



TECNOLOGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA
INDEPENDIENTE EN LA PARROQUIA DE CUZUBAMBA, CANTÓN
CAYAMBE, PERIODO 2017.

Proyecto de Inversión previo a la Obtención del Título de Tecnólogo en
Administración de Boticas y Farmacias.

Autor: Franklin Patricio Quinchiguango Sánchez

Tutor: Economista Gustavo Paredes

Octubre – 2017



ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 20 de Septiembre del 2017

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. **QUINCHIGUANGO SANCHEZ FRANKLIN PATRICIO** de la carrera de **ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS** cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA INDEPENDIENTE EN LA PARROQUIA CUZUBAMBA, CANTÓN CAYAMBE, PERIODO 2017**. Una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la Institución.


Eco. Gustavo Paredes
Tutor del Proyecto


Ldo. Rosmer Pichardo
Lector del Proyecto


INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA
Dr. Jorge López
Director de Escuela -----
Adm. Boticas y Farmacias


INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
Ing. Gato Cisneros
Coordinador de la Unidad de Titulación
PROYECTOS

Matriz:
Av. de la Prensa N45-268 y Logroño
Teléfono: 2255460 / 2269900
E-mail: instituto@cordillera.edu.ec
Pág. Web: www.cordillera.edu.ec
Quito - Ecuador

Campus 1:
Calle Logroño Oe 2-84 y
Av. de la Prensa (esq.)
Edif. Cordillera
Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649

Campus 2:
Bracamoros N15-163 y
Yacuambi (esq.)
Telf.: 2262041

Campus 3:
Av. Brasil N46-45 y
Zamora
Telf.: 2240036

Campus 4:
Yacuambi
De-2-36 y
Bracamoros

DECLARATORIA

Declaro que mi proyecto de inversión es absolutamente original, autentica, personal que se ha citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigente. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Franklin Patricio Quinchiguango Sánchez

CC.: 172426246-2

Licencia de uso no comercial

Yo, **Franklin Patricio Quinchiguango Sánchez** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **172426246-2** de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA INDEPENDIENTE EN LA**

PARROQUIA DE CUZUBAMBA, CANTÓN CAYAMBE, PERIODO

2017, con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA	
NOMBRE	Franklin Patricio Quinchiguango Sánchez
CEDULA	172426246-2

Quito, Octubre del 2017

Agradecimiento

Mi agradecimiento primero a mi Dios, por darme esta oportunidad de lograr un objetivo más en mi vida ya que siempre me has demostrado que los problemas no son un obstáculo para seguir adelantado.

Al Instituto Tecnológico Superior Cordillera por permitirme desarrollar mis conocimientos profesionales y al mismo tiempo formarnos como damas y caballeros valor muy importante lo cual nos diferencia de los demás personas.

Un agradecimiento sincero a mi tutor Economista Gustavo Paredes por brindarme un apoyo en proceso de titulación, pero sobre todo dedicar su tiempo y tener paciencia para presentar un trabajo excelente.

Agradezco a mi madre y a mi padre, primeramente por estar a mi lado apoyándome en todo momento y gracias por darme una oportunidad de ser un Tecnólogo en Administración de Boticas y Farmacias.

Dedicatoria

Mi proyecto de titulación les dedico a mis padres Rosa Sánchez y Luis Aníbal Quinchiguango que a través de su amor y entrega me enseñaron a ser perseverante en la vida.

A Dios quien me da vida y salud para seguir cumpliendo mis objetivos

A mis hermanos por confiar en mí

A mi novia por su apoyo incondicional

Amistades, Familiares y Docentes

Tabla de contenido

DECLARATORIA	iii
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	iv
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvii
Resumen Ejecutivo	xix
ABSTRACT.....	xxi
Capítulo I	1
1.1 . Justificación.....	1
1.2 Antecedentes	2
Capítulo II.....	5
Análisis Externo.....	5
2.1. Ambiente Externo	5
2.1.1. Factor económico	5
2.1.2. Factor Social.....	13
2.1.3. Factor Legal.....	16
2.1.4. Factor Tecnológico.....	21
2.2. Entorno local o micro entorno	21
2.2.1. Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter.....	22
2.3. Análisis Interno	27
2.3.1. Propuesta estratégica	27
2.3.3. Gestión Operativa.....	31
2.3.4. Gestión Comercial.....	33
2.4. Análisis Foda.....	39
2.4.1. Matriz Mefi	40
2.4.2. Matriz Mefe.....	42
2.4.3. Matriz Mafe.....	43
Capítulo III.....	47
Estudio de mercado.....	47

