



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACION DE BOTICAS Y FARMACIAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA FARMACIA  
PARTICULAR EN LA CIUDAD DEL TENA PROVINCIA DEL NAPO 2014

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

Autor: Chiles Mena Jorge Oswaldo

Tutor: Eco. Paredes Lenin Mauricio

Quito, Septiembre. 2014



### DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, 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.

Jorge Oswaldo Chiles Mena

CC. 1708654759



## **CESIÓN DE DERECHOS**

Yo, Chiles Mena Jorge Oswaldo, alumno de la Escuela de salud Administración de Boticas y Farmacia, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor del Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

CC. 1708654759



## AGRADECIMIENTO

A Dios, mi vida llena de salud y mi guía, a mi esposa y mi hijo por su estímulo constante, y al Instituto Tecnológico "Cordillera", a mis maestros que con toda su dedicación y sabiduría contribuyeron de manera decisiva en mi formación profesional



v

## **DEDICATORIA**

A mi esposa mi hijo y a mi familia por su apoyo incondicional, por ser ellos ejemplo de fortaleza, dedicación y amor he podido llegar a esta meta.

## INDICE GENERAL

Declaratoria.....	ii
Cesión Derechos.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	v
Índice General.....	vi
Índice de Cuadros.....	xii
Índice Gráficos.....	xv
Resumen Ejecutivo.....	xvi
Abstract.....	xvii
<b>CAPITULO I.</b>	
1.01.Justificación.....	1
1.02.Antecedentes.....	3
<b>CAPITULO II.</b>	
2.01. Ambiente Externo.....	5
2.01.1 Factor Económico.....	5
2.01.1.1 La Inflacion .....	5
2.01.1.2 Producto Interno Bruto (PIB) .....	7
2.01.1.3 Población Económicamente Activa.....	8
2.01.1.4 Tasa Interes Activa.....	10
2.01.1.5 Tasa Interes Pasiva.....	11

2.01.2 Factor Social-----	12
2.01.2.1 La Pobreza-----	13
2.01.2.2 La Delincuencia-----	15
2.01.3 Factor Legal-----	17
2.01.3.1 Reglamento establecimientos Farmacéuticos-----	18
2.01.4 Factor Tecnológico-----	19
2.02 Entorno Local-----	20
2.02.1 Análisis cinco Fuerzas Porter-----	20
2.02.1.1 Barreras de Entrada-----	20
2.02.1.2 Servicios Sustitutos-----	20
2.02.1.3 Determinantes de la Rivalidad-----	21
2.02.1.4 Poder de los Compradores-----	21
2.02.1.5 Negociación con los Proveedores-----	22
2.03 Análisis Interno-----	23
2.03.1 Propuesta Estratégica-----	23
2.03.1.1 Las Cuatro "P"-----	22
2.03.1.2 Nombre Farmacia y Eslogan-----	25
2.03.1.3 Filosofía-----	25
2.03.1.4 Misión-----	26
2.03.1.5 Visión-----	26
2.03.2 Objetivo General-----	26
2.03.2.1 Objetivos Específicos-----	27
2.03.3 Principios-----	27

2.03.3.1 Valores-----	28
2.03.3.2 Políticas-----	28
2.03.4 Gestión Administrativa-----	29
2.03.4.1 Funciones Gestión Administrativa-----	29
2.03.4.2 Perfil Puesto Químico Farmacéutico-----	29
2.03.4.3 Perfil Puesto Auxiliar-----	30
2.03.5 Gestión Operativa-----	32
2.03.6 Gestión Comercial-----	33
2.03.5.1 Compra Mercadería-----	33
2.03.5.2 Acopio-----	33
2.03.5.3 comercialización-----	33
2.03.5.4 distribución-----	33
2.03.5.5 Ventas-----	34
2.04 Análisis FODA-----	34
2.04.1 Matriz Cuantitativa Estratégica (MCPE) -----	38
<b>CAPITULO III.</b>	
3.01 Análisis del Consumidor-----	42
3.01.1 Producto-----	42
3.01.2 Población-----	43
3.01.3 Delimitación de la Población-----	44
3.01.4 Tipo de Muestra-----	44
3.01.4.1 Tamaño de la Muestra-----	44
3.01.4.2 Formula Calculo de la Población Universo y Muestra-----	45

3.01.4.3 Técnica de recolección de Datos-----	46
3.01.4.4 Diseño del Cuestionario-----	47
3.01.4.5 Tabulación y Análisis de Datos-----	47
3.02 Oferta-----	58
3.02.1 Definición oferta-----	58
3.02.2 Características-----	58
3.02.3 Oferta Histórica y Proyectada-----	59
3.02.4 Oferta Proyectada-----	60
3.04 Demanda-----	61
3.04.1 Marketing Mix-----	61
3.04.2 Demanda Actual-----	62
3.04.3 Demanda Proyectada-----	64
3.04.4 Balance oferta Demanda-----	65
3.04.5 Balance Proyectado-----	65
CAPITULO IV.	
4.01 Tamaño del Proyecto-----	66
4.01.1 Capacidad Instalada-----	66
4.01.2 Capacidad Demandada-----	67
4.01.3 Rol de Pago-----	67
4.02 Macrolocalización-----	68
4.02.1 Microlocalización-----	69
4.02.2 Localización Óptima del Proyecto-----	70
4.03 Ingeniería del Producto-----	71

4.03.1 Definición ByS-----	73
4.03.2 Distribución de la Planta-----	73
4.03.2.1 Área de Dispensación y Distribución-----	72
4.03.2.2 Área de Recepción-----	74
4.03.2.3 Área Almacenamiento-----	74
4.03.2.4 Área Administración-----	75
4.03.3 Maquinaria y Equipo-----	79
4.03.3.1 Maquinaria-----	79
4.03.4 Aspectos Legales-----	80
 CAPITULO V.	
5.01 Ingresos-----	83
5.01.1 Ingresos Operacionales-----	83
5.01.2 Ingresos no Operacionales-----	84
5.02 Costos-----	84
5.02.1 Costos Operacionales-----	84
5.02.2 Costos no Operacionales-----	85
5.02.3 Gastos Administrativos-----	85
5.02.4 Gastos Financieros-----	89
5.02.5 Gastos Ventas-----	91
5.03 Inversión del Proyecto-----	93
5.03.1 Activos Fijos-----	94
5.03.2 Activos Nominales-----	94
5.03.3 Capital de Trabajo-----	95

5.03.4 Estado Situación Inicial-----	96
5.03.5 Fuentes Financiamiento-----	97
CAPITULO VI.	
6.01 Pronostico Financiero-----	98
6.01.1 Flujo de Caja-----	99
6.01.2 Punto de Equilibrio-----	99
6.01.3 Punto de Equilibrio en Días-----	100
6.02 Evaluación Financiera-----	102
6.02.1 T (MAR) -----	102
6.02.2 Valor Actual Neto (VAN) -----	104
6.02.3 Tasa Interna de Retorno (TIR) -----	105
6.02.4 Costo Beneficio (C/B) -----	106
6.02.5 Periodo Recuperación Inversión (PRI) -----	107
6.02.6 Coeficientes Financieros-----	108
6.03 Análisis de Impactos-----	110
6.03.1 Impacto-----	110
6.03.1.1 Impacto Ambiental-----	110
6.03.1.2 Impacto Económico-----	110
6.03.1.3 Impacto Productivo-----	111
CAPITULO VII	
7.01 Conclusiones-----	112
7.02 Recomendaciones-----	113

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Inflacion-----	6
Tabla 2. Producto Interno Bruto-----	7
Tabla 3. Población Económicamente Activa-----	9
Tabla 4. Tasa Interes Activa-----	10
Tabla 5. Tasa Interes Pasiva-----	11
Tabla 6. Pobreza en Ecuador-----	14
Tabla 7. La Delincuencia en Ecuador-----	16
Tabla 8. Cinco Fuerzas Porter-----	22
Tabla 9. Matriz FODA-----	35
Tabla 10. Matriz MEFI-----	36
Tabla 11. Matriz MAFE-----	37
Tabla 12. Análisis Estrategia Matriz MAFE-----	38
Tabla 13. Matriz (MCPE) -----	40
Tabla 14. Pregunta 1-----	47
Tabla 15. Pregunta 2-----	48
Tabla 16. Pregunta 3-----	49
Tabla 17. Pregunta 4-----	40
Tabla 18. Pregunta 5-----	51
Tabla 19. Pregunta 6-----	52
Tabla 20. Pregunta 7-----	53

Tabla 21. Pregunta 8-----	54
Tabla 22. Pregunta 9-----	55
Tabla 23. Oferta Histórica-----	58
Tabla 24. Oferta Actual-----	59
Tabla 25. Oferta Proyectada-----	60
Tabla 26. Demanda Actual-----	62
Tabla 27. Demanda Actual Farmacia-----	63
Tabla 28. Demanda Proyectada-----	64
Tabla 29. Balance Actual-----	64
Tabla 30. Balance Proyectado-----	66
Tabla 31. Capacidad Demandada-----	67
Tabla 32. Ponderación Barrios-----	71
Tabla 33. Equipo de Cómputo y Oficina-----	79
Tabla 34. Muebles y Enseres-----	80
Tabla 35. Ingresos Operacionales-----	83
Tabla 36. Costos Operacionales-----	84
Tabla 37. Costos no Operacionales-----	85
Tabla 38. Gastos Administrativos-----	86
Tabla 39. Rol de Pago Químico Farmacéutico-----	87
Tabla 40. Depreciación Equipo de Cómputo-----	87
Tabla 41. Depreciación Equipo de Oficina-----	88
Tabla 42. Depreciación Muebles y Enseres-----	88
Tabla 43. Préstamo Financiamiento-----	89

Tabla 44. Amortización-----	90
Tabla 45. Gasto Ventas-----	91
Tabla 46. Gastos Sueldos y Salarios Proyectado-----	92
Tabla 47. Activos Fijos-----	93
Tabla 48. Activos Nominales-----	94
Tabla 49. Capital de Trabajo-----	94
Tabla50. Estado de Situación Inicial-----	95
Tabla51. Financiamiento-----	96
Tabla 52. Estado Pérdidas y Ganancias-----	97
Tabla 53. Impuesto a la Renta-----	98
Tabla54. Porcentajes Proyecciones-----	99
Tabla 55. Flujo de Caja-----	100
Tabla 56. Punto de Equilibrio-----	100
Tabla 57. T (MAR) -----	103
Tabla58. VAN-----	104
Tabla 59. TIR-----	105
Tabla 60. Costo Beneficio (C/B) -----	106
Tabla 61. Margen Bruto-----	107
Tabla62. Margen Neto-----	108

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1	6
Figura 2	7
Figura 3	9
Figura 4	10
Figura 5	12
Figura 6	15
Figura 7	16
Figura 8	47
Figura 9	48
Figura 10	49
Figura 11	50
Figura 12	51
Figura 13	52
Figura 14	53
Figura 15	54
Figura 16	55
Figura 17	59
Figura 18	72
Figura 19	96
Figura 20	102

## CAPITULO I

### 1.01. Justificación.

Este proyecto busca la manera de implementar una farmacia en la ciudad del Tena, barrio San Antonio, ya que en la actualidad este barrio no cuenta con los servicios de un lugar de expendio de medicamentos, la población debe movilizarse a una distancia de cinco kilómetros para la compra de estos artículos de la salud, lo cual representa mayor costo económico y tiempo.

Todas estas razones hacen indispensable la realización de este proyecto, orientado a satisfacer las necesidades de la comunidad, de esta manera estaríamos facilitando el trabajo al profesional de la salud de este sector, así como la mejora del servicio a la población en los requerimientos de los servicios farmacéuticos.

M. Andrade y C. Sacoto año 2012. "Es importante destacar que la salud se ha vuelto un factor de suma relevancia para la ciudadanía por ello en la actualidad se ha desplegado una gama de centros o establecimientos de expendio de artículos y medicinas farmacéuticos" (pg. 1)

El estudio de mercado ha confirmado que en este barrio, existe gran demanda insatisfecha de artículos farmacéuticos, esto quiere decir, que todavía no existen centros de comercialización de medicamentos. Se va a realizar un análisis a los comercializadores y consumidores, de productos de usos medicinales, aplicando técnicas de investigación que son: encuestas, entrevistas, observación directa, para

determinar algunos aspectos importantes del proyecto. Se encuentra orientada a dar la propuesta de emprendimiento, y a promover la actividad farmacéutica, a través de un proceso de comercialización de esta clase de mercancía, con eficiencia y eficacia, ofreciendo productos de Calidad y variedad, tanto en precios como en diferentes marcas de laboratorios. Se realizara investigaciones sobre el aspecto legal, administrativo, operativo y de comercialización, de acuerdo a las necesidades que requiera la empresa para su buen funcionamiento.

Este proyecto tendrá impactos y riesgos relevantes en la comercialización de artículos de uso medicinal, lo que permitirá la mejora continua, y al mismo tiempo contribuir al crecimiento económico, social, cultural y laboral de la comunidad de la ciudad del Tena. Del cual saldrán beneficiados tanto el dueño del proyecto que lo pondrá en marcha, como los habitantes del sector, ofreciéndoles los servicios farmacéuticos más cerca a sus hogares, con productos de buena calidad de acuerdo a sus necesidades.

Así mismo este proyecto está vinculado con la matriz productiva y al desarrollo del buen vivir, de manera que se generara plazas de trabajo y se priorizara los medicamentos genéricos como un bien para la población, de manera que permita mejores condiciones de salud en el futuro.

## **1.02 Antecedentes**

El estudio que se está realizando, es tomado como referencia de un proyecto del de las mismas características, del autor: **José Palacios**, título: "Estudio de Factibilidad para la creación de una Farmacia de Autoservicio en el Cantón "Pimampiro", UNIVERSIDAD TECNICA DE IBARRA. Año: 2011.

Se da a conocer el porqué, como, cuando realizar la propuesta del proyecto y realizar el estudio de factibilidad en tres aspectos: operativo, técnico y económico, ve la necesidad de la población que no cuenta con una farmacia que les brinde satisfacción en la calidad, atención sobre todo en el tiempo de apertura de las 24 horas. Se refiere al estudio económico financiero, en donde el negocio farmacéutico es muy rentable debido a que todo el mundo tiene la necesidad de algún medicamento para mejorar su salud.

**Cano Anabel** año 2012, Universidad Estatal de Milagro, estudio de factibilidad para la creación de un supermercado en la ciudadela la pradera del cantón milagro, proyecto de grado previo a la obtención del título de licenciatura en gestión empresarial.

Determina la influencia en la economía familiar por la creación de un Supermercado ubicado en la ciudadela La Pradera de la Ciudad de Milagro, mediante la aplicación de herramientas estadísticas, para establecer el impacto económico y la satisfacción de los moradores de este sector.

Establece que la existencia de los intermediarios de la cadena de distribución afecta en los precios de los productos de consumo que se expenden en dicha ciudadela.

**Andrade Miguel** año 2012 UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO unidad académica ciencias administrativas y comerciales proyecto previo a la obtención del título de ingeniero comercial.

Trabajo investigativo, se pudo constatar que existe una alta demanda de las cadenas farmacéuticas en esta localidad, sin embargo, estas no cubren con las necesidades de la población Milagro,

También menciona que el sector de la farmacología es un campo en el cual cuenta con un alto nivel de consumo, a causa de las múltiples enfermedades que en la actualidad afectan a la ciudadanía, es por ello, que este cantón cuenta con una amplia cadena de farmacias que tratan de cubrir con las necesidades de la población.

## CAPÍTULO II

### 2.01. Ambiente externo:

#### 2.01.1. Factor económico:

Es todo el entorno que se encuentra relacionado al local que se va a crear ya sea en cambios de las tasas de interés bancarios, mayores tasas de cesantía, menor demanda de productos y servicios, la población económicamente activa de la comunidad y el desempleo originaran muchos cambios en lo referente a los intereses y de utilidades comerciales del negocio, evolución del comercio como deuda externa, la política de financiamiento, análisis del PIB, periódico financiero 2014”según el banco central el producto interno bruto en el Ecuador es la tasa en crecimiento del 4% 5.1% en el 2014”(pg.3). Fuente: [http:// www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

#### 2.01.1.1. La inflación.

La Inflación es el incremento de los precios (bienes y servicios), el índice de precios del consumidor de la canasta básica de los productos a consumir, elevación de los costos de exportación esto sucede que cuando se elevan los costos de producción tienen que subir otros productos para que los productores aprecien ganancias y por tal se aumentan los precios de manera general encareciéndose el costo de vida. A continuación se muestra la evolución de la inflación anual durante los últimos años.

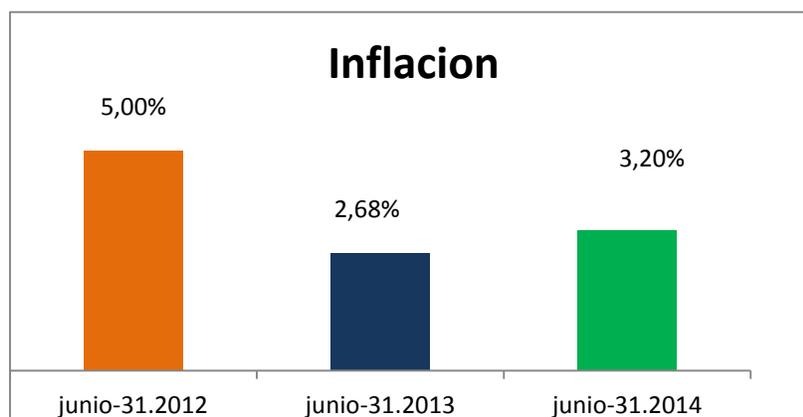
Fuente: <http://www.analisisinflacionario.bce.fin.ec.2014>

**Tabla 1. Inflación.**

<b>La Inflación</b>	
<b>Año</b>	<b>Porcentaje</b>
junio-31.2012	5,00%
junio-31.2013	2,68%
junio-31.2014	3,20%

**Nota:** es una referencia de la inflación durante los años 2012, 2013, 2014

Porcentajes tomados del análisis inflacionario del Banco Central del Ecuador (2014), pág. 12



**Figura 1:** relación porcentual entre los tres años sobre la inflación en el Ecuador.

**Autor:** Jorge Chiles.

**Análisis:** con el transcurrir del tiempo la inflación a ido variando de acuerdo al alza de los precios de primera necesidad en el país, desde el 2008 se mantiene hasta el año 2012, y está bajando gracias al crecimiento de fuentes de trabajo y a la producción de recursos del país. Esto es bueno para el pueblo porque va a existir más demanda para la economía del país, empresas, y personas lo cual representa una oportunidad favorable para poner el negocio.

### 2.01.1.2. Producto Interno Bruto (PIB)

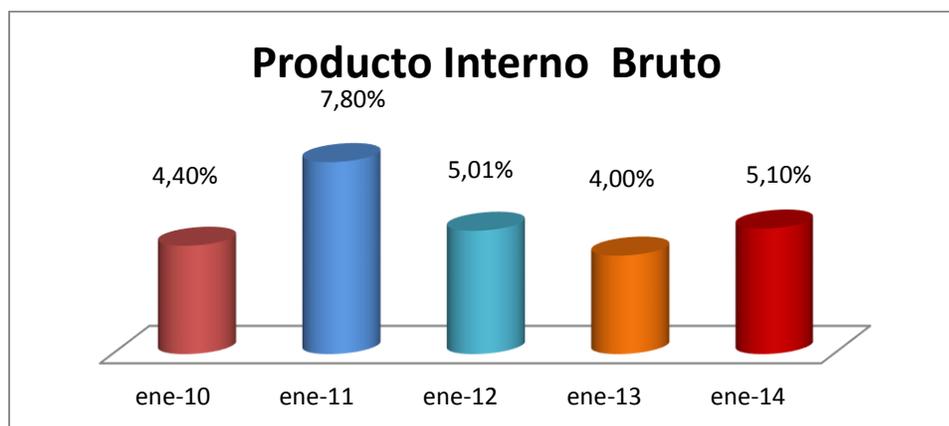
Es una medida macroeconómica que expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios de demanda final de un país o una región, durante un período determinado de tiempo, normalmente un año.

A continuación se indica el crecimiento del PIB durante los últimos 5 años.

**Tabla 2 Producto Interno Bruto (PIB).**

Producto Interno Bruto	
Año	Porcentaje
Ene-10	4,40%
Ene-11	7,80%
Ene-12	5,01%
Ene-13	4,00%
Ene-14	5,10%

**nota:** porcentajes correspondientes a los últimos cinco años de la producción bruta en el Ecuador. Tomado de: inflación en el Ecuador mediante [www. Net.](http://www.net.com)



**Figura 2.** Porcentaje del producto interno bruto como ha ido subiendo durante los últimos 5 años. Tomado de la inflación del Ecuador por internet. [www.net.com](http://www.net.com)

**Autor:** Jorge chiles.

**Análisis:** el PIB comparado con la economía de hace cinco años atrás vemos que estuvo muy bajo comparado con los de Latinoamérica, que en la actualidad se a estado manteniendo, y es mas estos últimos tiempos gracias al desarrollo de gobierno en promover la innovación a las industrias el PIB ha subido en un 5.1 por ciento lo que quiere decir; que en el país se produce más y se importa menos.

