360,45	\$ 10.667,73
	VAN	\$ 35.522,64

*Realizado por:* Jenny Juiña

### Análisis

Al analizar la tabla podemos observar que durante los 5 años la empresa generar un valor correspondiente a \$35`522.64.

### 5.3.4 TIR

Según Economipedia nos afirma que:

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto. Es una medida utilizada en la evaluación de proyectos de inversión que está muy relacionada con el Valor Actualizado Neto (VAN).(pag.1)

**Tabla N° 57**

*TIR*

CÁLCULO DEL TIR			
	FN	VAN	TIR
0	\$ (35.782,05)	\$ (35.782,05)	\$ (35.782,05)
1	\$ 23.047,40	\$ 18.460,07	\$ 23.047,40
2	\$ 25.057,61	\$ 16.075,43	\$ 25.057,61
3	\$ 27.166,62	\$ 13.959,50	\$ 27.166,62
4	\$ 29.501,44	\$ 12.141,96	\$ 29.501,44
5	\$ 32.360,45	\$ 10.667,73	\$ 32.360,45
		TIR	65%

*Realizado por:* Jenny Juiña

### **Análisis**

Como observamos en la tabla el TIR corresponde al 65% con esta cifra se puede analizar que el rendimiento que arroja es rentable.

### 5.3.5 PRI (Período de recuperación de la inversión)

Según Pymes Futuro (s.f) nos asegura que: “Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial”.

**Tabla N° 58**

*PRI*

PRI		
0	\$ (35.782,05)	
1	\$ 18.460,07	
	\$ (17.321,98)	
2	\$ 16.075,43	
	\$ (1.246,55)	
3	\$ 13.959,50	
	\$ 12.712,95	
4	\$ 12.141,96	
PRI	2 años, 1 mes, 2 días, 3 horas	

*Realizado por:* Jenny Juiña

### **Análisis**

La inversión del proyecto se recuperara en el tiempo de 2 años, 1 meses, 2 días, 3 horas.

### 5.3.6 RBC (Relación costo beneficio)

Según Crece Negocios, (s.f) nos dice que “El análisis 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.”(pag.1).

### Tabla N° 59

*RBC*

RB/C =	\$ 71.304,69
	\$ 35.782,05
RB/C =	1,992750403

*Realizado por:* Jenny Juiña

### Análisis

Se observa que el 2.88% corresponde al costo beneficio, es decir que por cada dólar se obtendrá una utilidad de \$1.88.

### 5.3.6 Punto de equilibrio

Según B. Angel, (s.f) nos indica que: "Se denomina Punto de Equilibrio al nivel en el cual los ingresos son iguales a los costos y gastos, es decir es igual al Costo Total y por ende no hay utilidad ni pérdida".(parr.1)

### Tabla N° 60

*Punto de Equilibrio*

CUENTAS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES
COSTOS DE VENTAS	\$ -	\$ 109.225,61	\$ 109.225,61
GASTOS DE VENTAS	\$ 7.142,68	\$ 600,00	\$ 7.742,68
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 9.515,60	\$ -	\$ 9.515,60
GASTOS FINANCIEROS	\$ 3.565,42		\$ 3.565,42
TOTAL	\$ 20.223,70	\$ 109.825,61	\$ 130.049,30

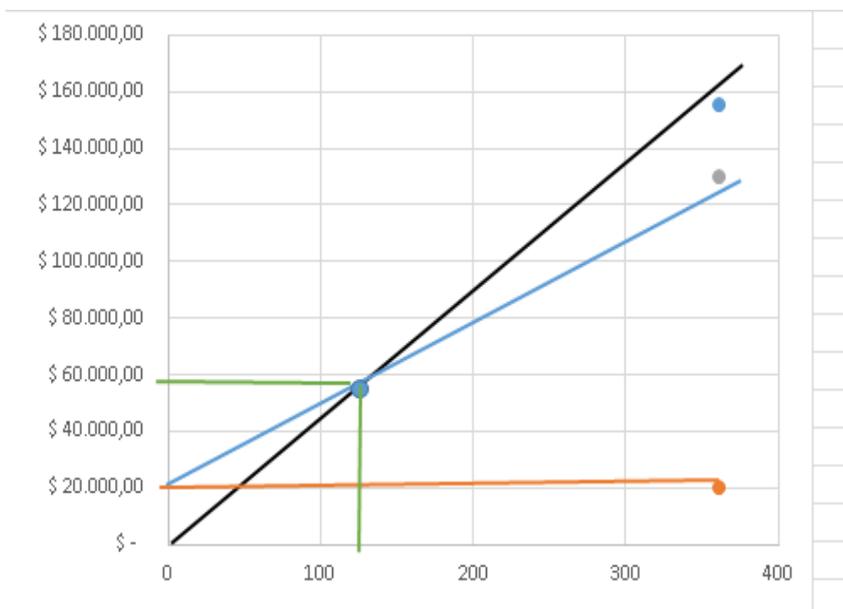
*Realizado por:* Jenny Juiña

Ingresos	\$ 156.036,58
Cantidades	360
Pvp	\$ 433,43
Cvu	\$ 305,07

P.E.Q (unidades) =	Costos Fijos
	P.v.u - C.v.u
P.E.Q (unidades) =	\$ 20.223,70
	\$ 128,36
P.E.Q (unidades) =	157,55
P.E MONETARIO =	Costo Fijo
1 -	C.v.u
	P.v.u
P.E MONETARIO =	\$ 20.223,70
	0,296154748
P.E MONETARIO =	\$ 68.287,60