3.1.	Análisis del Consumidor	47
3.1.1.	Determinación de la Población y Muestra	48
3.1.2.	Técnicas de Obtención de Información	51
3.1.3.	Análisis de la Información	51
3.2.	Oferta	63
3.2.1.	Oferta Histórica	63
3.2.2.	Oferta Actual	65
3.2.3.	Oferta Proyectada	68
3.3.	Productos Sustitutos	69
3.3.1.	Oferta Histórica	70
3.3.2.	Oferta Actual	71
3.3.3.	Oferta Proyectada	72
3.4.	Demanda	73
3.4.1.	Demanda Histórica	73
	La fórmula que se utilizará será:	73
3.4.2.	Demanda Actual	75
3.4.3.	Demanda Proyectada	77
3.5.	Balance Oferta – Demanda	78
3.5.2.	Balance Proyectado	79
Capítulo IV	81
4.1.	Tamaño del Proyecto	81
4.1.1.	Capacidad Instalada	81
4.1.2.	Capacidad Óptima	83
4.2.	Localización	85
4.2.1.	Macro Localización	85
4.2.2.	Micro Localización	86
4.2.3.	Localización Óptima	88
4.3.	Ingeniería del Producto	90
4.3.1.	Definición Bienes y Servicio	90
4.3.2.	Distribución de Planta	90
4.3.3.	Proceso Productivo	91
4.3.4.	Maquinaria	94

4.3.5. Equipos.....	94
Capítulo V.....	99
Estudio Financiero	99
5.1. Ingresos Operacionales y no Operacionales	99
5.1.1. Ingresos Operacionales.....	99
5.1.2. Ingresos no Operacionales.....	100
5.2. Costos.....	100
5.2.1. Costos Directos	100
5.2.2. Costos Indirectos	102
5.2.3. Gastos Administrativos	102
5.2.4. Costo de Ventas.....	105
5.2.5. Gasto Ventas	106
5.2.6. Gastos Financieros	109
5.2.7. Costos Fijos y Variables	110
5.3. Inversiones	110
5.3.1. Inversión Fija.....	111
5.3.2. Capital de Trabajo	112
5.3.3. Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos.....	113
5.3.4. Amortización de Financiamiento	114
5.3.5. Depreciaciones (tablas)	115
5.3.6. Estado de Situación Inicial	118
5.3.7. Estado de Resultados.....	119
5.3.8. Flujo de caja	121
5.4. Evaluación Financiera	121
5.4.1. Tasa de Descuento o Tasa mínima de retorno T (MAR).....	121
5.4.2. Valor Actual Neto (VAN)	122
5.4.3. TIR (Tasa Interna de Retorno).....	123
5.4.4. PRI (Período de la recuperación de la inversión).....	124
5.4.5. RBC (Relación Costo /Beneficio).....	124
5.4.6. Punto de Equilibrio.....	125
Capítulo VI	128
6. Análisis de impactos	128

6.1. Impacto Ambiental.....	128
6.2. Impacto Económico.....	129
6.3. Impacto Social.....	129
Capítulo VII.....	130
7. Conclusiones y Recomendaciones.....	130
7.1. Conclusiones.....	130
7.2. Recomendaciones.....	131
Referencias Citadas.....	133

Índice de tablas

<i>Tabla 1 : PIB (Producto Interno Bruto)</i>	6
<i>Tabla 2: PIB Sector Salud</i>	7
<i>Tabla 3: Inflación Porcentajes</i>	9
<i>Tabla 4: Tasa Interés Activa</i>	10
<i>Tabla 5: Tasa Interés Activa</i>	12
<i>Tabla 6: Porcentaje Tasa de Desempleo</i>	13
<i>Tabla 7: Tasa de crecimiento poblacional</i>	15
<i>Tabla 8: Proveedores</i>	23
<i>Tabla 9: Colorimetría</i>	34
<i>Tabla 10: Medicamentos de mayor Rotación</i>	36
<i>Tabla 11: Matriz MEFI</i>	41
<i>Tabla 12: Matriz MEFE</i>	42
<i>Tabla 13: Matriz MAFE</i>	44
<i>Tabla 14: Análisis del consumidor</i>	47
<i>Tabla 15: Población</i>	48
<i>Tabla 16: Muestra</i>	50
<i>Tabla 17: Pregunta 1</i>	52
<i>Tabla 18: Pregunta 2</i>	53
<i>Tabla 19: Pregunta 3</i>	54
<i>Tabla 20: Pregunta 4</i>	55
<i>Tabla 21: Pregunta 5</i>	56