Si el PIB sigue subiendo gracias a la matriz productiva del gobierno seremos más productores y desarrollaremos más fuentes de trabajo así que es muy bueno para el negocio que voy a poner.

#### **2.01.1.3. Población económicamente activa.**

La población activa de un país es la cantidad de personas que se han integrado al mercado de trabajo, es decir, que tienen un empleo.

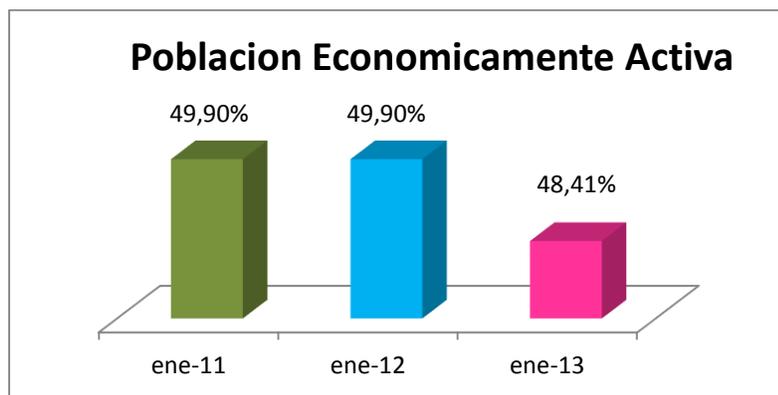
La PEA es el principal indicador de la oferta de mano de obra en una sociedad, las personas económicamente activas, están en capacidad y disponibilidad para dedicarse a la producción de bienes y servicios económicos en un determinado momento.

Incluye a las personas que trabajan o tienen trabajo y a aquellas que no tienen empleo pero están dispuestas a trabajar en cambio, quienes no están en disponibilidad de trabajar ya sea por edad, incapacidad o decisión propia.

**Tabla 3. Población Económicamente Activa (PEA).**

<b>Población Económicamente Activa</b>	
<b>Año</b>	<b>Porcentaje</b>
Mar-11	49,90%
Mar-12	49,90%
Mar-13	48,41%

**nota:** porcentajes por años de la población económicamente activa. Tomado de la Inflación en el Ecuador internet



**Figura 3:** la PEA tomado de la Inflación en el mediante el internet.

**Autor:** Jorge Chiles.

**Análisis:** la población económicamente activa en los últimos años ha ido manteniendo de acuerdo al último censo por el INEC, esto es por el incremento de la inversión del gobierno en el desarrollo de la educación, salud, vías de comunicación, en la construcción de infraestructura, y a la vez la contratación de mano de obra ecuatoriana. Es bueno mientras haya empleo existirá la demanda de clientes por lo cual es una oportunidad para la creación de la farmacia.

#### 2.01.1.4. Tasa interés activa.

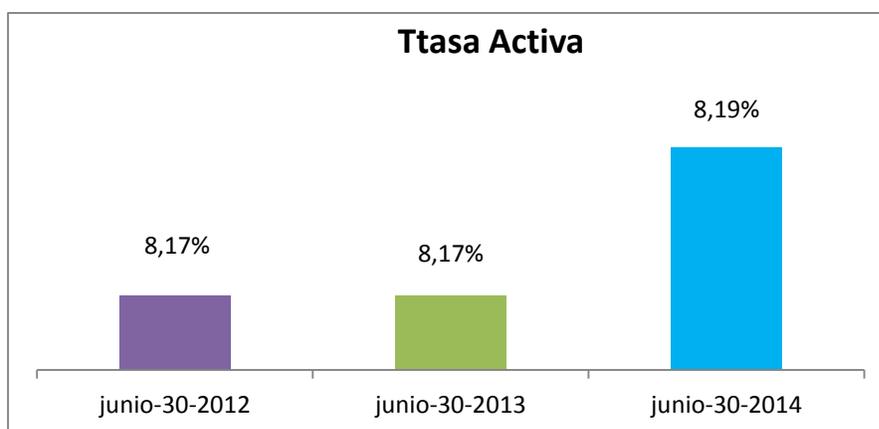
La tasa activa es el interés que es cobrada por los bancos al conceder préstamos a sus clientes. Esta tasa se determina en el momento de contratación dependiendo de varios factores: características del préstamo, garantía, plazo, etc.

[www.economia.com/tasainterres-activa.htm](http://www.economia.com/tasainterres-activa.htm)

**Tabla. 4. Tasa de Interés Activa.**

Tasa Activa	
Año	Porcentaje
junio-30-2012	8,17%
junio-30-2013	8,17%
junio-30-2014	8,19%

**Nota:** la tasa activa en los años ha bajado su interés en los últimos tres años, tomado: inflación en el Ecuador mediante el internet.



**Figura 4.** Porcentajes de la tasa activa en el periodo de tres años de junio 2012 hasta 2014. tomado de la inflación en el Ecuador mediante el internet.

**Autor:** Jorge Chiles

**Análisis:** el interés en los tres años anteriores su variación es mínima, por lo que se puede realizar préstamos bancarios para cualquier tipo de negocios, de esta manera se reactiva la economía del país, mediante inversiones a corto plazo y largo plazo. Esto es una oportunidad para realizar créditos para la farmacia.

#### 2.01.1.5. Tasa de interés pasiva.

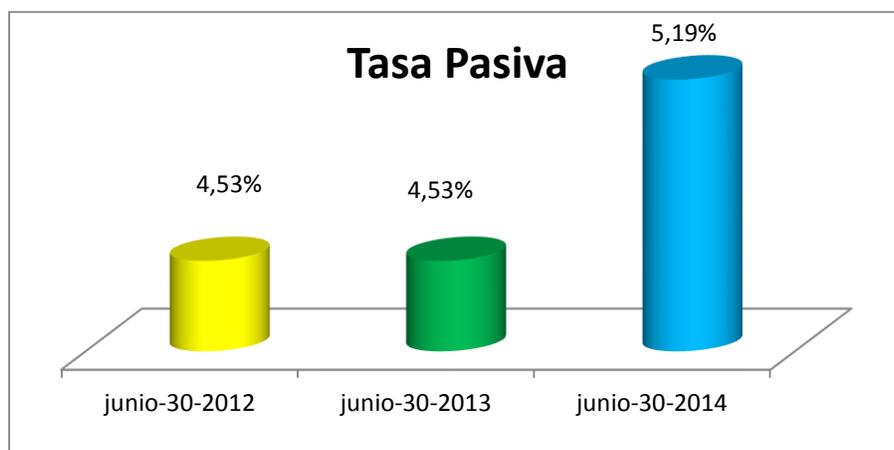
Es la tasa a la que se remuneran a los depositantes de fondos por prestar su dinero a los bancos y al igual que en la tasa activa depende de varios factores: tipo de depósito, monto, plazo, etc. En este caso, si el cliente de un banco desea realizar un plazo fijo, se le pagarán los intereses referenciados a la tasa pasiva.

[www.economia.com/tasainteres-pasiva.htm](http://www.economia.com/tasainteres-pasiva.htm).

**Tabla 5. Tasa de Interés Pasiva.**

<b>Tasa Pasiva</b>	
<b>Año</b>	<b>Porcentaje</b>
Junio-30-2012	4,53%
Junio-30-2013	4,53%
Junio-30-2014	5,19%

**Nota:** la tasa pasiva esta tomado en cada semestre da cada año. Publicado en la Inflación en el Ecuador por internet.



**Figura 5.** Porcentajes de la tasa pasiva de los últimos tres años referidos a junio de cada año. Tomado de la inflación del Ecuador mediante el internet.

**Autor:** Jorge Chiles.

**Análisis:** según el cuadro el año actual subió el porcentaje de pago del interés, por depósitos en las entidades bancarias, por lo cual es una oportunidad para realizar depósitos de los productos vendidos; y no tener el dinero bajo el colchón que no produce nada.

### 2.01.2. Factor social.

Las influencias que todos recibimos no provienen únicamente de nuestras familias, es preciso tener muy presentes otros aspectos de nuestras vidas, relacionados con los amigos, los deportes que practicamos, el ambiente en el que nos movemos, nuestros gustos culturales, los compañeros de estudios, el modo de vida que tenemos, etc. Las relaciones personales y el medio en el que se desarrollan determinan nuestra forma de vida en el futuro.



#### **2.01.2.1. La pobreza.**

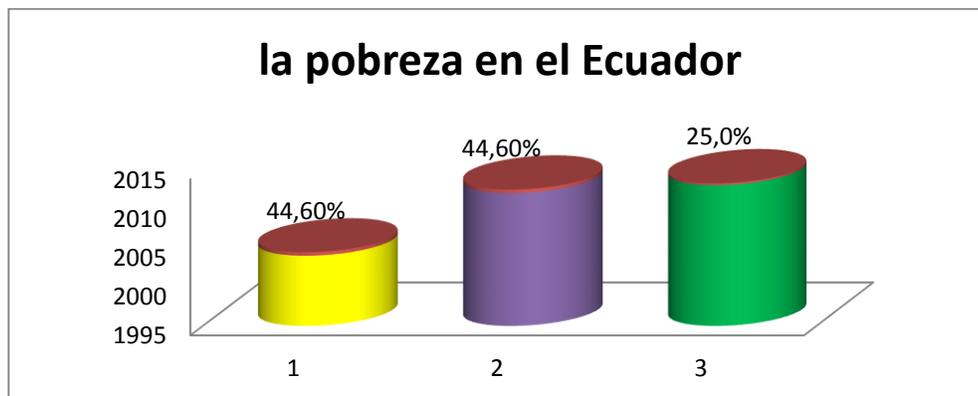
La pobreza es una realidad que todos enfrentamos, que muchos vivimos, pero que resulta sumamente arduo definir y medir. Desde la antigüedad, las ideas sobre la pobreza y el lugar de los pobres han sido motivo de fuertes controversia, no es la misma pobreza la de la sociedad del siglo XX que aquella que se vivía en la edad media, el criterio de pobreza es totalmente diferente en un país desarrollado, como en un subdesarrollado, como puede ser aquella persona que conduce su automóvil con los neumáticos gastados, como el campesino pobre camina con los pies descalzos y no cuenta con los medios necesarios para satisfacer la necesidad más elemental: la alimentación, vestimenta y vivienda.



**Tabla 6. La pobreza en el Ecuador**

La Pobreza	
Año	Porcentaje
2004	44,60%
2012	44,60%
2013	25,0%

**Nota:** la pobreza en el 2004 era muy alta y esta se mantuvo hasta el año 2012, pero después de subir el precio del petróleo a mejorado en el 2013. Tomado de la publicación del banco central en el periódico HOY (pg. 1)



**Figura 6.** Datos en porcentajes de los años que ha ido bajando la pobreza. Tomado de el periódico el HOY publicado en el año 2.013. (pg. 1)

**Autor:** Jorge chiles.

**Análisis:** la pobreza en el Ecuador en el año 2004 hasta el año 2012 a sido alta, pero a partir del 2013 gracias al aumento del precio del petróleo, las remesas han aumentado, el gobierno a creado nuevas fuentes de trabajo, aumentado el bono del desarrollo humano, y sobre todo el plan del buen vivir que a creado hasta el año 2017 se espera que aun baje mas el índice de pobreza en el Ecuador, es una oportunidad por lo cual esto generara mas ventas de productos farmacéuticos y la población podrá vivir sana.

#### **2.01.2.2. La delincuencia.**

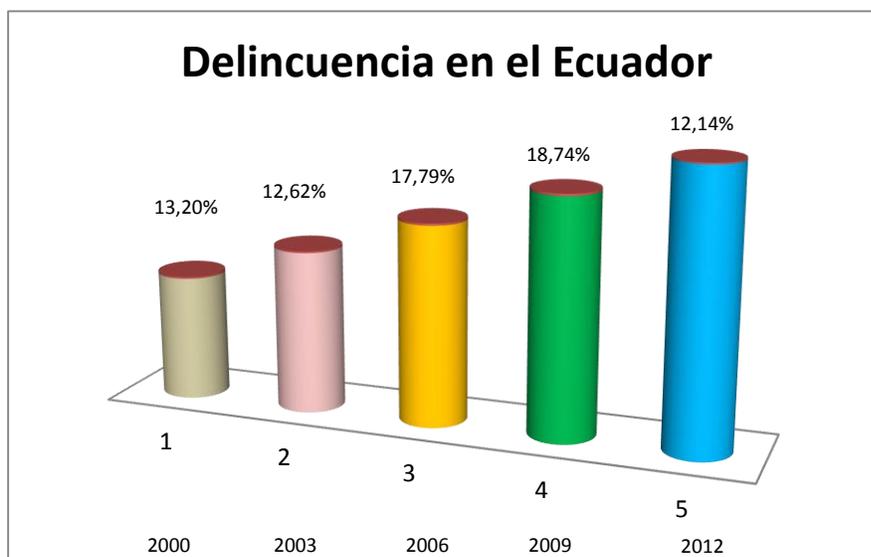
Ecuador atraviesa por un grave período de violencia social, que se expresa en forma de violencia delincencial. Bandas grandes y pequeñas de avezados delincuentes asaltan, violan, secuestran y matan a inermes ciudadanos, creando una creciente angustia social, hasta hoy el Estado ha enfocado el problema a partir

de conceptos represivos, ha endurecido las penas contra esos delitos y ha incrementado notablemente el número de policías, sobre todo en Guayaquil, que es la ciudad más agredida por la delincuencia.

**Tabla 7. La Delincuencia en el Ecuador.**

Año	Porcentaje
2000	13,20%
2003	12,62%
2006	17,79%
2009	18,74%
2012	12,14%

**Nota:** este cuadro se relaciona al los años más próximos de la delincuencia en el Ecuador. Estos datos fueron tomados de CEDATOS publicado en internet.



**Figura 7.** Porcentajes como ha ido portándose la delincuencia en el ecuador durante el año 2000 y el 2012. Tomado de cedatos publicado en el internet.

**Autor:** Jorge chiles.

**Análisis:** en el gráfico se puede ver que la delincuencia en el año 2000 estuvo baja, pero en el año 2006 y 2009 subió motivo de esto, el desempleo falta de control por parte del gobierno; pero a partir del 2012 se sigue controlando pero no su totalidad sobre todo en la ciudad de Guayaquil. Se podría decir que: es una amenaza pero esto no es obstáculo para abrir cualquier negocio, hay que prevenir ante este tipo de problema, en el Tena todavía no hay mucha delincuencia como en las ciudades grandes pero toca a tener precaución.

### **2.01.03. Factor legal.**

Para la constitución legal de la farmacia "SEBASTIAN" se deben conocer las disposiciones, que existan en cuanto a las normas de calidad vigentes, permisos, licencias, con respecto a la actividad de comercialización de productos farmacéuticos, así mismo deberá poseer una razón social que lo distinga de las actividades que tengan el mismo fin.

Orientar e Informar a quienes están inmersos en el área farmacéutica sobre la normativa que rige desde las instalaciones, las personas y las prácticas que intervienen en la fabricación, la importación, la distribución, la adquisición, el suministro y la venta de medicamentos, así como la promoción y publicidad de medicamentos.

Establecer los entes reguladores y conocer que la responsabilidad primaria atañe a los gobiernos a través de políticas de estado, pero que también corresponde un papel a las asociaciones profesionales públicas y privadas.

### 2.01.3.1. Reglamento Establecimientos Farmacéuticos.

**Art. 3.** Las Direcciones Provinciales de Salud en el primer trimestre de cada año, procederán al estudio de sectorización para determinar los sitios en el área urbana, urbano marginal y rural en donde podrán ubicarse farmacias y botiquines de conformidad con el reglamento pertinente.

Para la instalación, cambio de local, o creación de sucursales de una farmacia se requiere el permiso previo de la Dirección Provincial de Salud a través de Vigilancia Sanitaria Provincial. (Dentro del mismo sector)

El traslado de farmacias de un sector a otro está sujeto al estudio de sectorización aprobado por el Proceso de Control y Mejoramiento en Vigilancia Sanitaria.

**Art. 130.** Los establecimientos sujetos a control sanitario para su funcionamiento deberán contar con el permiso otorgado por la autoridad sanitaria nacional. El permiso de funcionamiento tendrá vigencia de un año calendario.

Es el documento expedido por la autoridad de salud competente al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas y con buenas prácticas de manufactura según el tipo de establecimientos, de acuerdo a las disposiciones establecidas en la Legislación Sanitaria Ecuatoriana.

(180 días para la renovación.)

**Art. 14 Reg. Permisos de Funcionamiento).**

- Registro único de contribuyentes (RUC)
- Licencia de salud.
- La patente.
- Permiso emitido por los bomberos.
- Permiso sanitario.

**2.01.4. Factor tecnológico.**

Tesis O. Rodríguez (2010) "La meta de las empresas en el sector farmacéutico, en lo relativo a sus procesos de transformación de materiales, debería lograr ser clasificadas al menos como innovadoras e incrementales". (pág. 15).

En el sector farmacéutico aparece la marcada dependencia tecnológica en lo relativo a la adquisición de materias primas, así como en el análisis y manejo de proveedores. Se ha demostrado que la industria farmacéutica, por la exigencia de los procesos que en ella se adelantan, requiere una mínima intervención de mano de obra en la realización de los procesos de transformación. Estos resultados muestran, en primer lugar, desconocimiento de algunos laboratorios sobre automatización. En el comportamiento general se presenta mayores porcentajes en procesos semiautomáticos; en las pequeñas empresas se encuentra entre 10 y 50% de procesos manuales.

## **2.02. Entorno Local**

### **2.02.1. Análisis cinco fuerzas Porter.**

#### **2.02.1.1. Barrera de entrada.**

Este parámetro es una amenaza para la farmacia SEBASTIAN debido a que la competencia ya está posesionada en el mercado con sus marcas establecidas en la ciudad, pero en el lugar que escogimos para este proyecto todavía no existe un negocio de este tipo, así que se hace fácil el ingreso a este mercado competitivo del sector farmacológico, sin embargo es importante cumplir con todos los parámetros establecidos por las leyes vigentes que rigen a las entidades que ejercen una actividad comercial.

#### **2.02.1.2 Servicios sustitutos.**

Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad, con el avance tecnológico el producto sustituto se va posicionando y va ganando espacio en el mercado, en la ciudad del Tena todavía existe gente que utiliza la medicina natural, ha transcurrido algunas generaciones y las creencias aún siguen vigentes, su consumo también se da por el precio relativamente bajo, no obstante la calidad que brinda este tipo de medicina es óptimo. Por lo tanto aunque el precio de los medicamentos sea más alto, asimismo lo es en la calidad.

Determinando así que los productos sustitutos son una amenaza para la Farmacia.

### **2.02.1.3. Determinantes de la rivalidad entre Competidores.**

En lo relacionado a las determinantes de la rivalidad no existen factores relevantes que puedan limitar la participación de este establecimiento en este barrio, puesto que todavía no existen competidores para la farmacia "SEBASTIAN". La competencia representa todo aquello con que el consumidor compara a un determinado negocio.

Existen empresas líderes en el mercado como son las grandes cadenas farmacéuticas

Sana-Sana, Cruz Azul, Económicas entre otras, estas cadenas están bien posicionadas realizan campañas promocionales por lo menos cada mes.

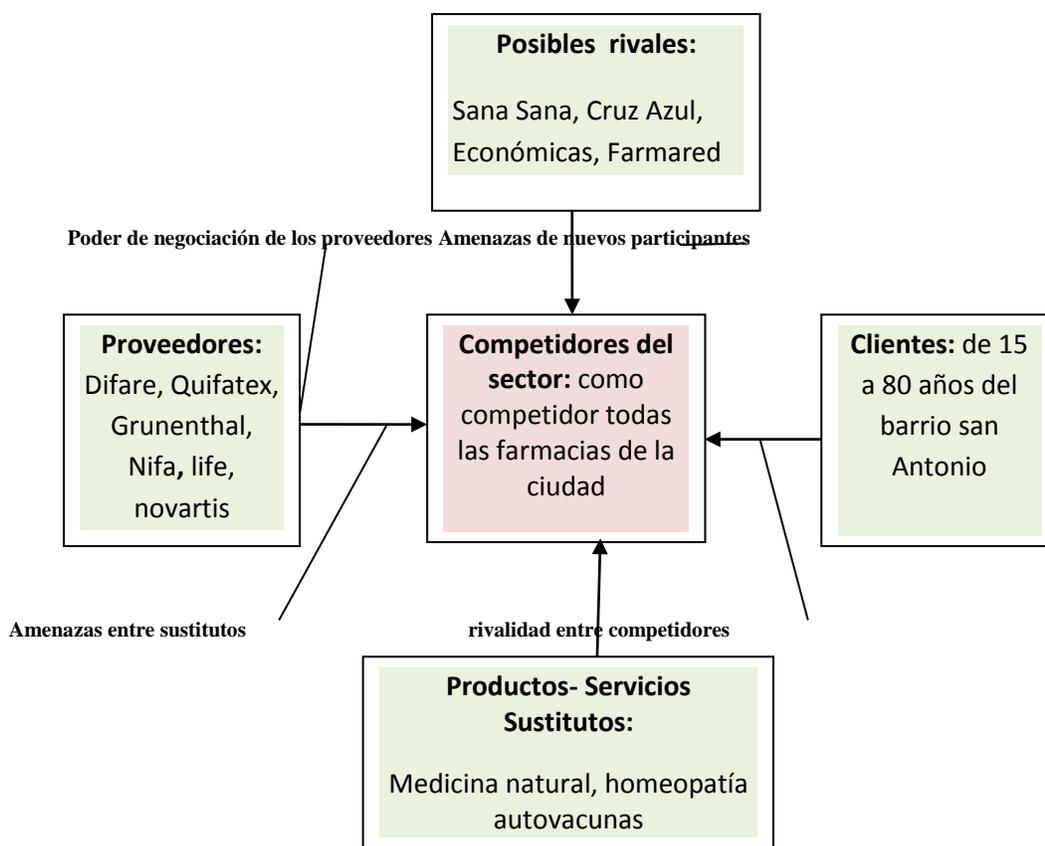
### **2.02.1.4. Poder de los compradores.**

El poder de los compradores lo tienen los clientes debido a que en esta provincia existe una amplia plaza de cadenas farmacéuticas, donde el ciudadano puede adquirir lo que necesita en cualquiera de estas organizaciones, Para los clientes un negocio resulta atractivo si el producto que van a adquirir es diferenciado, y si es de bajo costo. Lo que corresponde a una oportunidad para la farmacia "SEBASTIAN" se ofrecerán productos que cumplirán con las expectativas de los clientes en materia de mayor calidad, servicios y accesibilidad de precios esto es una oportunidad más para el negocio.