**Tabla N° 61**

*Punto de Equilibrio*



*Realizado por:* Jenny Juiña

### 5.3.7 Análisis de índices financieros

**Tabla N° 62**

*Margen Neto*

	1	2	3	4	5
VENTAS	\$ 156.036,58	\$ 169.867,83	\$ 184.595,86	\$ 200.273,60	\$ 216.957,04
UTILIDAD	\$ 16.898,23	\$ 19.818,76	\$ 23.023,52	\$ 26.245,74	\$ 28.818,85
MARGEN NETO	11%	12%	12%	13%	13%

*Realizado por:* Jenny Juiña

#### **Análisis**

El promedio para los 5 años es de 12% por lo cual se interpreta que por cada dólar que ingrese se obtendrá \$18 de utilidad.

## CAPITULO VI

### ANALISIS DE IMPACTOS

#### 6.1 Impacto Ambiental

La creación de un Botiquín en la Parroquia de Nayón no influye en el impacto ambiental, ya que este establecimiento solo expenderá productos farmacéuticos y no utilizaremos productos químicos e incentivaremos a los clientes a la correcta eliminación de la basura.

#### 6.2 Impacto Económico

La creación de un Botiquín tiene un impacto económico alto debido a que se generara fuentes de empleo.

#### 6.3 Impacto Social

El impacto social que tiene la creación de un botiquín se considera alta debido a que en ese sector no existe ningún establecimiento farmacéutico por lo que generara un nuevo estilo de vida a la población y se obtendrán resultados positivos tanto para los clientes como para el establecimiento.

## CAPITULO VII

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 7.1 Conclusiones

Mediante este proyecto se pudo identificar la población a la que nos estamos dirigiendo, lo que es muy importante ya que se puede ofrecer productos que se ajusten a las necesidades y que el precio de los medicamentos sea accesible para todos.

Para la creación de este Botiquín se basó en la competencia pudiendo así generar la demanda insatisfecha, que fue muy alta debido a que en este sector no existe ningún establecimiento farmacéutico, por lo que Súper Botiquín implementara una infraestructura adecuada de manera que facilite la accesibilidad a los productos y tendremos un software que nos ayudara a llevar un control del stock de productos, que facilitara al Administrador con el control de ingresos y egresos, el personal del establecimiento será capacitado para una buena atención.

## 7.2 Recomendaciones

Este proyecto se debería poner en práctica debido que será exitoso debido puesto que no se presentan riesgos y tiene una buena acogida por la población.

Se debe tomar en cuenta todos los parámetros que existen para la creación de un establecimiento farmacéutico ya que con el cumplimiento de los mismos no habrá problema alguno y se podrán generar grandes beneficios, se recomienda buscar maneras creativas para el constante crecimiento del establecimiento

---

## ANEXOS

### Encuesta

#### Encuesta

#### **1¿Dónde adquiere los productos para beneficio de su salud?**

- a) Farmacia
- b) Centro Naturista
- c) Otros

#### **2¿Con que frecuencia compra usted los productos?**

- a) Diario
- b) Mensual
- c) Semanal

#### **3¿ El consumo que hace usted mensualmente por medicamentos es de:**

- a) \$0-\$30
- b) \$31-\$60
- c) \$61-\$90
- d) \$91-\$120
- e) Más de \$120

#### **4¿De qué manera realiza usted el pago?**

- a) Efectivo
- b) Tarjeta de crédito

#### **5¿En qué lugar realiza las compras?**

- a) En la Parroquia
- b) Fuera de la Parroquia

#### **6¿Qué piensa usted que es más importante cuando adquiere algún producto?**

- a) Precio
- b) Calidad
- c) Buena atención

#### **7¿ Los precios de los medicamentos en la farmacia de la Parroquia le parecen:**

- a) Moderados
- b) Altos
- c) Bajos

**8¿ Le gustaría que en el Barrio San Pedro del Valle exista un Botiquín que le ofrezca productos de buena calidad y con precios cómodos?**

- a) Si
- b) No

**9¿Si se creara un Botiquín en el Barrio usted consumiría en este lugar?**

- a) Si
- b) No

**10¿Cuáles son los productos que adquiere con frecuencia en una farmacia?**

- a) Medicamentos
- b) Aseo personal

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

FAO (s.f).definición encuesta. Extraído de:

<http://www.fao.org/docrep/005/x2465s/x2465s08.htm>.

Economía, (2007).Demanda. Extraído de:

<http://www.economia.ws/oferta-y-demanda.php>.

Universidad Santo Tomas (s.f).capacidad óptima. Extraído de:

[http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20\(Segundo%20Momento\)/localizacin\\_del\\_proyecto.html](http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20(Segundo%20Momento)/localizacin_del_proyecto.html).

Gerencie. (2010).Ingresos Operacionales. Extraído de:

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

HARGARDOM, Bernard.Costo Directo. Extraído de:

<http://www.monografias.com/trabajos93/modulo-contabilidad-costos/modulo-contabilidad-costos.shtml>.

Nueva Economía. Inversión Fija. Extraído de:

<http://lanuevaeconomia.com/inversiones-fijas-y-capital-de-trabajo-de-proyectos-de-inversion.html>