### 2.02.1.5. Negociación con los proveedores.

Esto se da a que la entidad no cuenta con el suficiente capital para emprender esta nueva alternativa de negocio, sin embargo se tratara de llegar a un acuerdo con las diferentes distribuidoras de medicamentos y productos para la venta, relacionados en la cantidad, precios, forma de pago etc. Analizando cada uno de ellos se determinara quien tiene los precios más accesibles para realizar la adquisición de dichos artículos, de tal manera se convierta esta posible amenaza en una oportunidad.

**Tabla. 8. Cinco fuerzas de Porter.**



## 2.03. Análisis Interno

### 2.03.1. Propuesta Estratégica.

Es una Propuesta de Plan Estratégico que permita administrar de mejor manera los recursos de la farmacia "Sebastián", el cual involucra a los dos sectores en que se desarrolla la actividad comercial, los clientes internos como externos, convirtiéndose en el punto de partida para conocer la situación actual de este negocio, conocer cuáles son sus principales competidores y de esta manera, en primer lugar: determinar las fortalezas, las debilidades, las oportunidades y amenazas que la rodean; además a través del trabajo en equipo encabezado por el proponente de la investigación, se realizarán talleres con los colaboradores de la farmacia para juntos elaborar la misión, visión, valores, objetivos y estrategias que permitan orientar de mejor manera la gestión administrativa del local de venta de productos farmacéuticos.

En el caso de los clientes externos de la farmacia, se determinará mediante una fórmula estadística, el tamaño de una muestra por medio de encuestas que se la realice en una semana.

### 3.03.1.1 las cuatro "P".

#### Productos y/o servicios.

Los productos farmacéuticos que se venderán, tienen la garantía de una empresa que cuenta con la administración de gente preparada para satisfacer cualquier necesidad del cliente. Y por hecho tenemos la opción de ofrecer productos de aseo



personal, para bebe, sobre todo una gran variedad de productos, todo esto sumado a un excelente servicio personalizado el cual se brindara a todos y cada uno de nuestros clientes, asesorándolo de tal manera que siempre nos prefiera.

### **Plaza.**

Los canales de distribución o plaza se orientaran a la ciudadanía en general que existe en el sector de la Av. Muyuna barrio “SAN ANTONIO”. Distribución interna de la farmacia.

### **Precio.**

El precio es uno de los factores claves para la venta de nuestros productos y para definirlo es necesario conocer los precios de los competidores para hacer una relación del mismo, y estar a nivel de ellos.

### **Publicidad.**

Se dará a conocer las características y todos los beneficios de nuestra empresa por medio de afiches publicitarios, las cuales se repartirán una vez al mes, a lo cual se suma la campaña de radio, televisión etc.

### 2.03.01.2. Nombre farmacias y eslogan.



El nombre es en honor de mi primer hijo y lo quiero mucho.

### 2.03.1.3. Filosofía.



Nuestra misión, es contribuir a la mejora de la salud y ayudar a los pacientes para que hagan el mejor uso de los medicamentos mediante una buena dispensación, estar siempre disponibles para la venta, asegurar la eficacia del medicamento, prevenir el daño que pueden causar estos productos,

#### 2.03.1.4. Misión.



Satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes, mediante la comercialización de productos farmacéuticos bajo estándares de calidad, generando desarrollo y utilidad con un equipo de trabajo bien capacitado y calificado, para asumir el reto con responsabilidad y respeto frente a la sociedad

#### 2.03.1.5. Visión.



Dentro de tres años ser una farmacia de renombre en el mercado, que cumpla las expectativas y necesidades de los clientes, además de ser una organización eficiente que garantice a todos los consumidores diferenciación en nuestro Servicio, con mejoramiento continuo de todas las actividades a realizarse para el crecimiento y solvencia dentro del barrio y ciudad del Tena.

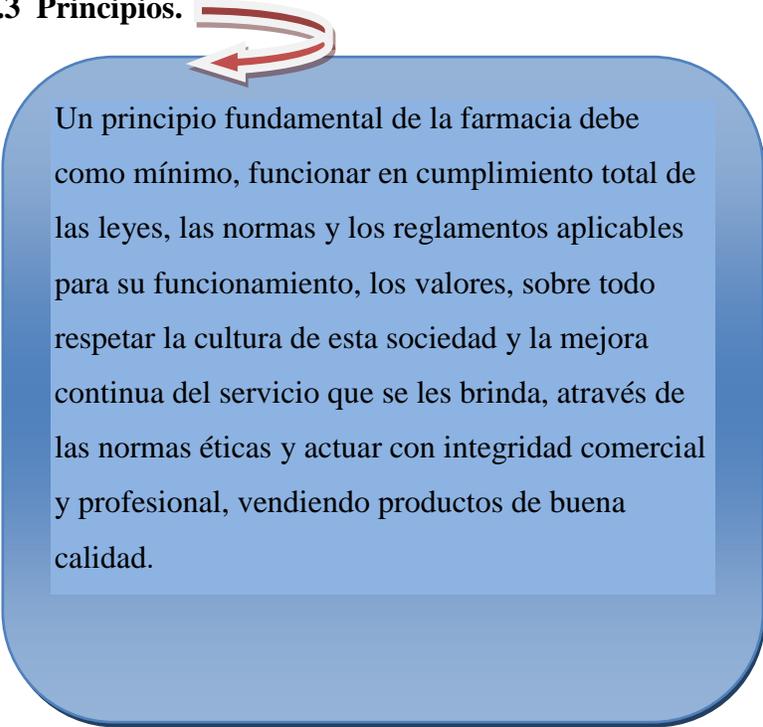
#### 2.03.2. Objetivo General.

Realizar el estudio de mercado que permita analizar si el proyecto a efectuarse es factible o no, de acuerdo a las exigencias y necesidades del barrio "San Antonio" en la ciudad del Tena.

### 2.03.3. Objetivos específicos.

- Analizar el comportamiento de la oferta de productos farmacéuticos de la ciudad del Tena.
- Analizar el comportamiento de la demanda insatisfecha de artículos relacionados con la salud.
- Establecer la factibilidad y rentabilidad del proyecto a través de indicadores financieros. determinar la inversión, costos y gastos para la creación del negocio

### 2.03.3 Principios.



Un principio fundamental de la farmacia debe como mínimo, funcionar en cumplimiento total de las leyes, las normas y los reglamentos aplicables para su funcionamiento, los valores, sobre todo respetar la cultura de esta sociedad y la mejora continua del servicio que se les brinda, a través de las normas éticas y actuar con integridad comercial y profesional, vendiendo productos de buena calidad.

### 2.03.3.1 Valores.



Estos nos orientan en nuestro actuar diario, nos dan los rasgos que nos permiten hacer realidad nuestros cambios y retos que vamos experimentando día a día

**Confianza:** confiar en las capacidades de los colaboradores y de mi empresa.

**Respeto:** aceptar la diversidad de clientes, sin discriminar a ninguno de ellos.

**Honestidad:** ser sincero con todos sobre todo entregar productos de calidad.

**Lealtad:** identificarse y vivir con los valores de la empresa.

### 2.03.3.2 Políticas.



\*La hora de apertura se la realizara de 8am. a 20pm.

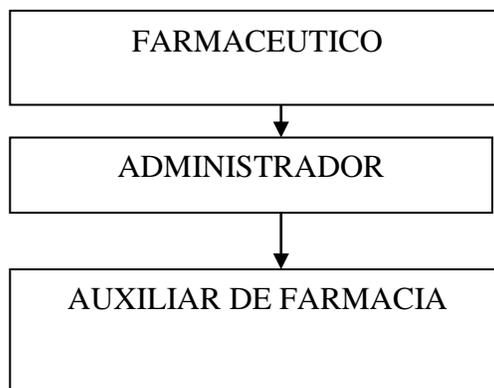
\* Se utilizara uniformes todo el tiempo para dar buna imagen de la farmacia.

\* realizar limpieza antes de comenzar la atención al cliente.\*  
capacitar a los trabajadores de acuerdo a la tecnología que se utilice.

\*Orientar al cliente dándole información de dispensación adecuada acerca del medicamento.

\*Mantener un stock mínimo de inventario para satisfacer al cliente.

#### 2.03.4. Gestión Administrativa.



##### 2.03.4.1. Funciones Gestión Administrativa

##### 2.03.4.2. Perfil del puesto.

##### Cargo: Químico Farmacéutico.

1.- Vocación de servicio a la comunidad es decir mirar la profesión como un servicio y no como un lucro

2.-Contribuir al desarrollo integral en aspectos de prevención de la enfermedad y promoción de estilos de vida saludable en el individuo en sus diferentes etapas de desarrollo respetando la naturaleza humana

3.- Desarrollar actividades de gestión y aseguramiento de la calidad en la producción de alimentos, tóxicos, medicamentos, productos farmacéuticos y afines.

4.-Realizar actividades de gestión administrativa, ya no se puede ver al farmacéutico como un agente pasivo a la realidad que lo rodea sino como un ente participativo.

5.-Realizar investigación e información sobre el desarrollo de nuevos conocimientos y búsqueda de nuevos métodos y técnicas en las ciencias farmacéuticas con el fin de prevenir enfermedades y resolver problemas de salud en beneficio de la salud humana, animal y vegetal.

6.- Realizar actividades en los sistemas de Gestión de la calidad, ambiental y de la salud en las aéreas de acuerdo a su especialidad.

#### **2.03.6.2 Perfil del puesto. Cargo: Auxiliar.**

Contribuir a cumplir con las cuotas de ventas asignadas y demás indicadores de gestión asignados, basados en un óptimo servicio al cliente y un adecuado desempeño de las tareas a él encomendadas a fin de aportar al logro de los objetivos de la farmacia.

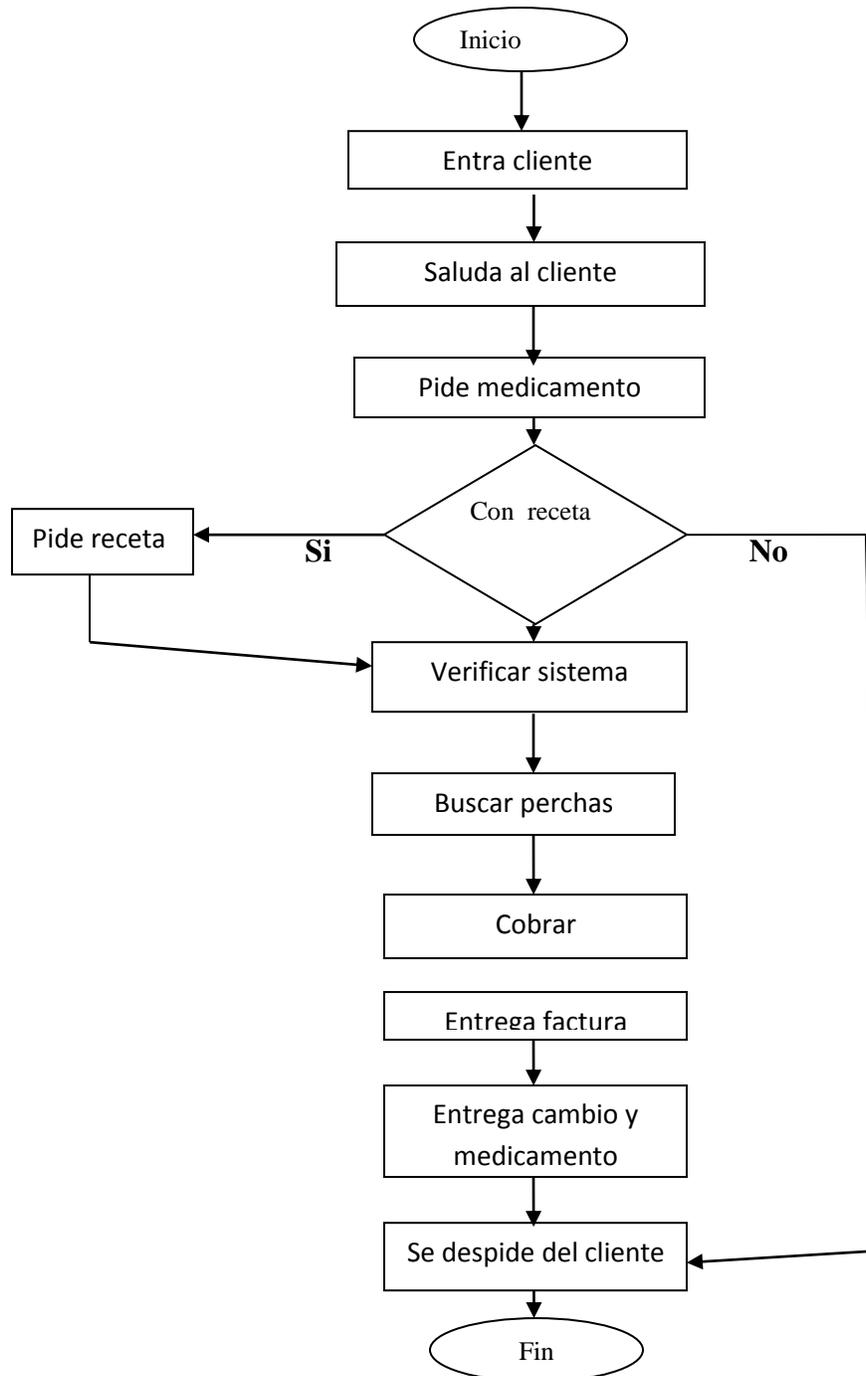
### **Funciones Específicas**

- Cumplir con el calendario de trabajo establecido y con el uso correcto del uniforme, cuidando su apariencia personal.
- Obtener anualmente el carné de salud que es necesario para que el local obtenga el permiso de funcionamiento.
- Participar activamente en las charlas de capacitación convocadas por la empresa.
- Cumplir estrictamente con las políticas de facturación de productos establecidas por el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Cumplir con el Procedimiento Control de Ventas de Productos Psicotrópicos, y estupefacientes.

Responsabilizarse de la revisión e ingreso correcto e inmediato de la mercadería entregada por los proveedores, de acuerdo a las normas de control de ingreso de mercadería (mal estado, deteriorado, vencido o con fecha de caducidad menor a seis meses).

- Realizar devoluciones de productos al proveedor y reportar novedades.
- Cumplir con las normas de rotar la mercadería más antigua para la venta.
- Respetar estrictamente las políticas de exhibición y mercadeo de productos.
- Realizar la colocación y retiros de etiquetas de precios de productos.
- Ser responsable por el correcto orden y limpieza de los productos de las perchas asignadas.

### 2.03.5. Gestión Operativa.



### **2.03.6. Gestión comercial**

#### **2.03.6.1. Compra mercadería.**

Una de las actividades más importantes de nuestra relación con los proveedores es la negociación. Debemos definir claramente con ellos los productos que hacen parte de nuestro pedido, sus cantidades, el costo que ofrece, y la utilidad que nos proporcionara.

#### **2.03.6.2. Acopio.**

El centro de acopio será sencillo y se detalla a continuación:

- Los productos se captara tanto en la provincia como fuera de la misma.
- La política de pago se la realizara mediante cheque con el correspondiente comprobante de egreso respaldado con la factura
- se verificara que se cumpla con los parámetros de calidad en el servicio y atención al cliente, establecido por el manual de funciones y procedimientos

#### **2.03.6.3. Comercialización.**

- A través de dos cajeros evitaremos las aglomeraciones del público y se dará una oportuna atención
- Al tener adecuadas instalaciones esto proporcionara a los consumidores un producto de mayor calidad.

#### **2.03.6.4. Distribución.**

La distribución de la mercadería se basara en que el producto será despachado en el tiempo justo, para que los consumidores puedan aprovechar sus bondades, y

sobre todo una atención personalizada para lograr una mayor aceptación de nuestros artículos.

#### **2.03.6.5. Ventas.**

Las ventas se las realizara al público del barrio "SAN ANTONIO" y a todos en general.

#### **2.04. Análisis FODA.**

Es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnostico preciso, que permita en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

El término FODA es una sigla que lleva la primera letra de las palabras: Fortaleza, Oportunidades, Amenazas y Debilidades, se analiza los factores internos y externos de la empresa.

**Fortaleza:** son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencien al proyecto de otros de igual clase.

**Oportunidades:** son situaciones externas, positivas que se generan en el entorno y que una vez identificadas pueden ser aprovechadas.

**Amenazas:** son situaciones negativas externas al proyecto, que pueden atentar contra esta.

**Debilidades:** son problemas internos, que una vez identificados y desarrollando una adecuada estrategia, pueden y deben eliminarse

El análisis FODA podrá ser de gran importancia en el mercado y en las estrategias de mercadeo.

**Tabla 9. Matriz FODA.**

<p><b>FORTALEZAS</b></p> <p>F1. Productos necesarios para satisfacer las necesidades de los clientes.            F2. Gran variedad de productos.            F3. Ubicación de acuerdo a las necesidades de sector            F4. Precios accesibles para el pueblo de la ciudad.            F5. Diferenciación del servicio con la competencia.</p>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <p>D1. Es una farmacia nueva en el mercado.            D2. Inexperiencia en el negocio.            D3. Sin posicionamiento en el mercado.            D4. Comenzamos con bajo capital de trabajo.            D5. Estructura orgánica débil porque somos nuevos en el negocio.</p>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>O1. Debilitamiento de competidores            O2. Aceptación de la farmacia en la comunidad del sector.            O3. necesidades de consumo clientes            O4. publicidad            O5. sistema tecnológico actualizado            O6. diversidad de proveedores</p>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <p>A1. competencias            A2. cambio políticas proveedores            A3. poder adquisitivo            A4. inflación            A5. creación de otras farmacias            A6. desinterés de los moradores</p>

**Nota:** factores internos y externos de la farmacia "SEBASTIAN"

**Autor:** Jorge chiles.

**Análisis:** cuadro de los factores internos y externos de la farmacia

"SEBASTIAN" con estos factores trabajaremos y estableceremos las diferentes estrategias para poder entrar en el mercado, poder mantenernos en equilibrio con la competencia.

**Tabla 10. Matriz MEFI.**

FACTOR A ANALIZAR	VALOR	CALIFICACION	TOTAL PONDERADO
<b>FORTALEZAS</b>			
F1.Productos necesarios para satisfacer las necesidades de los clientes.	0.10	4	0.40
F2.gran variedad de productos farmacéuticos.	0.12	4	0.36
F3.Ubicación de acuerdo a las necesidades del sector.	0.15	4	0.60
F4. Precios accesibles para los clientes de la ciudad.	0.06	3	0.18
F5.diferenciación del servicio al cliente.	0.08	2	0.26
<b>TOTAL FORTALEZAS</b>			<b>1.80</b>
<b>DEBILIDADES</b>			
D1.Farmacia nueva en el mercado.	0.15	2	0.30
D2.Inexperiencia en el negocio.	0.06	3	0.18
D3.Sin posicionamiento en el mercado del barrio.	0.14	3	0.36
D4.Comenzamos con bajo capital de trabajo.	0.08	2	0.16
D5.Estructura orgánica débil porque somos nuevos en el mercado.	0.06	1	0.06
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>1.06</b>

**Nota:** En la matriz MEFI la empresa tiene un resultado lo que quiere decir, que tiene una posición fuerte en su composición interna.

**Autor:** Jorge chiles.

**Análisis:** la empresa tiene un resultado en las fortalezas mayor que las debilidades lo que quiere decir: que tenemos herramientas para salir al mercado, aunque las debilidades en poco tiempo se dará cambios, tenemos una composición interna estable a pesar de que es nueva y sin experiencia saldremos adelante, en el barrio de la ciudad del Tena.

**Tabla.11.Matriz MEFE.**

FACTOR A ANALIZAR	VALOR	CALIFICACION	TOTAL PONDERADO
<b>OPORTUNIDADES</b>			
O1. demanda mayor si la inflación sigue a la baja	0.08	3	0.24
O2.aceptación de la farmacia en dicho sector	0.06	4	0.24
O3.necesidades básicas de consumo de medicamentos por parte de los clientes	0.12	3	0.36
O4. Hacerse conocer en el pueblo mediante la publicidad	0.15	4	0.60
O5. Negociación con los clientes mediante crédito de los productos a instituciones.	0.12	2	0.24
<b>TOTAL OPORTUNIDADES</b>			<b>1.68</b>
<b>AMENAZAS</b>			
A1.competencias con capitales fuertes.	0.12	3	0.36
A2. Delincuencia en la ciudad, inseguridad.	0.15	3	0.45
A3.tasas activas de los bancos aumentan costos.	0.09	2	0.18
A4. La inflación que sube es un obstáculo para los negocios.	0.10	2	0.20
A5. Desinterés en los moradores en comprar.	0.03	3	0.09
<b>Total.</b>	<b>1.00</b>		<b>1.28</b>

**Nota:** matriz que califica a los factores externos oportunidades y amenazas según su grado de relevancia que afectan al negocio.

**Autor:** Jorge chiles.

**Análisis:** La farmacia en los factores externos vemos que tiene mayor oportunidad, con la calificación de 1.68 con respecto a las amenazas de 1.28 lo que es favorable para nosotros, siempre y cuando los indicadores de la inflación se mantengan o bajen, tomando todas las precauciones debidas y, con una buena administración y servicio de calidad saldremos adelante en lo propuesto.

**Tabla 12. Análisis estratégico matriz MAFE.**

<b>ESTRATEGIAS F.O</b>	F1. O1. Aprovechar la demanda ofreciendo variedad de productos.
	F2. O3. Necesidades básicas de los productos para los consumidores deben ser de calidad.
	F3. O4. Realizar promociones de los productos con el fin de darnos a conocer en el lugar
	F4. O5. mediante el crédito y la información adecuada de los medicamentos nos diferenciaremos de La competencia
<b>ESTRATEGIAS F.A.</b>	F1. A1. La competencia tiene sus farmacias establecidas, nosotros comenzaremos con productos necesarios que poco a poco iremos posesionándonos del sector.
	F3. A2. La delincuencia no es un obstáculo para poner un negocio en cualquier sector, tomaremos estrategias de seguridad.
	F2. A3. Si las tasas de interés de los bancos se mantienen realizaremos préstamos para incrementar gran variedad de productos.
<b>ESTRATEGIAS D.O.</b>	D1. O1. O2. Farmacia nueva, mediante la publicidad nos haremos conocer en el sector.
	D5. O1. Mejoraremos la estructura de la farmacia a medida de que pase el tiempo.
	D4. O5. Buscaremos dar crédito a instituciones para asegurar el bienestar de la empresa y los clientes.
<b>ESTRATEGIAS D.A.</b>	D1. A1. Comenzamos con lo mínimo de recursos, pero con una buena administración lograremos rentabilizar la utilidad en un tiempo determinado.
	A2. D2. La seguridad es inestable, pero con la experiencia que se tiene en este tipo de casos tomaremos las debidas precauciones.
	D5. A5. Para ganar el interés de la población debemos mejorar el local de acuerdo a las condiciones físicas que se requiera para este tipo de negocio

**Nota:** estrategia del FODA, como se va a realizar en caso de que sea factible la creación de la farmacia en la ciudad del TENA.

**Autor:** Jorge Chiles.

**Análisis:** de acuerdo a este cuadro se toma muy en cuenta algunos factores internos y externos de los cuales son los más importantes, pero también se tomara en consideración que los factores externos cambian constante, por lo cual tenemos que buscar nuevas estrategias e ir implementando o cambiando de acuerdo al transcurrir del tiempo.

#### **2.04.1 Matriz Cuantitativa Estratégica (MCPE).**

Esta indica cuales son las mejores estrategias alternativas, la MCPE usa la información obtenida de los análisis de la etapa 1 y los resultados de los análisis de la adecuación de la etapa 2 para decidir en forma objetiva cuales son las mejoras estrategias a tomar. Tomando en cuenta los problemas y las amenazas que afectan a la farmacia "SEBASTIAN" hemos establecido las siguientes estrategias.

**Estrategia 1.-** Implantar el modelo de planificación estratégica que sustente un eficiente manejo del área Administrativa-Financiera.

**Estrategia 2.-** Aprovechar la situación de la empresa mientras no exista competencia en el sector

**Estrategia 3.-** Elaboración de planes en investigación y desarrollo de marketing, para atraer nuevos clientes.

**Estrategia 4.-** Desarrollar un análisis práctico y eficiente en el manejo de los procesos en el área de almacenamiento y evitar el vencimiento de los productos.

**Tabla.13 Matriz (MCPE).**

	PESO	ESTRATEGIA 1		ESTRATEGIA 2		ESTRATEGIA 3		ESTRATEGIA 4	
		CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA
<b>FORTALEZAS</b>									
F1. Productos necesarios para satisfacer las necesidades de los clientes.	.10	-	-	2	0.20	3	0.30	1	0.10
F2. Gran variedad de productos.	.12	-	-	3	0.36	2	0.24	4	0.48
F3. Ubicación de acuerdo a las necesidades de sector	.15	1	0.15	4	0.60	-	-	-	-
F4. Precios accesibles para el pueblo de la ciudad.	.06	-	-	2	0.12	-	-	-	-
F5. Diferenciación del servicio con la competencia.	.08	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>DEBILIDADES</b>									
D1. Es una farmacia nueva en el mercado.	.15	2	0.30	3	0.45	3	0.45	2	0.30
D2. Inexperiencia en el negocio.	.06	-	-	-	-	-	-	-	-
D3. Posicionamiento en el mercado.	.14	-	-	-	-	-	-	-	-
D4. Comenzamos con bajo capital de trabajo.	.08	-	-	-	-	-	-	-	-
D5. Estructura orgánica débil porque somos nuevos en el negocio.	.06	-	-	1	0.60	-	-	-	-
<b>OPORTUNIDADES</b>									
O1. Debilitamiento de competidores	.08	-	-	4	0.32	-	-	-	-
O2. Aceptación de la farmacia en la comunidad del sector.	.06	-	-	2	0.12	-	-	-	-
O3. Necesidades de consumo clientes	.12	-	-	-	-	3	0.36	-	-
O4. Publicidad	.08	-	-	4	0.32	3	0.24	-	-
O5. Sistema tecnológico avanzado	.12	2	0.24	-	-	-	-	-	-
<b>AMENAZAS</b>									
A1. Competencias	.12	-	-	4	0.48	-	-	-	-
A2. Cambio políticas proveedores	.15	2	0.30	-	-	1	0.15	-	-
A3. Poder adquisitivo	.09	-	-	-	-	-	-	-	-
A4. Inflación	.10	-	-	-	-	-	-	-	-
A5. Creación nuevas farmacias	.08	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total</b>				<b>0.99</b>	<b>3.57</b>	<b>1.74</b>	<b>0.88</b>		

**Nota.** Resultado de las estrategias teniendo a la segunda como principal del proyecto datos tomados del análisis de FODA.

**Autor:** Jorge Chiles.

**Análisis:** Con el resultado de la matriz MCPE, observamos que las cuatro estrategias son muy importantes, pero las que mayor puntaje tienen son las estrategias 2 y 3; por lo tanto la estrategia que debe elegir la empresa es la número 2 con su valor de 3.57 que se refiere a: Aprovechar la situación de la empresa mientras no exista competencia.

## CAPÍTULO III.

### 3.01. Análisis del consumidor.

En los consumidores siempre reinará como factor principal “los gustos y preferencias” ya que si a ellos no les agrada no adquirirán el producto.

El análisis primero se tiene que esclarecer la duda, si les agrada o les atrae la implementación de este proyecto de factibilidad dentro del sector, ya que va ser beneficioso para toda la población en la compra de medicamentos a precios bajos, la calidad del producto, su preferencia, sus costos, la atención al público.

#### 3.01.1. Producto.

Según el Libro Fundamentos de Marketing de W. Staton, M. Etzel, B. Walker expresa que: “En esencia, pues los clientes compran mucho más que un conjunto de atributos cuando adquieren un producto: compran satisfacción de deseos en la forma de los beneficios que esperan recibir del producto.” (pg. 248).

El producto: se define como todo aquello que se puede ofrecer en el mercado para su atención, adquisición o consumo y que satisface un deseo o una necesidad.

El producto que la Farmacia “SEBASTIAN” ofertará a los consumidores un sinnúmero de medicamentos, en especial destacaremos en diferentes características ya que al estudio de mercado hemos notado que piden más productos genéricos, y comerciales en menor cantidad para brindar así una buena calidad de vida.



### 3.01.2 Población.

El universo que tomaremos para realizar nuestra investigación, serán a los ciudadanos de la comunidad "SAN ANTONIO", los mismos que se caracterizan por ser personas de costumbres propias de esta localidad. Además de pertenecer a un sector ampliamente turístico, es también comercial.

Para realizar una proyección a la fecha, se tomará como base la tasa de crecimiento establecida por el INEC, del 2.8%, la misma que se aplicará al dato del Censo del año 2010.

### **3.01.3 Delimitación de la población.**

Segmentaremos la población tomando en cuenta a los ciudadanos del sector especialmente a los que viven alrededor del sitio de estudio.

### **3.01.4 Tipo de muestra.**

Esta investigación será medida por medio de la prueba probabilística, ya que esta incluye a toda la población, pero solo cierta cantidad será la que deliberara los resultados de la estadística.

### **3.2.4.1 Tamaño de la muestra.**

El tamaño de la muestra corresponde a la cantidad total de la población de la parroquia MUYUNA de la ciudad del TENA donde está situado el barrio, la cual corresponde a 3.734 habitantes. Cabe mencionar que se aplico el instrumento investigativo a los habitantes, según el INEC. El promedio de 4 habitantes por hogar según los últimos censos del 2010.

### 3.2.2.4. Fórmula: cálculo de la población, universo y muestra.

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

Donde:

- N = Total de la población 934 familias.
- Z= 1.75 al cuadrado (si la seguridad es del 92%)
- p = proporción esperada (50% de aceptación)
- q = variabilidad negativa (50% de no aceptación)
- e = error permitido 8% margen de error.

$$n = \frac{934 * 1.75^2 * 0.5 * 0.5}{0.08^2(934 - 1) + 1.75^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{934 * 3.06 * 0.5 * 0.5714.51}{0.0064 (933) + 3.06 * 0.5 * 0.56.74}$$

$$n = 106$$

#### **3.02.4.3 Técnicas de recolección de datos.**

Para recolectar la información existente en el mercado, se aplicará la metodología de investigación descriptiva a través de la encuesta, puesto que no se hallaron datos históricos que representen las cantidades de artículos que los consumidores demandan, así como tampoco, de los gustos y preferencias al momento de adquirir productos. La encuesta es una de las técnicas más utilizadas para recolectar datos, ya que proporciona una cantidad considerable de información en un tiempo reducido.

#### **3.02.4.4 Diseño del cuestionario.**

El objetivo que se busca al aplicar la encuesta, es conocer la aceptación de los pobladores del barrio para implantar una farmacia, el cuestionario se lo elaborará con preguntas filtro que están relacionadas directamente con el tema de investigación, con comportamiento de la demanda. El lugar escogido para realizar la encuesta es alrededor del punto de venta de medicamentos.

#### **3.02.4.5 Tabulación y análisis de datos.**

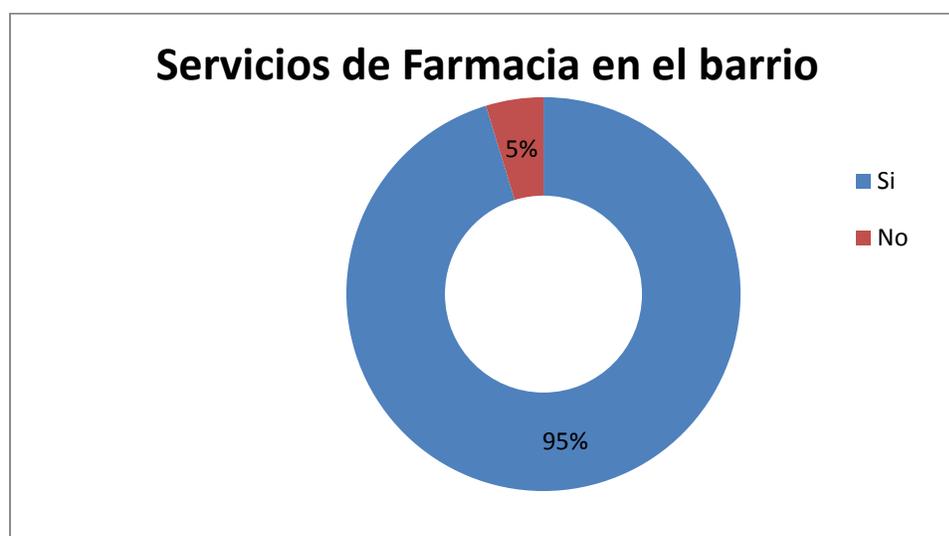
Recolectada la información a través de la encuesta, se procede a registrar y procesar los datos con el fin de analizarlos e interpretarlos, lo cual ayudará a revelar algunos de los aspectos más necesarios e importantes para la toma de decisiones dentro de la empresa.

1.-¿ Le gustaría contar con los servicios de una farmacia cerca a su barrio?

**Tabla.14. Pregunta 1.**

Si	101	95.28%
No	5	4.72%
<b>total</b>	<b>106</b>	<b>100%</b>

**Nota:** la mayoría de la gente del sector quiere que se les ponga una farmacia cerca de su barrio.



**Figura 8:** como se lo mira el dibujo tenemos que el 95.28% están por el sí y solo el 5 % dice que no quiere una farmacia cerca. Datos sacados de las encuestas barrio "SAN ANTONIO".

**Autor:** Jorge chiles.

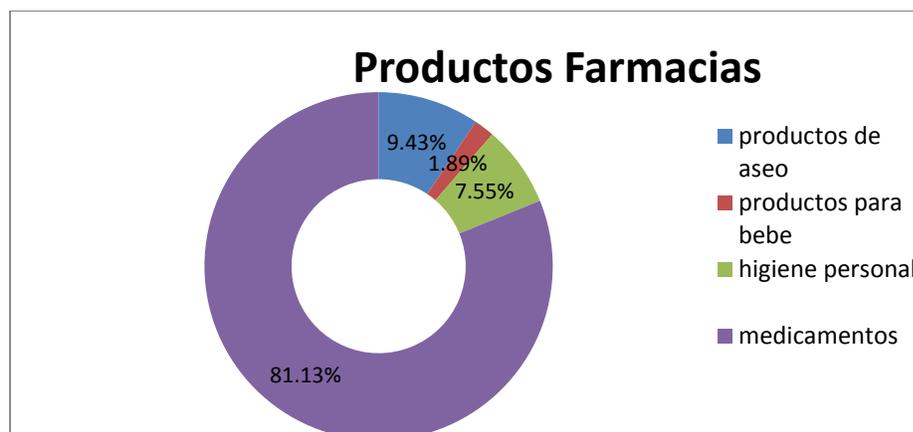
**Análisis:** en las encuestas realizadas cerca del sector donde se está realizando el estudio de factibilidad, nos a demostrado según las encuestas que se ha realizado con éxito, en su mayoría todos los encuestados quieren una farmacia cerca o en el sector mismo.

2.- ¿Cuáles son los productos que mas adquiere en una farmacia?

**Tabla.15 Pregunta 2.**

a.	productos de aseo	10	9.43%
b.	productos para bebe	2	1.89%
c.	higiene personal	8	7.55%
d.	medicamentos	86	81.13%
<b>total</b>		<b>106</b>	<b>100%</b>

**Nota:** aquí se demuestra lo que más se vende en las farmacias de la ciudad del Tena



**Figura 9.** Aquí se demuestra en porcentajes el tipo de productos que más se vende e, en este caso son los medicamentos con un 81.13%. Datos sacados de las encuestas barrio "SAN ANTONIO".

**Autor:** Jorge chiles.

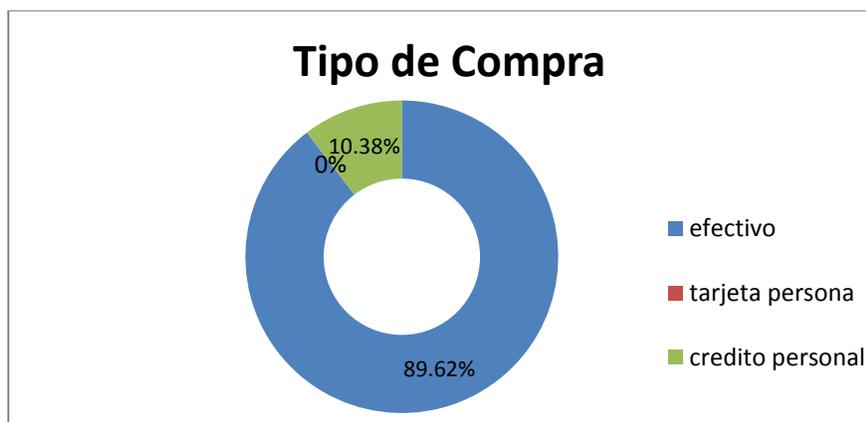
**Análisis:** por lo general en una farmacia se vende productos de gran variedad, pero donde se hicieron las entrevistas la mayoría pusieron la opción medicamentos, por contar con muchos niños y gente adulta, sin descartar los diferentes artículos que también se venden en porcentajes menores.

3.- ¿Cuál es el tipo de pago que realiza al momento de realizar la compra de productos dentro de una farmacia?

**Tabla 16. Pregunta 3.**

a.	efectivo	95	89.62%
b.	tarjeta persona	0	00%
c.	crédito personal	11	10.38%
<b>total</b>		<b>106</b>	<b>100%</b>

**Nota:** se puede ver que en su mayoría las compras las realizan en efectivo



**Figura 10:** se observa que en porcentajes las compras en efectivo superan al crédito personal con un 89.62% al 10.38%. Datos sacados de las encuestas barrio "SAN ANTONIO".

**Autor:** Jorge chiles.

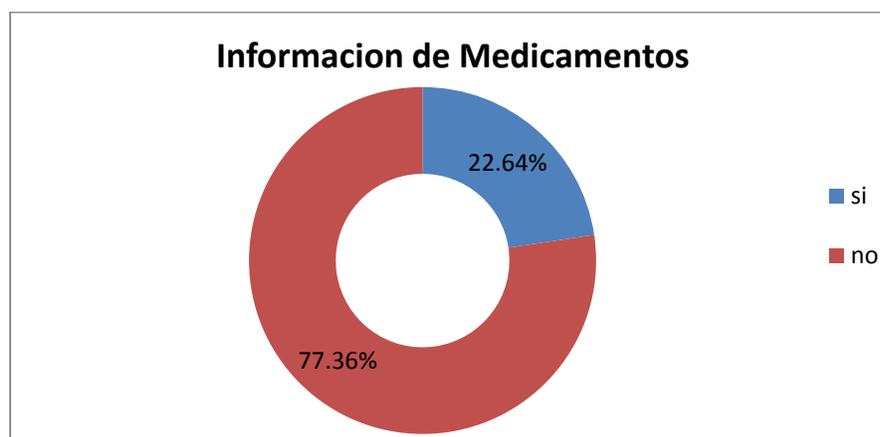
**Análisis:** en el sector existen pobladores que no tiene tarjetas de crédito por esta razón que las compras las realizan en su mayoría en efectivo, pero también hay personas que tienen crédito, estas personas son las que trabajan en instituciones privadas y públicas.

4. ¿Al momento de realizar sus compras de medicamentos le dan algún tipo de información acerca de estos?

**Tabla 17. Pregunta 4.**

a.	si	24	22.64%
b	no	82	77.36%
<b>total</b>		<b>106</b>	<b>100%</b>

**Nota:** se ve claramente que en las farmacias de la ciudad no les dan una información adecuada al tipo de medicamento que adquieren.



**Figura 11.** La información que les dan las farmacias a los clientes no es satisfactoria para todos, pero algunas farmacias dan información en un 22.64%, con el no del 77.36% de la gente entrevistada. Datos sacados de las encuestas barrio "SAN ANTONIO".

**Autor:** Jorge Chiles

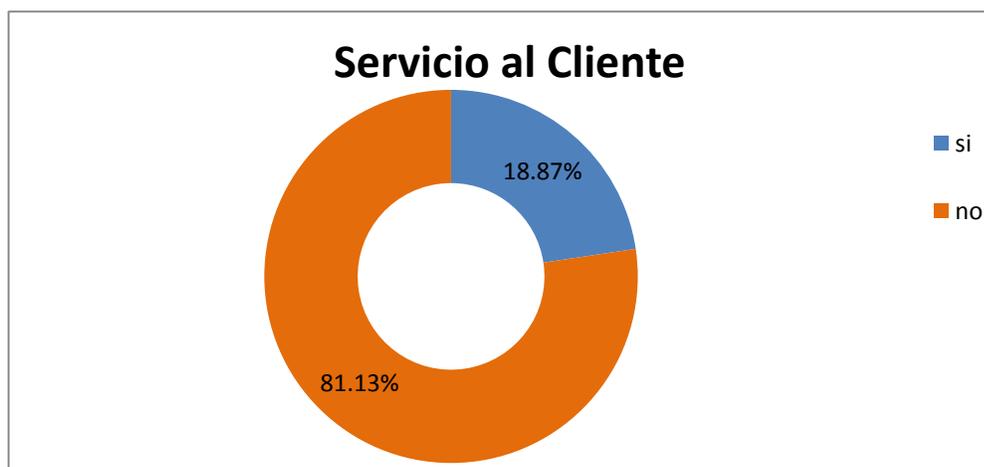
**Análisis:** la información acerca de los medicamentos en la mayoría de los encuestados no les dan información, solo a pocos les informan acerca del medicamento y efectos que les puede ocasionar si se auto medican.

5.- ¿Usted está satisfecho/a con el servicio que recibe dentro de los establecimientos farmacéuticos?

**Tabla 18. Pregunta 5.**

a.	si	20	18.87%
b	no	86	81.13%
<b>total</b>		<b>106</b>	<b>100%</b>

**Nota.** Como se puede ver en los datos obtenidos el servicio que les brindan las diferentes farmacias a los clientes no es satisfactoria



**Figura 12.** Aquí se demuestra en porcentajes cual es el servicio al cliente que lo realizan las farmacias, siendo el 81.13% no y el 18.87% si. Datos sacados de las encuestas barrio "SAN ANTONIO".

**Autor:** Jorge chiles.

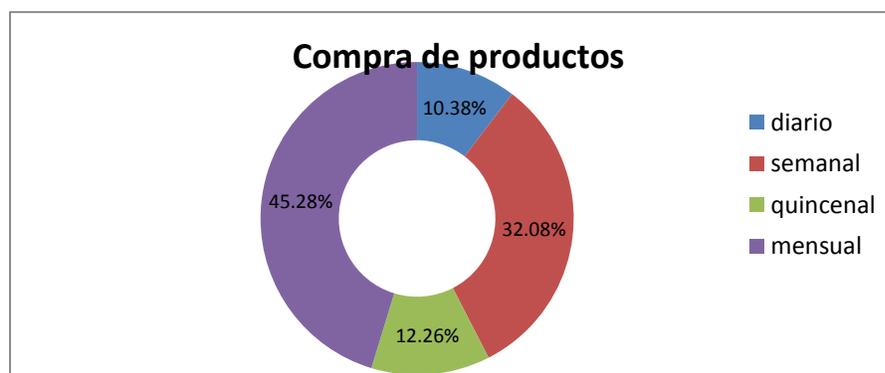
**Análisis:** la atención que les dan a las personas en las farmacias no es tan buena, la mayoría dijeron que les daban poca información acerca de los medicamentos, y es más los vendedores no tienen paciencia suficiente para atenderles.

6.- ¿Con que frecuencia realiza sus compras en los centros de atención farmacéutica?

**Tabla 19. Pregunta 6.**

a.	diario	11	10.38%
b.	semanal	34	32.08%
c.	quincenal	13	12.26%
d.	mensual	48	45.28%
<b>total</b>		<b>106</b>	<b>100%</b>

**Nota:** las compras de sus medicamentos y productos de las farmacias lo realizan más mensualmente



**Figura 13.** Las compras de los productos farmacéuticos demostrados mediante porcentajes, el 45.28% lo realizan mensualmente, debido a que en su mayoría cobra sus sueldos cada fin de mes. Datos sacados de las encuestas barrio "SAN ANTONIO".

**Autor.** Jorge chiles.

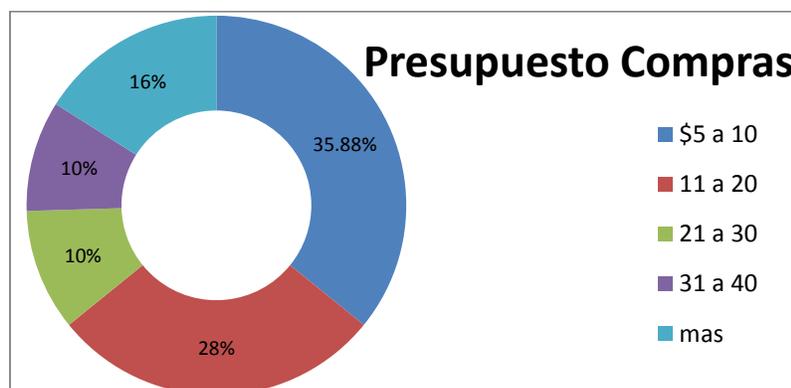
**Análisis:** los entrevistados en un alto porcentaje lo realizan cada mes debido a que en ese lapso cobran sus sueldos, pero también hay personas que lo hacen cada semana y a diario, se debe a que en los hogares tienen niños y deben comprar medicamentos más seguidos.

7.- ¿De cuánto es su presupuesto al momento de realizar sus compras en la farmacia?

**Tabla 20. Pregunta 7.**

a.	\$5 a 10	10	9.43%
b.	11 a 20	30	28.30%
c.	21 a 30	11	10.37%
d.	31 a 40	38	35.88%
e.	mas	17	16.04%
<b>total</b>		<b>106</b>	<b>100%</b>

**Nota:** El presupuesto que tienen que gastar en medicamentos y productos de farmacia en su mayoría, es de 5 a 10 dólares.



**Figura 14.** El presupuesto de las compras lo realizan diariamente con un porcentaje del 35.88%, lo que quiere decir que gastan mensualmente 31 a 40 dólares. Datos obtenidos de las encuestas barrio "san Antonio".

**Autor:** Jorge Chiles

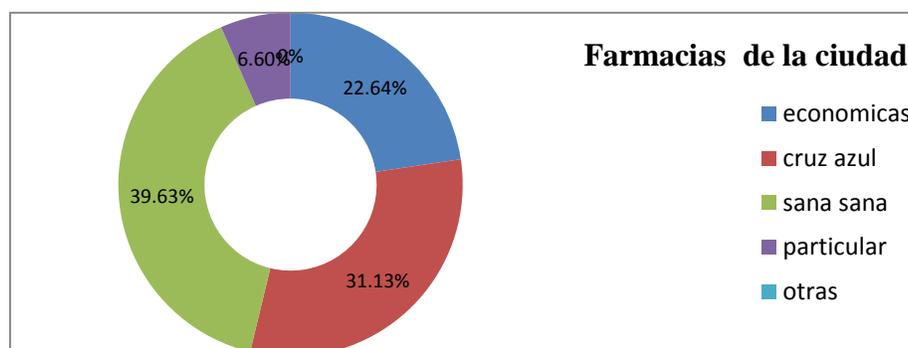
**Análisis:** en las encuestas efectuadas la compra la realizan mensualmente la mayoría de la gente, lo que quiere decir que: las farmacias de la ciudad tienen una buena demanda de clientes, pero también la realizan en segundo plano semanalmente.

8.- ¿a qué farmacia acude frecuentemente al momento de necesidad de medicamentos?

**Tabla 21. Pregunta 8.**

a.	Económicas	24	22.64%
b.	Cruz azul	33	31.13%
c.	Sana Sana	42	39.63%
d.	Particular	7	6.60%
<b>total</b>		<b>106</b>	<b>100%</b>

**Nota:** farmacias más concurridas por los pobladores de la comunidad y cuál es la más frecuentada.



**Figura 15:** las farmacias más frecuentadas, en porcentajes la primera es Sana Sana con el 39.62%, seguida por cruz azul, económicas y particulares. Datos sacados de las encuestas barrio "SAN ANTONIO".

**Autor:** Jorge Chiles.

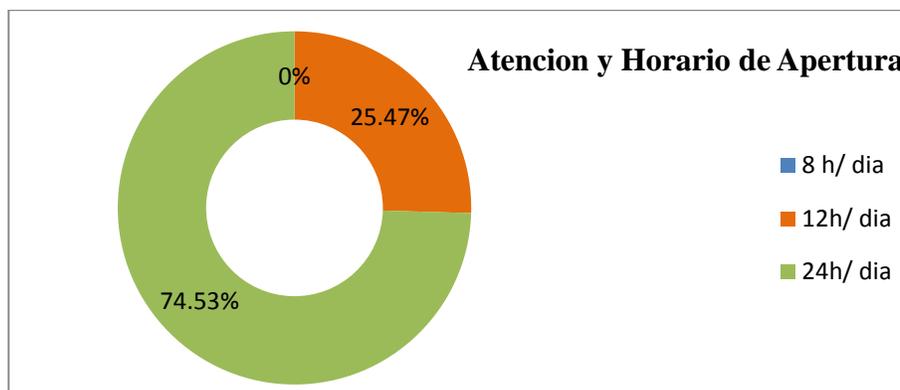
**Análisis:** en este caso todas las farmacias de la ciudad dan servicio a todos los pobladores, pero siempre destaca una de las cuales en este sector predominan las farmacias Sana Sana porque tiene más variedad de productos, y sus productos los tienen al tacto de los clientes.

9.¿Le gustaría que en este barrio existiera un lugar de expendio de medicamentos que le brinden beneficios en buena atención personalizada y horario establecido?

**Tabla 22. Pregunta 9.**

a.	8 h/ día	0	0.00%
b.	12h/ día	27	25.47%
c.	24h/ día	79	74.53%
<b>total</b>		<b>106</b>	<b>100%</b>

**Nota:** atención y horarios establecido, los pobladores piden que se atienda las 24 horas



**Figura 16:** porcentajes de las encuestas donde piden que se atienda las 24 horas en este caso lo piden la mayoría de la gente encuestada que es del 74.53%. Datos sacados de las encuestas barrio "SAN ANTONIO".

**Autor:** Jorge Chiles.

**Análisis:** en las encuestas realizadas todos los moradores del barrio piden que el servicio al cliente sea de calidad, sobre todo en los horarios que se atienda las 24 horas y además tener producto de gran variedad.

### 3.02. Oferta.

#### 3.02.1. Definición de Oferta.

Según el Libro Evaluación de Proyectos de G. Urbina en su pág. 48 expresa que: “Se entiende por oferta la cantidad de bienes y servicios que en un cierto número de ofertantes (productores) están dispuestos a disposición del mercado a un precio determinado.”

Según el Libro Formulación y Evaluación de un Plan de Negocios de Eco. R. Canelos, en su página n°53 expresa que: “Se entiende por oferta a la disposición o el comportamiento del oferente a estar dispuesto a vender su producto o servicio a un precio determinado.”

#### 3.02.2. Características.

- Afecta a los precios, ya que el productor puede subir cada vez que quiera o cada vez que creyera conveniente.
- Impera la libre competencia, ya que pueden existir miles de empresas dedicadas a la misma actividad cualquiera que fuere.
- Existe una relación directamente proporcional entre el precio y la cantidad producida.
- En la oferta existe la gran competencia ya que muchos negocios venden los mismos productos o servicios, por lo cual el tamaño de la oferta es limitado.

### 3.02.3. Oferta Histórica, Actual y Projectada

Se debe tener presente el precio, ya que cuanto más alto es éste, el productor u oferente, tendrán un mayor estímulo para producir o ofrecer bienes y servicios.

Se ha podido apreciar que algunas empresas proveedoras de servicios de medicina tanto originales como genéricos han tenido periodos de vigencia muy largos en el mercado, ya que son una de las competencias que existe dentro de la ciudad, cabe recalcar que por existir poca competencia alta en sus alrededores los consumidores deben acoplarse a sus exigencias, por dicha razón se realizó un breve estudio de mercado en la que resulto que la demanda insatisfecha es alta.

Los competidores directos para la Farmacia "SEBASTIAN", son cuatro Farmacias que comercializan y ofrecerán el mismo producto en la ciudad, las cuales están más cercanas al sitio del proyecto que se va a realizar que son: Económicas, Sana Sana, Cruz Azul, Particular.

**Tabla. 23 Oferta Histórica.**

AÑO	CANTIDAD
2013	\$ 282459.12
2012	\$ 276812.24
2011	\$ 271165.36
2010	\$ 265518.48
<b>Total</b>	<b>\$ 1095955.20</b>

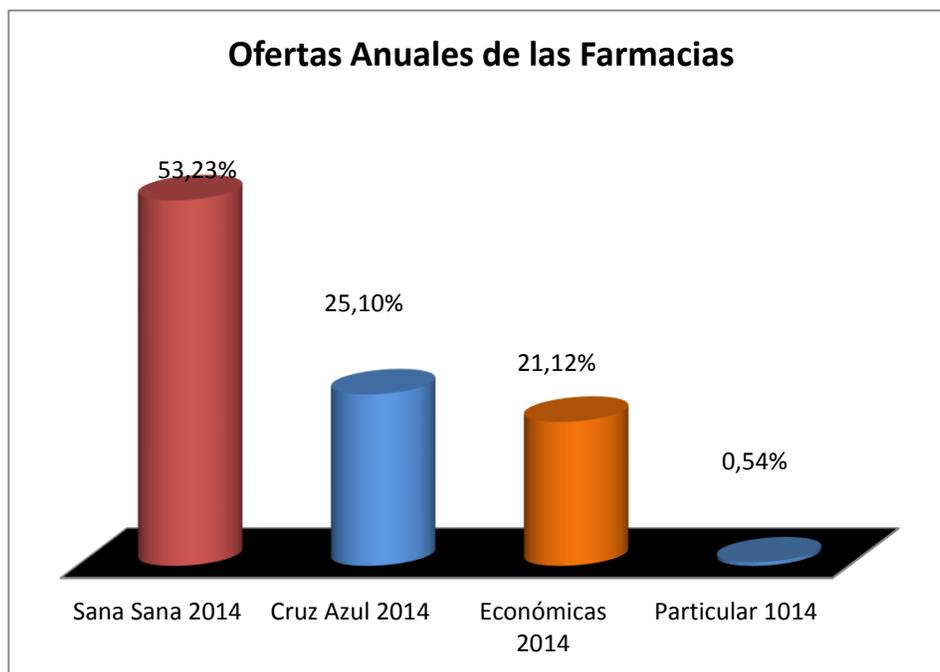
**Nota:** oferta histórica de las cuatro farmacias cercanas al proyecto. Datos tomados mediante el ticket promedio, y el crecimiento poblacional del 1.96% del INEC, junio 2014.

**Análisis:** de acuerdo a las ventas del año actual se ha estimado la oferta histórica en los cuatro años atrás, tomando como referencia al crecimiento poblacional de 1,96%.

**Tabla 24. Oferta Actual.**

AÑO	VENTAS ANUALES	PORCENTAJES
Sana Sana 2014	\$ 153.372,00	<b>53.23%</b>
Cruz Azul 2014	72.324,00	<b>25.10%</b>
Económicas 2014	60.850,00	<b>21.12%</b>
Particular 1014	1.560,00	<b>0.54%</b>
<b>Total</b>	<b>\$ 288.106,00</b>	<b>100.00%</b>

**Nota:** cantidad de las ventas que lo realizan aproximadamente en el año, la que vende más es la farmacia Sana Sana.



**Figura 17.** Aquí se demuestra los porcentajes de las ventas en las farmacias, en las cuales sana sana es la que más vende con un porcentaje de 53.23% que las demás.

**Autor:** Jorge Chiles.

**Análisis:** según el gráfico se puede observar que sana sana es la que más vende en el mercado farmacéutico, debido a que han aplicado estrategias de merchandising, el cual es, dejar que los productos se vendan solos. Se ha demostrado que las particulares no tienen buena acogida, por lo cual se están perdiendo de negocio, lo que no ocurrirá con nosotros porque vamos a utilizar todas las herramientas de un administrador de farmacias, para competir con las cadenas de la ciudad.

### 3.02.4. Oferta Proyectada.

**Tabla 25. Oferta Proyectada.**

AÑO	CANTIDAD	% PIB
2014	\$ 288.106,00	5.10%
2015	\$ 302.799,41	5.10%
2016	\$ 318.242,18	5.10%
2017	\$ 334.472,53	5.10%
2018	\$ 351.530,63	5.10%

**Nota.** Proyección de la oferta durante los primeros cinco años tomando el 5.10 % del producto interno bruto del país, datos obtenidos de ENEC. Junio 2014.

**Autor:** Jorge Chiles.

**Análisis:** en la ciudad del Tena las farmacias crecen, de acuerdo a su porcentaje se ha estimado la proyección tomando en cuenta el crecimiento poblacional del país en este año Junio 2014.

### 3.04. Demanda

Se entiende por demanda a la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

En base al estudio de la demanda se determinan los resultados del proyecto, puesto que dentro de ésta se encuentran las fuerzas que afectan los requerimientos del

mercado como son: la necesidad real que tiene un bien o servicio, el precio, el nivel de ingreso de la población, los gustos y preferencias del consumidor, entre otros.

#### **3.04.1. Marketing Mix.**

Es el uso selectivo de las diferentes variables de marketing para alcanzar los objetivos propuestos y de esta manera poder llegar al mercado con una aceptación inmediata.

El mercado nos exige hoy el desplegar estrategias bien definidas para poder diferenciarnos de la competencia, crecer, además lograr nuestros objetivos fijados. Hoy en día no basta con ser buenos sino que, debemos ser los mejores, tener la mejor presentación del producto, respaldado con el mejor servicio, brindar la mejor atención al cliente, y cargar lo que ofrecemos de todo el valor agregado posible, de lo contrario nuestras ventas no estará a la altura de las necesidades, siendo una de nuestras fortalezas principales nuestra imagen.

#### **3.04.1. Demanda Actual.**

Para calcular la demanda actual del proyecto es necesario considerar algunas preguntas que se usaron en la encuesta, una vez que se ha filtrado la información, podemos concluir que la demanda actual del proyecto son 934 familias.

**Tabla 26. Demanda Actual.**

DETALLE	CANTIDAD
Total familias	934
Consumo mensual	\$35,50
<b>Total mensual</b>	<b>\$33.157</b>
<b>Total anual</b>	<b>\$397.884</b>

**Nota:** la demanda de farmacia "SEBASTIAN" aproximadamente en números, datos tomados de INEC. Y de las encuestas realizadas en el sector.

**Análisis:** la demanda se la estima en relación del número de habitantes, y además se toma en cuenta el gasto que lo realizan en sus compras, en las encuestas realizadas el promedio de presupuesto que gastan es de \$35,5, y la mayoría adquiere los productos mensualmente, teniendo una demanda insatisfecha del 16.4%. el porcentaje del mercado es del 27.59%.

### 3.04.3. Demanda proyectada.

Para proyectar la población de "SAN ANTONIO", se tomará como base el 1.96% de crecimiento poblacional anual establecido por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos para la Provincia de NAPO al año 2014.

**Tabla 27. Demanda proyectada.**

AÑO	CANTIDAD	INCREMENTO POBLACIONAL
2014	\$ 397.884,00	1.96%
2015	\$ 405.682,53	1.96%
2016	\$ 413.633,90	1.96%
2017	\$ 421.741,13	1.96%
2018	\$ 430.007,25	1.96%

**Nota:** cuadro demanda proyectada para cinco años tomando datos de INEC del crecimiento poblacional de 1.96%.

**Análisis:** las proyecciones se las realiza con el 1.96% del crecimiento poblacional de acuerdo al último censo del INEC 2010, con el estudio de las encuestas realizadas hemos logrado internarnos en el ámbito de los negocios farmacéuticos con un 27.59% en el mercado de la ciudad del Tena.

### 3.05. Balance Oferta Demanda.

#### 3.05.1 Balance Actual.

**Tabla 28. Balance Actual.**

OFERTA ANUAL	DEMANDA ACTUAL	DEMANDA INSATISFECHA
\$288.106,00	\$397.884,00	\$- 109.778,00

#### 3.05.2. Balance Proyectado.

**Tabla 29. Balance Proyectado.**

Año	Oferta proyectada	Demanda proyectada	Total
2014	\$ 288.106,00	\$ 397.884,00	\$ -109.778,00
2015	\$ 302.799,41	\$ 405.682,53	\$ - 102.883,12
2016	\$ 318.242,18	\$ 413.633,90	\$ - 95.391,72
2017	\$ 334.472,53	\$ 421.741,13	\$ - 87.268,60
2018	\$351.530,63	\$ 430.007,25	\$ - 78.476,62

**Nota:** esta es la proyección que se estima que aproximadamente las farmacias cercanas al proyecto de estudio, incluyendo a este mismo, serán las ventas en los próximos cinco años.

**Autor:** Jorge Chiles.

## CAPITULO IV

### **4.01 Tamaño del proyecto.**

Según el Libro Formulación y Evaluación de un Plan de Negocios de Economista R. Canelos, en su página N° 91 expresa que: "El tamaño del proyecto es la capacidad de producción en un periodo de referencia. Tiene por objeto dimensionar conjuntamente la capacidad efectiva de producción y su nivel de utilización, tanto para la puesta en marcha como en su evolución para la vida útil del proyecto".

#### **4.01.1 capacidad instalada.**

La estructura de la farmacia es de acuerdo al tamaño y medidas que son de 40 metros cuadrados mínimo, pisos, tumbado, pintura, de acuerdo a lo establecido por la ley de salud el cual es un requisito básico para el permiso de funcionamiento, en este caso nosotros contamos con un local de esas condiciones, en donde estarán funcionando cuatro aéreas que son indispensables las cuales son: de administración, dispensación y expendio, bodega y almacenamiento, además se contara con un baño y también una cama, es porque se dará servicio de turno como lo exige la ley de control las 24 horas.

#### 4.01.3 capacidad demandada.

En este punto del proyecto aquí se determina en gran medida todos y cada uno de los recursos materiales, equipos, medicamentos y todo aquello sea de utilidad para el funcionamiento de la Farmacia como se presenta a continuación en las siguientes tablas:

**Tabla 30. Capacidad Demandada.**

Detalle	cantidad	Precio/unitario	Precio/total
Caja registradora	1	\$350,00	\$ 350.00
sillas	5	\$ 7,00	\$ 35.00
Refrigeradora	1	\$350,00	\$350.00
Estación de trabajo	1	\$300,00	\$300.00
Vitrinas	2	\$180,00	\$360.00
Escritorio	1	\$120,00	\$120.00
Perchas	4	\$ 80,00	\$320.00
ventilador	1	\$280,00	\$280.00
computación	1	\$650,00	\$650.00
Impresoras	1	\$180,00	\$180.00
Arriendo	1	\$200,00	\$200.00
Materiales en general			
Detalle	Cantidad	Precio/unitario	Precio/total
Lámparas o Focos	18	\$0.90	\$16.20
Escobas	2	\$1.50	\$3.00
Trapeadores	2	\$1.50	\$3.00
Franela	5	\$0.30	\$1.50
Recipiente	2	\$1.20	\$2.40
Líquidos de Aseo	1	\$3.30	\$3.20
Vasos y Basureros	4	\$15.00	\$60.00
extintor	1	\$48,00	\$48.00
Letrero Grande	1	\$220,00	\$220.00
Letreros Luminosos	1	\$35,00	\$35.00
Material de oficina	Varios	\$80,00	\$80.00
Botellón de Agua	1	\$35.00	\$35.00
Porta Botellón	1	\$160.00	\$160.00
<b>total</b>			<b>\$ 3814.30</b>

#### 4.01.4. Rol de pago.

El personal es muy reducido porque la farmacia es nueva y contaremos con los trabajadores más indispensables y capacitados a la vez los cuales son:

- Administrador.
- Auxiliar de farmacia.
- Químico farmacéutico.

**Tabla 31. Rol de Pago.**

Rol de pago			
Detalle	administrador	auxiliar	Químico Farmacéutico.
suelo	\$ 600.00	\$ 340.00	\$ 200.00
Aportes personal iess	56.70	32.13	
vacaciones	25.00	14.17	
Decimo tercero	50.00	28.33	
Decimo cuarto	28.33	28.33	
Aporte patronal iess	66.90	37.91	
Fondos de reserva	-----	-----	
<b>Total mensual</b>	<b>\$ 770.23</b>	<b>\$ 448.74</b>	<b>\$ 200.00</b>
<b>Total anual</b>	<b>\$ 9242.76</b>	<b>\$ 5384.88</b>	<b>\$ 2400.00</b>

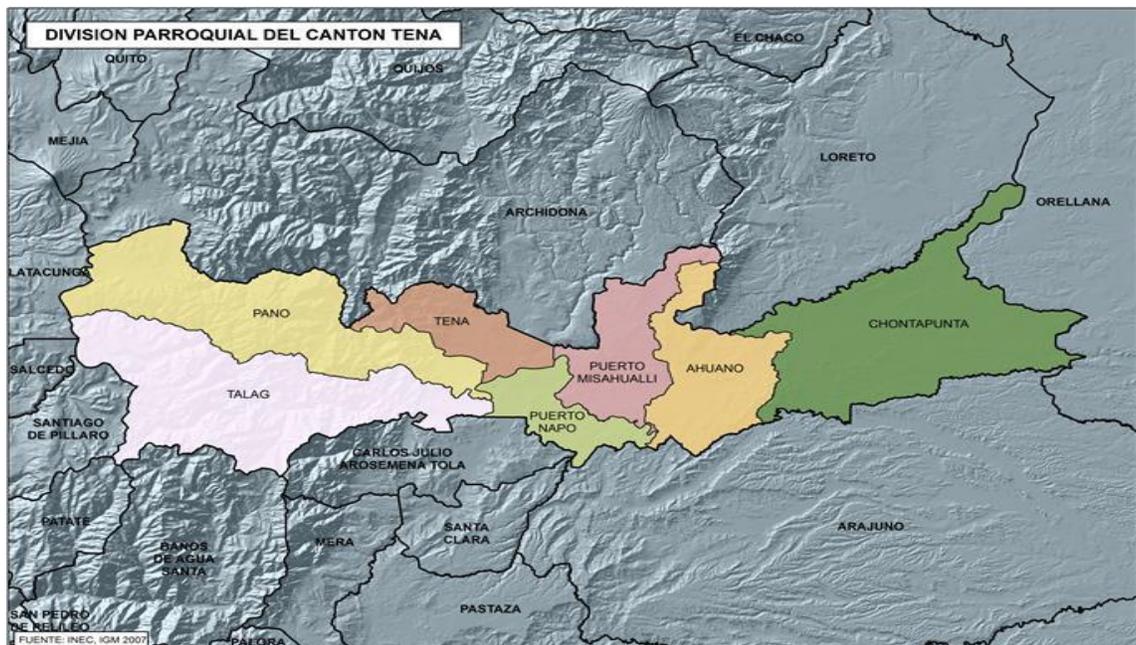
**Nota:** Rol de pago de las tres personas que estarán al frente de la farmacia "SEBASTIAN", se pagara con todos los beneficios de ley, a excepción del Químico Biológico que trabajara por horas.

**Autor:** Jorge Chiles.

#### 4.02. Macrolocalización.

Consiste en determinar el área geográfica en donde estará ubicado el establecimiento, en este caso la Parroquia de Muyuna situada al noroccidente de la ciudad del Tena, con un área de 7.925,37 hectáreas y un índice de crecimiento poblacional que se encuentra entre los más altos registrados en la provincia de Napo.

De acuerdo al último censo realizado por el INEC en el año 2010, esta parroquia contaba con habitantes (48.95 % hombres y 51.05 % mujeres).



**Nota:** mapa de la provincia del napo con sus diferentes cantones, tomado de avaluos y catastros del municipio de la ciudad del tena.

**Autor:** Jorge Chiles.

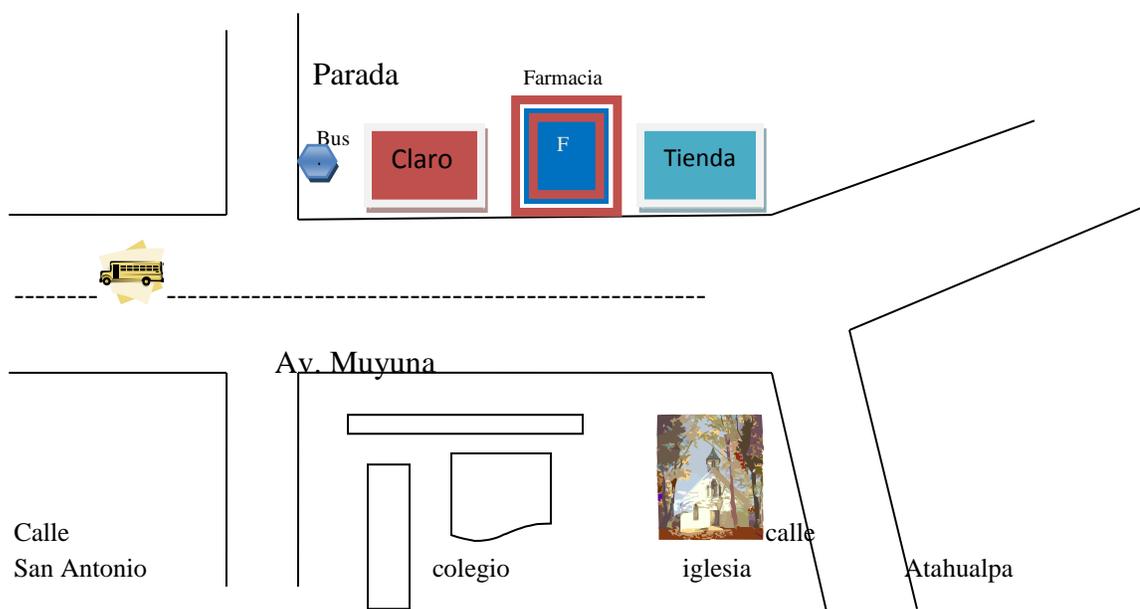
#### 4.02.1 Microlocalización.

Según la tesis de M. Barrionuevo año 2010 dice: “El estudio de la Macrolocalización se lo realiza para establecer de manera precisa la ubicación a través de un análisis de las variables que lo afectan directamente como: competencia, demanda, accesibilidad, congestión vehicular, disponibilidad del local, ambiente social, limpieza del entorno, transporte y parqueaderos” pg. 63.



#### 4.02.2 Localización óptima del proyecto.

Según M. Barrionuevo tesis año 2010 dice: “Para encontrar la localización óptima del proyecto, es necesario analizar las variables que intervienen al momento de decidir: transporte, competencia, demanda, proveedores, etc.; una selección apropiada logrará el objetivo más importante de la localización, encontrar el lugar que proporcione la mayor rentabilidad a través de la venta directa” .pg. 61.



**Nota:** como se puede observar claramente este es el lugar del sector donde daremos inicio al negocio de la farmacia, es una avenida muy transitada porque existen colegio, iglesia, tiendas etc.

**Autor:** Jorge Chiles.

Se tomo en consideración al barrio SAN ANTONIO y de dos sectores más cercanos las palmas y aeropuerto #1 se lo ha calificado de acuerdo a la siguiente ponderación.

4 = muy significativo.

3 = significativo.

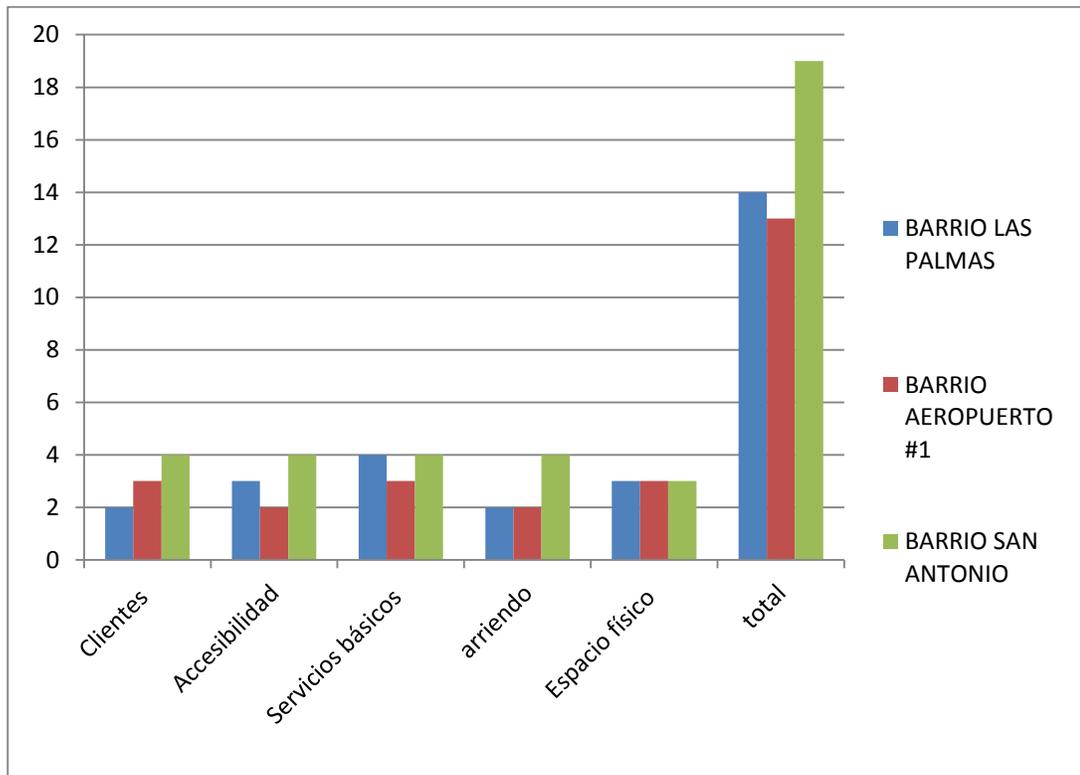
2 = poco significativo.

1 = nada significativo.

**Tabla 32. Ponderación de los Barrios.**

OBSERVACION	BARRIO LAS PALMAS	BARRIO AEROPUERTO #1	BARRIO SAN ANTONIO
Clientes	2	3	4
Accesibilidad	3	2	4
Servicios básicos	4	3	4
arriendo	2	2	4
Espacio físico	3	3	3
total	14	13	19

**Nota:** investigación del lugar más apropiado para el proyecto de la farmacia, con sus respectivas calificaciones



**Figura 18.** Demuestra que en el barrio "SAN ANTONIO" es óptimo para la apertura de la farmacia "SEBASTIAN".

**Autor.** Jorge Chiles.

**Análisis:** en cada uno de los barrios que están en el gráfico se realizó un estudio en donde era más factible la creación de la farmacia, encontrando mejores oportunidades en el barrio "SAN ANTONIO".

#### **4.03 Ingeniería del producto.**

Según tesis de E. Bosquez año 2012 “Este estudio tiene como objetivo determinar la función óptima de producción, la utilización y distribución de forma eficiente y eficaz de los recursos necesarios; las condiciones de tamaño y localización ideal de la empresa, ingeniería de procesos, costos y gastos implícitos durante toda la vida útil del proyecto” pg. 70.

##### **4.03.1 Definición ByS.**

Esto trata sobre cómo ser lo más sanos que podamos, viviendo una vida feliz y activa, describe las tres dimensiones de la salud –física, mental y social y estimula la Reflexión y discusión sobre nuestros cuerpos, mentes y emociones. Muestra como el desarrollo de buenos hábitos y las adecuadas elecciones personales pueden favorecer nuestra salud y bienestar, mientras que los malos hábitos pueden dañarla. También explica que no todos los factores que afectan nuestra salud están bajo nuestro control personal, y que para alcanzar una buena salud son necesarios esfuerzos a nivel individual y de la comunidad. Esta lección promueve una evaluación de los servicios públicos básicos que afectan la salud de las personas.

##### **4.03.2. Distribución de la planta.**

###### **4.03.2.1. Área de dispensación y distribución**

En ésta área se realiza una de las principales funciones desempeñadas por los servicios de las Farmacias, que consiste en la distribución de medicamentos,

dispensándolos en dosis unitarias. Hoy día se considera este sistema como el más adecuado para la distribución y dispensación de medicamentos. Mediante este sistema se pretende, no solo distribuir y dispensar, sino además conseguir un uso racional de los medicamentos y un control farmacoterapéutico de los mismos.

#### **4.03.2.2. Área Recepción.**

El administrador es responsable y/o Asistente Técnico, sobre la base de la documentación entregada por el proveedor o jefe de almacén general se asegura de que la misma se encuentre completa, luego autoriza la descarga de los productos en el área de del almacén, asegurándose que estos sean colocados en las perchas o recepción góndolas. En consecuencia el representante verifica que todos los medicamentos estén: en buen estado, fechas de caducidad etc.

#### **4.03.2.3 Área de Almacenamiento.**

El almacenamiento de productos Farmacéuticos y afines que ingresan al almacén se debe hacer considerando sus condiciones especiales, por ejemplo: posición, apilamiento, temperatura, etc.

- Todas las condiciones normas de almacenamiento deben ser inspeccionadas periódicamente.
- Tener presente los rangos de temperatura y humedad para el correcto

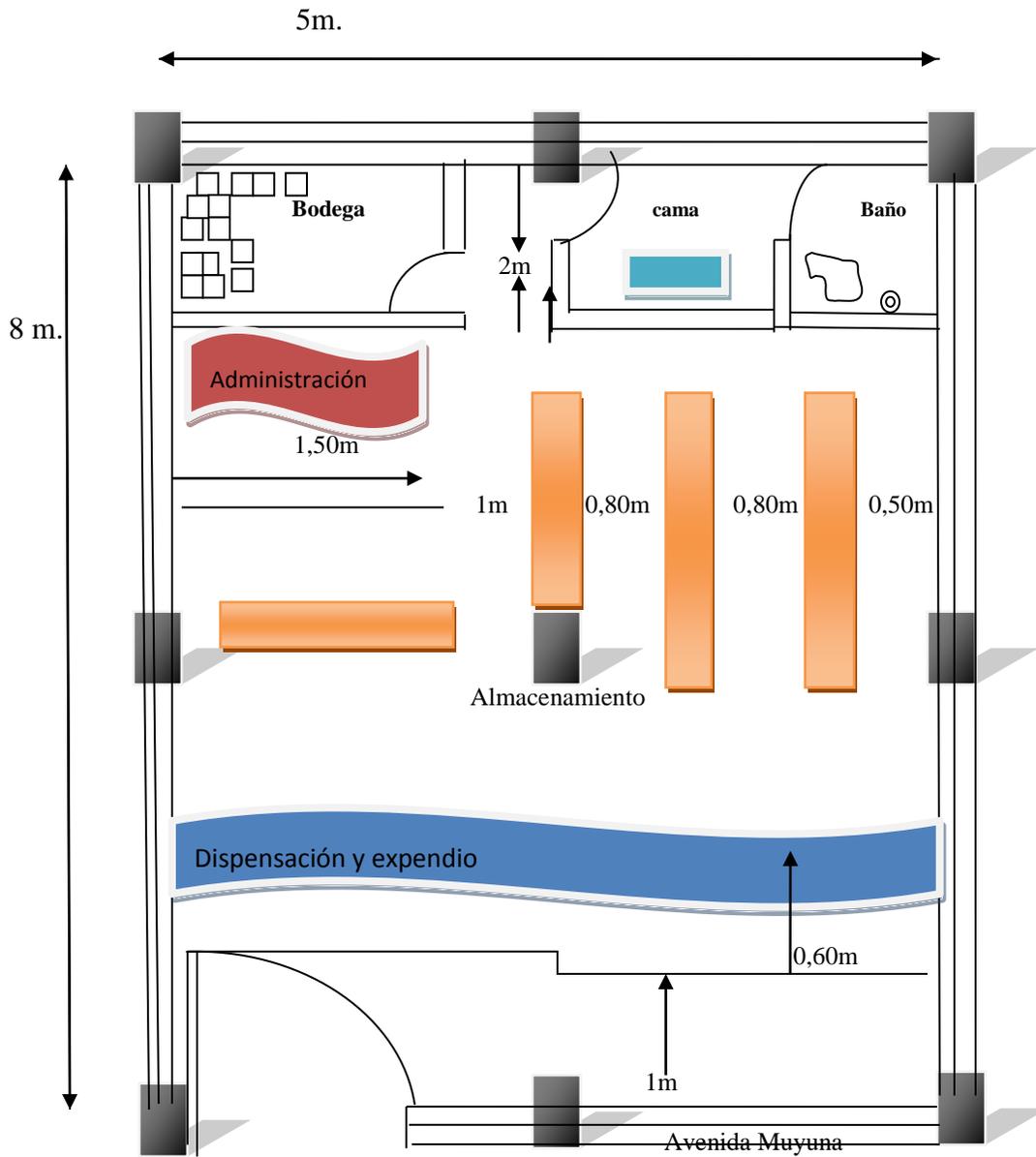
almacenamiento de los productos y afines:

- Temperatura Ambiente: De 15 a 25 grados centígrados, nunca ms de 30.
- Temperatura de refrigerados: de 2 a 8 grados centígrados.
- Humedad Relativa: entre 50 % y 80% de Humedad Relativa.
- Por ningún motivo los productos deberán estar en contacto con el piso ni el techo.

#### **4.03.2.4. Área de Administración.**

Está encaminada al cumplimiento del ciclo de garantía de calidad del medicamento que se enmarca prioritariamente en las condiciones de almacenamiento, adquisición de medicamentos, control e inventario.

### Aéreas de la farmacia "SEBASTIAN"



**Nota:** esta es la estructura interna de la farmacia, donde están ubicadas cada una de las áreas para un adecuado manejo de todos los productos que se van a vender.

**Autor:** Jorge Chiles.

### Modelo de la farmacia "SEBASTIAN"





### 4.03.3. Maquinaria y Equipo.

#### 4.03.3.1. Maquinaria.

Debido a que esta empresa no es productora no se utiliza maquinaria para poder funcionar, más bien es comercial.

**Tabla 33. Equipo de Cómputo y Oficina.**

EQUIPO DE COMPUTACION	CANTIDAD	VALOR
COMPUTADOR	1	650.00
Caja registradora	1	350.00
Impresora	1	180.00
<b>Total</b>		<b>\$ 1180.00</b>
EQUIPO DE OFICINA		
escritorio	1	120.00
Sillas	5	35.00
<b>Total</b>		<b>\$ 155.00</b>

**Nota:** como recién estamos comenzando solo ocuparemos los equipos necesarios

**Autor.** Jorge Chiles.

**Tabla 34. Muebles y enseres.**

Muebles y enseres		
Refrigeradora	1	\$ 350.00
Vitrinas	2	360.00
Perchas	4	320.00
Estación de trabajo	1	300.00
<b>total</b>		<b>\$1300.00</b>

**Nota:** de igual manera utilizaremos los muebles solo lo necesario.

**Autor.** Jorge Chiles

#### **4.03.4. Aspectos Legales.**

**Art. 3.-** Las Direcciones Provinciales de Salud en el primer trimestre de cada año, procederán al estudio de sectorización para determinar los sitios en el área urbana, urbano marginal y rural en donde podrán ubicarse farmacias y botiquines de conformidad con el reglamento pertinente.

**Art. 130.-** Los establecimientos sujetos a control sanitario para su funcionamiento deberán contar con el permiso otorgado por la autoridad sanitaria nacional. El permiso de funcionamiento tendrá vigencia de un año calendario.

**Art. 13 Reg.** (Permisos de Funcionamiento).

- Atender al público mínimo doce horas diarias, ininterrumpidas.
- Cumplir obligatoriamente los turnos establecidos por la autoridad sanitaria nacional.
- Requieren obligatoriamente para su funcionamiento la dirección técnica responsabilidad de un profesional químico farmacéutico, quien brindará atención farmacéutica especializada.
- Mantener un stock suficiente de medicamentos genéricos, de marca, de conformidad con el cuadro nacional de medicamentos básicos

**Art. 14 Reg.-** Los requerimientos del local, saneamiento ambiental y seguridad son los siguientes:

- Local destinado exclusivamente para la farmacia y no para otra actividad o vivienda.
- Tener luz natural y artificial suficiente y una ventilación adecuada.
- Los pisos del local deben ser de un material que pueda lavarse, paredes de superficie lisa y adecuadamente pintadas.
- El cielo raso ofrecerá una superficie lisa y limpia.
- Poseer ventanilla para atención nocturna al público (turnos establecidos).

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

- Ley Orgánica de Salud y leyes conexas, Reglamento de Control y funcionamiento de Establecimientos Farmacéuticos.

- Ley de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas.
- Lista de sustancias estupefacientes y psicotrópicas controladas.
- Cuadro nacional de medicamentos básicos vigente

**Art. 153.-** Todo medicamento debe ser comercializado en establecimientos legalmente autorizado. y para la venta al público se requiere de receta emitida por profesionales facultados para hacerlo, a excepción de los medicamentos de venta libre.

- Estar debidamente identificados y etiquetados, sin alteraciones ni enmiendas.
- No estar caducados.

**Art. 175.-** sesenta días antes de la fecha de caducidad de los medicamentos, las farmacias y botiquines notificarán a sus proveedores, quienes tienen la obligación de retirar dichos productos y canjearlos de acuerdo con lo que establezca la reglamentación correspondiente.

## CAPITULO V

### 5.01. Ingresos.

Los ingresos más relevantes que considerar en el proyecto son aquéllos que se derivan de la venta del bien o servicio que producirá el proyecto. Sin embargo, hay otros ingresos que necesariamente deberán considerarse para evaluar con mayor objetividad el proyecto.

#### 5.01.1. Ingresos Operacionales.

Un ingreso operacional tiene relación directa con la producción de un bien o servicio que constituye el objeto social de la empresa, en este caso tomaremos en cuenta la demanda que existe en el estudio del proyecto.

**Tabla 35. Ingresos Operacionales.**

Detalle	Cantidad
Total familias	934
Consumo mensual	\$ 35.5
<b>Total mensual</b>	<b>\$33157.00</b>
<b>Total anual</b>	<b>\$ 397884.00</b>

**Nota:** se tomo el total de las familias, y el consumo que realizan mensualmente, datos obtenidos de las encuestas realizadas en el sector del proyecto.

**Autor:** Jorge Chiles.

### 5.01.2. No Operacionales.

De lo anterior podemos deducir que son aquellos ingresos diferentes a los obtenidos por el desarrollo de la actividad principal de la empresa, ingresos que por lo general son ocasionales o que son accesorios a la actividad principal.

### 5.02. Costos.

#### 5.02.1. Costos operacionales.

Se llaman costos operacionales al dinero que una empresa o una organización debe desembolsar en el desarrollo de las diferentes actividades que las realice.

En la farmacia "SEBASTIAN" se va a vender productos y medicamentos de primera necesidad, del cuadro nacional de medicamentos por lo menos se proveerá al cliente el 50 % de la cantidad total, entre los cuales serán de venta libre y con receta etc.

**Tabla 36. Costos operacionales.**

Detalle	cantidad
Total familias	934
Promedio mensual	\$35.5
<b>Total mensual productos</b>	<b>\$ 33.157,00</b>
<b>Total anual</b>	<b>\$ 397884,00</b>

**Nota:** comenzaremos con costos operacionales del inventario inicial con \$ 33157,00 los cuales son sacados los datos de las encuestas realizadas en el barrio.

**Autor.** Jorge Chiles.

### 5.02.2 Costos no Operacionales.

Son los gastos que hace la empresa en otras cosas que no son la actividad principal de la empresa, por ejemplo si una empresa de transportes se gasta por cantidad de dinero en papelería, los no operacionales son lo que no se enfocan en la actividad principal de la empresa.

**Tabla 37. Costos no operacionales.**

COSTOS INDIRECTOS	VALOR
Útiles de aseo	\$ 35.00
Servicios básicos	\$ 80.00
Total mensual	\$ 115.00
Total anual	\$ 1380.00

**Nota:** también son necesarios para el buen desempeño de la farmacia.

**Autor.** Jorge Chiles.

### 5.02.3. Gastos Administrativos.

Son los que se generan del manejo o dirección de la empresa, es decir, todos los gastos que se realizan en las oficinas y por causa del personal administrativo. Por ejemplo, salarios de gerentes, jefes, secretarias y mensajeros; energía eléctrica de las oficinas, renta de las oficinas, limpieza de oficinas, transporte de personal, capacitaciones.

**Tabla 38. Gastos Administrativos.**

<b>Gastos administrativos</b>	
Sueldo químico farmacéutico	\$ 2400.00
Depreciación equipos de oficina	\$ 15.15
Depreciación muebles y enseres	\$ 393.33
Depreciación equipo de computación	\$ 133.00
Amortización permisos funcionamiento	\$ 500.00
<b>Total anual</b>	<b>\$ 3.441,48</b>

**Nota:** los equipos de oficina, cómputo y muebles y enseres se deprecian al año, también se incrementa el sueldo del químico farmacéutico y permisos de funcionamiento.

**Autor:** Jorge Chiles.

**Tabla 39. Rol de pago Químico Farmacéutico.**

Rol de pago	
	Químico Farmacéutico.
Sueldo	\$ 200
Aportes personal iess	-
Vacaciones	-
Decimo tercero	-
Decimo cuarto	-
Aporte patronal iess	-
Fondos de reserva	-
<b>Total mensual</b>	<b>200</b>
<b>Total anual</b>	<b>2400</b>

**Nota:** sueldo del químico farmacéutico que se le pagara por horas mensualmente.

**Autor.** Jorge Chiles.

**Tabla 40. Depreciación Equipos de Cómputo.**

DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE COMPUTO			
Años	Depreciación	Depre. acumulada	Valor en libros
0			\$ 1180.00
1	393.33	393.33	786.67
2	393.33	786.66	393.33
3	393.33	1180.00	00.00

**Nota:** depreciación de los equipos de cómputo durante el periodo de vida de 3 años.

**Autor.** Jorge Chiles.

**Tabla 41. Depreciación Equipo de Oficina.**

DEPRECIACION EQUIPOS DE OFICINA			
Años	depreciación	Depre. Acumulada	Valor en libros
0			\$ 155.00
1	\$ 15.50	\$ 15.50	139.50
2	\$ 15.50	31.00	124.00
3	\$ 15.50	46.50	108.50
4	\$ 15.50	62.00	93.00
5	\$ 15.50	77.50	77.50
6	\$ 15.50	93.00	62.00
7	\$ 15.50	108.50	46.50
8	\$ 15.50	124.00	31.00
9	\$ 15.50	139.50	15.50
10	\$ 15.50	155.00	00.00

**Nota:** depreciación de equipos de oficina durante el periodo de vida útil de 10 años.

**Autor.** Jorge Chiles.

**Tabla 42. Depreciación Muebles y Enseres.**

DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES			
AÑOS	DEPRECIACION	DEPR. ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 1330.00
1	\$133.00	\$ 133.00	1179.00
2	\$ 133.00	266.00	1064.00
3	\$ 133.00	399.00	931.00
4	\$ 133.00	532.00	798.00
5	\$ 133.00	665.00	665.00
6	\$ 133.00	798.00	532.00
7	\$ 133.00	931.00	399.00
8	\$ 133.00	1064.00	266.00
9	\$ 133.00	1197.00	13300
10	\$ 133.00	1330.00	00.00

**Nota:** Depreciación Muebles y Enseres durante el periodo de vida útil de vida de 10 años.

**Autor.** Jorge Chiles

#### 5.02.4. Gastos Financieros.

Es un monto que se lo realizara para de esta manera poder solventarnos en la inversión que se va a realizar, en la cooperativa TENA LIMITADA, un monto de \$ 20000 a una tasa de interes del 13% durante 3 años.

**Tabla 43. Préstamo de Financiamiento.**

<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	
Monto préstamo	\$ 30000.00
Tasa interes	13% (0.0108333)
tiempo	3 años
Pago mensual	\$ 1010,76 ( \$36.387,36total tres años )
<b>Total interes tres años</b>	<b>\$ 6.387,36</b>

**nota:** tenemos que financiarnos con \$ 30.000,00 en la cooperativa TENA LTDA, con un interes del 13 % a 3 años plazo.

**Autor.** Jorge Chiles.

**Tabla 44. Amortización.**

PERIODO	CAPITAL	INTERES	CUOTA	CAPITAL
1	30000,00	\$ 325,00	\$ 1.010,76	\$ 685,76
2	29314,24	\$ 317,57	\$ 1.010,76	\$ 693,19
3	28621,05	\$ 310,06	\$ 1.010,76	\$ 700,70
4	27920,35	\$ 302,47	\$ 1.010,76	\$ 708,29
5	27212,06	\$ 294,80	\$ 1.010,76	\$ 715,96
6	26496,10	\$ 287,04	\$ 1.010,76	\$ 723,72
7	25772,38	\$ 279,20	\$ 1.010,76	\$ 731,56
8	25040,82	\$ 271,27	\$ 1.010,76	\$ 739,49
9	24301,33	\$ 263,26	\$ 1.010,76	\$ 747,50
10	23553,83	\$ 255,17	\$ 1.010,76	\$ 755,59
11	22798,24	\$ 246,98	\$ 1.010,76	\$ 763,78
<b>12</b>	<b>22034,46</b>	<b>\$ 238,71</b>	<b>\$ 1.010,76</b>	<b>\$ 772,05</b>
13	21262,41	\$ 230,34	\$ 1.010,76	\$ 780,42
14	20481,99	\$ 221,89	\$ 1.010,76	\$ 788,87
15	19693,11	\$ 213,34	\$ 1.010,76	\$ 797,42
16	18895,70	\$ 204,70	\$ 1.010,76	\$ 806,06
17	18089,64	\$ 195,97	\$ 1.010,76	\$ 814,79
18	17274,85	\$ 187,14	\$ 1.010,76	\$ 823,62
19	16451,23	\$ 178,22	\$ 1.010,76	\$ 832,54
20	15618,69	\$ 169,20	\$ 1.010,76	\$ 841,56
21	14777,14	\$ 160,09	\$ 1.010,76	\$ 850,67
22	13926,46	\$ 150,87	\$ 1.010,76	\$ 859,89
23	13066,57	\$ 141,55	\$ 1.010,76	\$ 869,21
<b>24</b>	<b>12197,37</b>	<b>\$ 132,14</b>	<b>\$ 1.010,76</b>	<b>\$ 878,62</b>
25	11318,74	\$ 122,62	\$ 1.010,76	\$ 888,14
26	10430,60	\$ 113,00	\$ 1.010,76	\$ 897,76
27	9532,84	\$ 103,27	\$ 1.010,76	\$ 907,49
28	8625,35	\$ 93,44	\$ 1.010,76	\$ 917,32
29	7708,03	\$ 83,50	\$ 1.010,76	\$ 927,26
30	6780,78	\$ 73,46	\$ 1.010,76	\$ 937,30
31	5843,47	\$ 63,30	\$ 1.010,76	\$ 947,46
32	4896,02	\$ 53,04	\$ 1.010,76	\$ 957,72
33	3938,30	\$ 42,66	\$ 1.010,76	\$ 968,10
34	2970,20	\$ 32,18	\$ 1.010,76	\$ 978,58
35	1991,62	\$ 21,58	\$ 1.010,76	\$ 989,18

36	1002,44	\$ 10,86	\$ 1.010,76	\$ 999,90
	2,54	\$ 6.389,90		\$ 29.997,46

**Nota:** amortización del préstamo durante los 3 años, con un interés del 13%.

Autor. Jorge Chiles.

<b>AÑO 1</b>	\$ 3.391,53
<b>AÑO 2</b>	\$ 2.185,46
<b>AÑO 3</b>	\$ 812,91
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6.389,90</b>

#### 5.02.5. Gasto ventas.

Como se va a crear la farmacia, lo primero es hacernos conocer en el sitio por medio de: propaganda en la radio, hojas volantes, afiches, etc. También se incluirá los sueldos de las personas que están al frente del negocio.

**Tabla 45. Gasto ventas.**

<b>GASTO POPAGANDA</b>	
Propaganda radio y afiches	\$ 800.00
Gastos varios	\$ 500.00
<b>Total mensual</b>	<b>\$ 1300.00</b>

**Tabla 46. Gasto Sueldos y Salarios proyectado**

<b>Rol de pago administrador</b>					
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
sueldo	\$ 600	641.58	686.04	733.58	784.42
vacaciones	25	26.73	28.59	30.57	32.68
Decimo tercero	50	53.47	57.17	61.13	65.37
Decimo cuarto	28.33	30.30	32.40	34.64	37.04
Aporte patronal iess	66.90	71.53	76.49	81.79	87.46
Fondos de reserva	-----				
<b>Total mensual</b>	<b>770.23</b>	<b>823.61</b>	<b>880.69</b>	<b>941.71</b>	<b>1006.97</b>

<b>Rol de pago auxiliar</b>					
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
sueldo	\$ 340.00	363.56	388.76	415.70	444.50
vacaciones	14.17	15.15	16.20	17.32	18.52
Decimo tercero	28.33	30.30	32.40	34.64	37.04
Decimo cuarto	28.33	30.30	32.40	34.64	37.04
Aporte patronal iess	37.91	40.54	43.35	46.35	49.56
Fondos de reserva	-----				
<b>Total mensual</b>	<b>448.74</b>	<b>479.89</b>	<b>513.11</b>	<b>548.65</b>	<b>6586.66</b>
<b>Total anual</b>	<b>5384.88</b>	<b>5758.20</b>	<b>6157.32</b>	<b>6583.80</b>	<b>7039.92</b>

**Nota:** los sueldos y salarios proyectados para cinco años, tomando como referencia cinco años del sueldo básico unificado que es del 6.96%.

**Autor.** Jorge Chiles.

### 5.03. Inversión del Proyecto.

#### 5.03.1. Activos Fijos.

**Tabla 47. Activos fijos.**

<b>Equipos y Muebles de Oficina</b>		
<b>Detalle</b>	<b>cantidad</b>	<b>Total</b>
Caja registradora	1	\$ 350.00
sillas plásticas para sala de espera	5	35.00
Refrigeradora	1	350.00
Estación de trabajo	1	300.00
Vitrinas	2	360.00
escritorio	1	120.00
Perchas	4	320.00
computación	1	650.00
Impresoras	1	180.00
		<b>\$2665.00</b>

<b>Materiales en general</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio/total</b>
Lámparas o Focos	18	\$ 16.20
Escobas	2	3.00
Trapeadores	2	3.00
Franela	5	1.50
Recipiente	2	2.40
Líquidos de Aseo	1	3.20
Útiles de Oficina	varios	20.00
Botellón de Agua	1	35.00
Porta Botellón	1	160.00
Vasos y Basureros	4	60.00
Ventilador	1	280.00
Extintor	1	48.00
Letrero grande	1	220.00
Letreros luminosos	1	35.00
Materiales de oficina	varios	80.00
<b>subtotal</b>		<b>\$ 967.30</b>
<b>Total activos</b>		<b>\$ 3632.30</b>

### 5.03.2. Activos Nominales.

Son todos los permisos para el buen funcionamiento de la farmacia “SEBASTIAN”.

**Tabla 48. Activos nominales.**

ACTIVOS NOMINALES	
Gastos de constitución	\$ 850.00
Patentes	\$ 120.00
<b>total</b>	<b>\$ 970.00</b>

**Nota:** en este cuadro esta incluidos tos los gastos para el permiso de funcionamiento.

**Autor.** Jorge Chiles.

### 5.03.3. Capital de Trabajo.

**Tabla 49. Capital de Trabajo.**

CAPITAL DE TRABAJO	
Caja	\$ 1.500,00
Bancos	\$ 1.000,00
Mercadería	\$ 33.157,00
<b>Total</b>	<b>\$ 35.657.00</b>

**Nota:** este es el capital de trabajo que utilizaremos en el inicio del negocio.

**Autor.** Jorge Chiles.

#### 5.03.4. Estado de Situación Inicial.

Tabla 50.estado S. I.

#### Farmacia "SEBASTIAN"

#### Estado de Situación Inicial

Al 01 de Enero del 2015

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS CORTO PLAZO	
caja	\$1500,00		
bancos	\$ 1.000,00		
mercadería	\$ 33.157,00	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>	
<b>subtotal activos corrientes</b>	<b>\$ 35657,00</b>	obligaciones bancarias	\$ 30.000,00
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 30.000,00</b>
equipo de oficina	\$ 155,00	<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$ 9327,00</b>
equipo de computo	\$ 1.180,00		
muebles y enseres	\$ 1.330,00		
<b>subtotal activos fijos</b>	<b>\$ 2.665,00</b>		
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
Gastos constitución	\$ 850,00		
patentes	\$ 120,00		
<b>subtotal activos diferidos</b>	<b>\$ 970,00</b>		
<b>OTROS ACTIVOS</b>	\$ 35,00		
<b>Subtotal otros activos</b>	<b>\$ 35,00</b>		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 39327,00</b>	<b>TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 39327,00</b>

**Nota:** Estado de Situación Inicial al comienzo de la apertura de la farmacia con activos, y pasivos correspondientes.

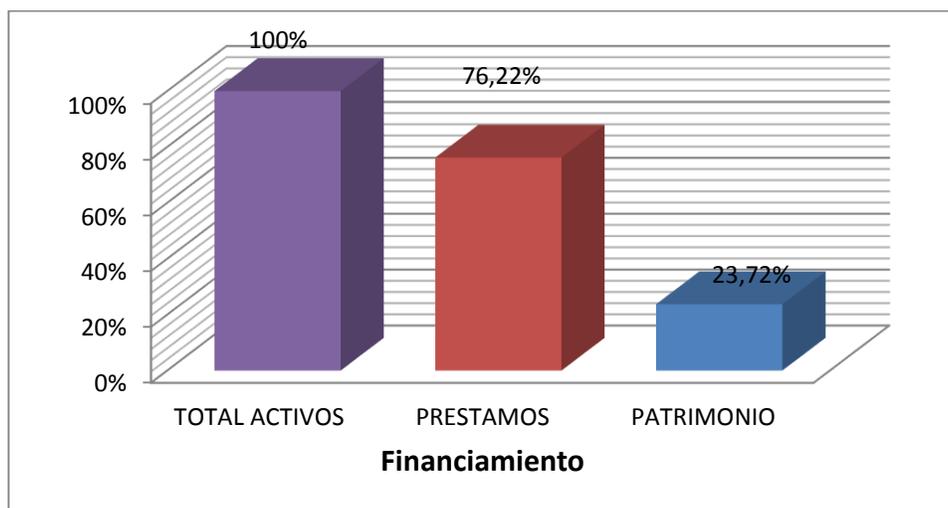
**Autor.** Jorge Chiles.

### 5.03.5. Fuentes de Financiamiento.

**Tabla 51. Financiamiento.**

<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 39.327,00</b>	<b>100%</b>
<b>PRESTAMOS</b>	<b>\$ 30.000,00</b>	<b>76.28%</b>
<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$ 9327,00</b>	<b>23.72%</b>

**Nota:** en el cuadro muestra que el financiamiento es del 72,28 % del total de la inversión, y el resto es capital propio.



**Figura 19.** Porcentajes del financiamiento para la farmacia "SEBASTIAN".

**Autor:** Jorge Chiles.

**Análisis:** como se puede observar el grafico, tenemos un porcentaje del 76,22% de los acreedores de la institución financiera de la ciudad, y pues nosotros invertimos un 23,72% de nuestro patrimonio.

## CAPITULO VI

### 6.01. Pronostico Financiero.

**Tabla 52. Estado de Pérdidas y Ganancias.**

AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ventas	\$ 109.778,00	\$ 115.442,54	\$ 121.399,38	\$ 127.663,59	\$ 134.251,03
costo de ventas	\$ 65.866,80	\$ 69.265,52	\$ 72.839,63	\$ 76.598,15	\$ 80.550,62
<b>utilidad bruta ventas</b>	<b>\$ 43.911,20</b>	<b>\$ 46.177,02</b>	<b>\$ 48.559,75</b>	<b>\$ 51.065,44</b>	<b>\$ 53.700,41</b>
<b>gasto ventas</b>	<b>\$ 15.927,64</b>	<b>\$ 16.982,34</b>	<b>\$ 18.109,80</b>	<b>\$ 19.313,17</b>	<b>\$ 20.598,28</b>
sueldos y salarios	\$ 14.627,64	\$ 15.641,34	\$ 16.725,28	\$ 17.884,34	\$ 19.123,73
propaganda radio	\$ 800,00	\$ 825,60	\$ 852,01	\$ 879,28	\$ 907,42
gastos varios	\$ 500,00	\$ 516,00	\$ 532,51	\$ 549,55	\$ 567,13
<b>utilidad ventas netas</b>	<b>\$ 27.983,56</b>	<b>\$ 29.194,68</b>	<b>\$ 30.449,95</b>	<b>\$ 31.752,27</b>	<b>\$ 33.102,13</b>
<b>gastos administrativos</b>	<b>\$ 3.441,83</b>	<b>\$ 3.608,15</b>	<b>\$ 3.785,99</b>	<b>\$ 3.843,16</b>	<b>\$ 4.046,51</b>
sueldo Químico b.	\$ 2.400,00	\$ 2.566,32	\$ 2.744,16	\$ 2.934,33	\$ 3.137,68
Depreciación equipo Oficina	\$ 15,50	\$ 15,50	\$ 15,50	\$ 15,50	\$ 15,50
depreciación muebles y enseres	\$ 393,33	\$ 393,33	\$ 393,33	\$ 393,33	\$ 393,33
permiso funcionamiento	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Depreciación equipo. Computo	\$ 133,00	\$ 133,00	\$ 133,00		
<b>utilidad operacional</b>	<b>\$ 24.541,73</b>	<b>\$ 25.586,53</b>	<b>\$ 26.663,96</b>	<b>\$ 27.909,11</b>	<b>\$ 29.055,62</b>
gastos financieros	\$ 3.391,53	\$ 2.185,46	\$ 812,91		
<b>utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$ 21.150,20</b>	<b>\$ 23.401,07</b>	<b>\$ 25.851,05</b>	<b>\$ 27.909,11</b>	<b>\$ 29.055,62</b>
15% trabajadores	\$ 3.172,53	\$ 3.510,16	\$ 3.877,66	\$ 4.186,37	\$ 4.358,34
<b>utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$ 17.977,67</b>	<b>\$ 19.890,91</b>	<b>\$ 21.973,39</b>	<b>\$ 23.722,74</b>	<b>\$ 24.697,28</b>
15% impuesto a la renta	\$ 2.157,32	\$ 2.983,64	\$ 3.296,01	\$ 3.558,41	\$ 3.704,59
<b>utilidad neta</b>	<b>\$ 15.820,35</b>	<b>\$ 16.907,27</b>	<b>\$ 18.677,38</b>	<b>\$ 20.164,33</b>	<b>\$ 20.992,69</b>

**Nota:** estado de pérdidas y ganancias en el lapso de 5 años, donde se demuestra si hay rentabilidad o no, en este proyecto de inversión

**Autor:** Jorge Chiles.

**Tabla 53. Impuesto a la renta 2014.**

<b>TABLA IMPUESTO A LA RENTA 2014</b>			
<b>FRACCION BASICA</b>	<b>EXCESO HASTA</b>	<b>IMPUESTO BASICO</b>	<b>IMPUESTO FRACCION EXCEDENTE</b>
-	10410	0	0%
10410	13270	0	5%
13270	16590	143	10%
16590	19920	475	12%
19920	39830	875	15%
39830	59730	3861	20%
59730	79660	7841	25%
79660	106200	12824	30%
106200	En adelante	20786	35%

**Autor: SRI**

Para las proyecciones de tomo en cuenta los porcentajes del año 2014.

**Tabla 54. Porcentajes Proyecciones.**

Inflacion	3.20%
Riesgo país	3.88%
Crecimiento Poblacional	1.96%
Sueldos y salarios	6.93%

**Nota:** con estos porcentajes se trabajo todo el proyecto, datos tomados de INEC 2014.

**Autor.** Jorge Chiles

### **6.01.1. Flujo de Caja.**

Según Paredes L. folleto Gerencia Financiera año 2014, dice: “el flujo de caja es un pronóstico de entradas y salidas de efectivo que diagnostica los sobrantes y faltantes futuros, y en consecuencia obliga aplanear la inversión de los sobrantes y la recuperación – obtención de faltantes ” pg. 56.

**Tabla 55. Flujo de Caja.**

	año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
utilidad neta		\$ 15.820,35	\$ 16.907,27	\$ 18.677,38	\$ 20.164,33	\$ 20.992,69
depreciaciones		\$ 541,83	\$ 541,83	\$ 541,83	\$ 408,83	\$ 408,83
amortización		\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
gastos financieros		\$ 3.391,53	\$ 2.185,46	\$ 812,91		
<b>flujo operacional</b>		<b>\$ 20.253,71</b>	<b>\$ 20.134,56</b>	<b>\$ 20.532,12</b>	<b>\$ 21.073,16</b>	<b>\$ 21.901,52</b>
capital neto trabajo	-\$ 36.627,00					
activos fijos	-\$ 2.700,00					
<b>flujo neto</b>	<b>-\$ 39.327,00</b>	<b>\$ 20.253,71</b>	<b>\$ 20.134,56</b>	<b>\$ 20.532,12</b>	<b>\$ 21.073,16</b>	<b>\$ 21.901,52</b>

**Nota:** en este ejercicio tenemos un flujo neto que supera a la inversión, lo que quiere decir que vamos a tener una rentabilidad significativa en el proyecto.

**Autor:** Jorge Chiles.

### 6.01.2. Punto de Equilibrio.

**Tabla 56. Punto Equilibrio.**

	costos fijos	costos variables
costo de ventas		\$ 65.866,80
gasto ventas	\$15.927,64	\$ 1.300,00
gastos administrativos	\$ 3.441,83	
gastos financieros	\$ 3.391,53	
<b>subtotal</b>	<b>\$ 22.760,70</b>	<b>\$ 67.166,80</b>
<b>total</b>		<b>\$ 89.927,50</b>

### 6.01.2.1. Punto Equilibrio en días.

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{p.v.u - C.v.u}$$

$$PE = \frac{22760,70}{300,76 - 184,02}$$

$$PE = \frac{22760,70}{116,74}$$

$$PE = 195$$

**Análisis:** se lograra un equilibrio de las ventas y compras en el lapso de 195 días.

### 6.01.2.2. Punto de equilibrio monetario.

Costos fijos

$$PEQ = \frac{\text{-----}}{c.v.u}$$

$$1- \text{-----}$$

p.v.u

22760,70

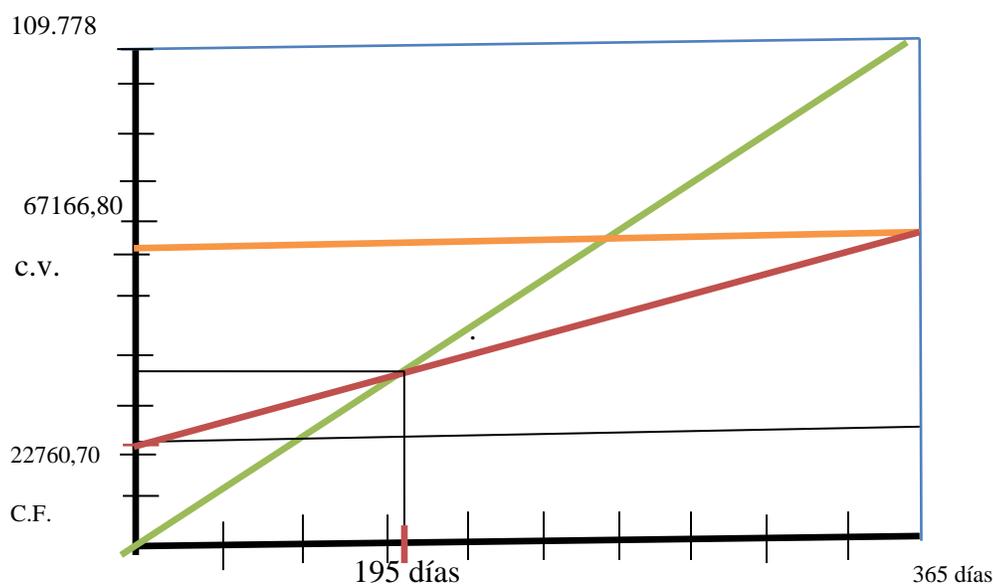
$$PEQ = \frac{\text{-----}}{300,76}$$

$$1- \text{-----}$$

116,74

**PEQ \$ 14.439,11**

**Figura 20. Punto de equilibrio.**



**Autor:** Jorge Chiles.

**Análisis:** monetariamente se puede observar que el punto de equilibrio es en, \$ 14439,11 con un tiempo de 195 días.

## 6.02. Evaluación financiera.

Según Paredes L. folleto Gerencia Financiera año 2014, dice: “El objetivo de la evaluación financiera es fundamentar la realización de una determinada inversión, haciendo un balance de los beneficios y de los costos que significa al propietario del capital utilizado en determinada actividad productiva desde su perspectiva de inversionista privado cuyos objetivos claramente se dirigen a maximizar, la realidad de la utilización de sus recursos. Por lo tanto la evolución privada mide los efectos directos de la inversión” Pg. 55.

### 6.02.1. T (MAR).

Tabla 57. T (MAR).

Riesgo país	3.88%
Tasa interes activa	8.19%
Inflacion	3.20%
Ganancia	3%
<b>Total</b>	<b>18.27%</b>

**Autor:** Jorge Chiles.

**Análisis:** la tasa de retorno es de 18.27% en el año 2014.

### 6.02.2. Valor actual neto (VAN).

**Tabla 58. (VAN).**

AÑOS	FLUJO NETO	VAN
0	(\$ 39.327,00)	(\$ 39.327,00)
1	\$ 20.253,71	\$ 17.124,98
2	\$ 20.134,56	\$ 14.394,38
3	\$ 20.532,12	\$ 12.411,09
4	\$ 21.073,16	\$ 10.770,39
5	\$ 21.901,52	\$ 9.464,58
<b>Total</b>		\$ 24.838,42

**Autor:** Jorge Chiles.

**Análisis:** durante los cinco años de la farmacia "SEBASTIAN" se demuestra el estudio que es factible la realización de este proyecto. El van es de \$ 24838,42.

### 6.02.3. Tasa Interna de Retorno (TIR).

**Tabla 59. (TIR)**

AÑOS	FLUJO NETO	VAN	TIR
0	(\$ 39.327,00)	(\$ 39.327,00)	(\$ 39.327,00)
1	\$ 20.253,71	\$ 17.124,98	14.101,55
2	\$ 20.134,56	\$ 14.394,38	9.760,37
3	\$ 20.532,12	\$ 12.411,09	6.929,79
4	\$ 21.073,16	\$ 10.770,39	4.951,97
5	\$ 21.901,52	\$ 9.464,58	3.583,32
<b>Total</b>		\$ 24.838,42	0,00

TIR: 0,4362758

TIR = 43,63%

**Autor:** Jorge Chiles.

**Análisis:** La tasa interna de retorno es de 43,63% lo que quiere decir, que es más que el T (MAR) 18,27%, la inversión de la farmacia si tiene rentabilidad.

#### 6.02.4. Costo Beneficio (C/B).

**Tabla 60. C/B**

Razón C/B	\$ 64165,42
	\$ 39.327,00
	1,63%

**Análisis:** el costo beneficio es de 1,63%.

**Autor:** Jorge Chiles.

### 6.02.5. Periodo de Recuperación de la Inversión.

Tabla 61. PRI.

<b>AÑO 0</b>	<b>-\$ 39.327,00</b>
Año 1	\$ 17.124,98
	-\$ 22.202,02
Año 2	\$ 14.394,38
	-\$ 7807.64
<b>Año 3</b>	<b>\$ 12411,09</b>
	-\$ 4603,45
<b>4.603,45 / 12.411,09</b>	<b>0,370914</b>
<b>0,370914*12</b>	<b>4,450968</b>
<b>0,450968 * 30</b>	<b>13,52904</b>
<b>2 AÑOS, 4 MESES, 13 DÍAS</b>	

**Autor:** Jorge Chiles.

**Análisis:** el periodo que se recuperara la inversión será durante 4 años 8 meses y 20 días, por lo cual este proyecto resulta favorable según los datos obtenidos.

### 6.02.6. Coeficientes Financieros.

**Tabla 62. Margen Bruto.**

$$\text{Margen Bruto} = \frac{\text{utilidad bruta}}{\text{ventas netas}}$$

Margen bruto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad bruta	\$ 43.911,20	\$ 46.177,02	\$ 48.559,75	\$ 51.065,44	\$ 53.700,41
Ventas netas	\$ 109.778,00	\$ 115.442,54	\$ 121.399,38	\$ 127.663,59	\$ 134.251,03
Porcentaje	40%	40%	40%	40%	40%

**Autor:** Jorge Chiles.

**Análisis:** Este cuadro indica que la farmacia “SEBASTIAN” va a vender un 40% en sus utilidades brutas, esto quiere decir, que por cada \$ 1 vendido se generara 40 centavos de utilidad bruta.

### 6.02.6.2. Margen Neto.

**Tabla 63. Margen neto.**

Utilidad Neta = utilidad neta / ventas netas.

Margen Neto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad neta	\$ 15.820,35	\$ 16.907,27	\$ 18.677,38	\$ 20.164,33	\$ 20.992,69
Ventas netas	\$ 109.778,00	\$115.442,54	\$ 121.399,38	\$ 127.663,59	\$ 134.251,03
porcentaje	14,41%	14,65%	15,39%	15,79%	15,64%

**Autor:** Jorge Chiles.

**Análisis:** La utilidad neta es del 15,18% lo que quiere decir, que por cada dólar de venta se obtendrá \$ 15,18 de utilidad neta, promedio de los cinco años.

### **6.03. Análisis de Impactos.**

#### **6.03.1 Impacto.**

La creación de la farmacia es otro tipo de negocios como muchos en la ciudad, en este caso nuestro proyecto busca la manera de acaparar el mercado del barrio "SAN ANTONIO" y de sectores aledaños.

##### **6.03.1.1 Impacto Ambiental.**

Exigiremos a nuestros proveedores con respecto al proceso de tratamiento del producto que cumpla con todos los niveles de calidad para que así no afecte el medio en el que vivimos y haremos uso de fundas biodegradables para el despacho de nuestros productos, también incentivaremos a una toma de conciencia en los consumidores para un uso racional de los medicamentos, su correcta eliminación para una menor afectación sobre del medio que nos rodea, también de alguna manera realizaremos reciclajes de cartón, vidrio plástico etc.

##### **6.03.1.2 Impacto Económico.**

Aplicaremos un proceso contable autosustentable, que incremente el consumo de nuestros productos generando ingresos que permitan contribuir en beneficios para nuestra empresa y terceros. El sector farmacéutico tiene un gran potencial para ser generador de mayor inversión, mayor productividad y sobre todo dar empleo a personas del sector.

### **6.03.1.3 Impacto Productivo.**

En lo referente a la productividad se apoyara al barrio con la venta de productos relacionados al bienestar de la salud, brindándoles atención adecuada en todos los servicios que estén a nuestra disposición, otorgándoles buen ambiente, y a su vez satisfacer las necesidades de los moradores del sector.

Con este proyecto se contribuye al mejoramiento de la calidad de vida, como es el propósito del Plan Nacional del Buen Vivir, dando así de esta manera un pequeño aporte al desarrollo, mejoramiento y engrandecimiento del barrio "SAN ANTONIO" y a los sectores aledaños a este.

Se considera que la implementación de este negocio solucionara en un 100% las situaciones actuales que viven, porque todavía no existe en este sector un lugar de expendio de medicamentos.

## CAPITULO VII

### 7.01 Conclusiones.

Como ya sea ha explicado, el proyecto se realizará en la ciudad del Tena, barrio "SAN ANTONIO" de la provincia del Napo donde se ha detectado la necesidad de la gente que no cuenta con los servicios de una farmacia, además tiene un crecimiento poblacional muy alto.

Otra de las razones por la que se decidió realizar el proyecto en ésta zona, fue la detección de un desconocimiento, entre la mayoría de los comerciantes farmacéuticos de la ciudad, de técnicas de servicio de manera diferente y de habilidades administrativas que nosotros las poseemos, y así crear una brecha de satisfactor hacia el cliente.

En cuanto al análisis de la oferta y demanda del proyecto he detectado que existe una gran demanda insatisfecha de los habitantes, en la localización del proyecto en donde estará ubicado el lugar del negocio se sabe que su micro ubicación esta en un punto estratégico para todos los habitantes, la que se cubrirá con todos los bienes y servicios que sean necesarios para el funcionamiento del mismo.

En cuanto a la organización del negocio he concluido crearla en base a las necesidades de los habitantes y la farmacia, de la misma manera ir incrementando poco a poco para obtener como resultado el bienestar, y a su vez rentabilidad en el lapso del tiempo.

### **7.01.1 Recomendaciones**

Puesto que se espera cubrir en un 100% las necesidades actuales que presentan los habitantes de este barrio con respecto a las carestías de salud existentes que los aquejan, es necesario presentar diferentes puntos de vista que encaminen a este proyecto alcanzar no solo el éxito financiero, sino también a cumplir con las grandes expectativas que tiene el segmento de la población al cual va dirigido este proyecto.

Se recomienda que donde exista gran demanda insatisfecha es posible realizar a plenitud la creación e implementación de la farmacia, o cualquier otro tipo de negocio ya que a este alto grado de necesidad nos veremos muy beneficiados entre las dos partes.

## BIBLIOGRAFIA

1. <http://www.economia.commx/inflacion.htm>.
2. [.http://www.zonaeconomica.com/ecuador/evolucion-inflacion](http://www.zonaeconomica.com/ecuador/evolucion-inflacion)
3. [www.telegrafo.com.ec/.../cepal-pib-de-ecuador-crecera-5-en-2014.htm](http://www.telegrafo.com.ec/.../cepal-pib-de-ecuador-crecera-5-en-2014.htm)
4. [www.elfinanciero.com/economia/economia.html](http://www.elfinanciero.com/economia/economia.html)
5. [www.ecuadorencifras.gob.ec/.../POBREZA/2014/...2014/140415%20P](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/.../POBREZA/2014/...2014/140415%20P)
6. [www.cedatos.com.ec/detalles\\_noticia.php?Id=86](http://www.cedatos.com.ec/detalles_noticia.php?Id=86)
7. [www.ambito.com/economia/mercados/riesgo-pais/info/?id=5](http://www.ambito.com/economia/mercados/riesgo-pais/info/?id=5)
8. [www.bce.fin.ec/index.php/tablaprueba](http://www.bce.fin.ec/index.php/tablaprueba)
9. Tesis: Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia municipal en la parroquia de Tabacundo del cantón Pedro Moncayo” Autora. Marcela Bosques
10. Tesis: Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia de auto servicio en el cantón Pimanpiro de la ciudad de Ibarra auto: José Luis Palacio
11. Avalúos y catastros del municipio de la ciudad del Tena
12. Oficinas de obtención de permisos de funcionamiento ARSA de la ciudad del Tena.
13. Gobernación de la ciudad del Tena.
14. Ministerio de salud pública zonal 2 de la provincia del Napo.
15. Folleto de gerencia financiera Autor eco Lenin Paredes año 2014.

## ANEXOS.

## ENCUESTA.

## PREGUNTAS.

1.- ¿Le gustaría contar con los servicios de una farmacia en su barrio?

a. Si....

b. No .....

2.- ¿Cuáles son los productos que mas adquiere en una farmacia?

a. Productos de aseo

c. higiene personal

d. medicamentos

b. productos para bebe.

3.- ¿Cuál es el tipo de pago que realiza al momento de realizar la compra de productos dentro de una farmacia?

a. efectivo

b. tarjeta de crédito

c. crédito personal

4. ¿al momento de realizar sus compras de medicamentos le dan algún tipo de información acerca de estos?

a. Si

b. No

5.- ¿usted está satisfecho/a con el servicio que recibe dentro de los establecimientos farmacéuticos?

a. Si

b. No

6.- ¿con que frecuencia realiza sus compras en los centros de atención farmacéutica?

a. a diario

c. quincenal

b. semanal

d. mensual

7.- ¿de cuánto es su presupuesto al momento de realizar sus compras en la farmacia?

a. de \$5 a \$10

c. de \$21 a \$30

b. de \$11 a \$20

d. de \$31 a \$40

e. mas

8.- ¿a qué farmacia acude frecuentemente al momento de necesidad de medicamentos?

a. Económicas

c. Sana Sana

b. Cruz Azul

d. particular

e. otras

9. le gustaría que en este barrio existiera un lugar de expendio de medicamentos que le brinden beneficios, en buena atención personalizada y horario establecido.

a). Si

b). No