<i>Tabla 22: Pregunta 6.....</i>	<i>57</i>
<i>Tabla 23: Pregunta 7.....</i>	<i>59</i>
<i>Tabla 24: Pregunta 8.....</i>	<i>60</i>
<i>Tabla 25: Pregunta 9.....</i>	<i>61</i>
<i>Tabla 26: Pregunta 10.....</i>	<i>62</i>
<i>Tabla 27: PIB SALUD.....</i>	<i>64</i>
<i>Tabla 28: Oferta Histórica.....</i>	<i>64</i>
<i>Tabla 29: Ventas diarias Farmacia San Juan</i>	<i>65</i>
<i>Tabla 30: Ventas diarias Farmacia Comunitaria.....</i>	<i>66</i>
<i>Tabla 31: Oferta Actual Farmacia San Juan</i>	<i>66</i>
<i>Tabla 32: Oferta Actual Farmacia Comunitaria.....</i>	<i>67</i>
<i>Tabla 33: Oferta Actual Farmacias en el sector.....</i>	<i>67</i>
<i>Tabla 34: PIB Salud.....</i>	<i>68</i>
<i>Tabla 35: Oferta Proyectada.....</i>	<i>69</i>
<i>Tabla 36: PIB Salud.....</i>	<i>70</i>
<i>Tabla 37: Oferta Histórica Centro Naturista Aloe Vera</i>	<i>71</i>
<i>Tabla 38: Ventas diarias Centro Naturista Aloe Vera.....</i>	<i>71</i>
<i>Tabla 39: Oferta Actual</i>	<i>71</i>
<i>Tabla 40: PIB Salud.....</i>	<i>72</i>
<i>Tabla 41: Oferta Proyectada.....</i>	<i>73</i>
<i>Tabla 42: Datos Tasa de Crecimiento Ecuador</i>	<i>74</i>
<i>Tabla 43: Demanda Histórica.....</i>	<i>74</i>
<i>Tabla 44: Promedio de consumo por hogares.....</i>	<i>75</i>

<i>Tabla 45: Demanda actual.....</i>	<i>76</i>
<i>Tabla 46: PIB salud y Crecimiento Poblacional.....</i>	<i>77</i>
<i>Tabla 47: Demanda Proyectada</i>	<i>78</i>
<i>Tabla 48: Demanda Insatisfecha.....</i>	<i>79</i>
<i>Tabla 49: Balance Proyectado.....</i>	<i>80</i>
<i>Tabla 50: Activos fijos.....</i>	<i>83</i>
<i>Tabla 51: Total activos fijos con IVA.....</i>	<i>84</i>
<i>Tabla 52: Sueldo y Salarios</i>	<i>85</i>
<i>Tabla 53: Factores de la Localización óptima</i>	<i>89</i>
<i>Tabla 54: Tema: Estructura Organizativa</i>	<i>91</i>
<i>Tabla 55: Flujo Grama Dispensación y Expendio</i>	<i>92</i>
<i>Tabla 56: Flujo Grama Facturación.....</i>	<i>93</i>
<i>Tabla 57: Equipo de computación.....</i>	<i>94</i>
<i>Tabla 58: Equipo de oficina.....</i>	<i>95</i>
<i>Tabla 59: Muebles y Enseres.....</i>	<i>96</i>
<i>Tabla 60: Rotulación.....</i>	<i>97</i>
<i>Tabla 61: Mobiliario Metálico.....</i>	<i>97</i>
<i>Tabla 62: Otros.....</i>	<i>97</i>
<i>Tabla 63: Otros activos fijos</i>	<i>98</i>
<i>Tabla 64: Activos fijos 12% IVA.....</i>	<i>98</i>
<i>Tabla 65: Ingresos Operacionales.....</i>	<i>99</i>
<i>Tabla 66: Mano de obra directa</i>	<i>101</i>
<i>Tabla 67: Costos Indirectos</i>	<i>102</i>

Tabla 68: Gastos Administrativos.....	103
Tabla 69: Permisos.....	103
Tabla 70: Servicios Básicos	104
Tabla 71: Arriendos	104
Tabla 72: Suministros de oficina.....	104
Tabla 73: Útiles de aseo	105
Tabla 74: Costo de ventas	106
Tabla 75: Gastos de Ventas.....	106
Tabla 76: Descripción gasto ventas (Promociones).....	107
Tabla 77: Sueldo y Salarios	107
Tabla 78: Proyección sueldo administrador	108
Tabla 79: Proyección sueldo dependiente	108
Tabla 80: Proyección sueldo Bioquímico.....	109
Tabla 81: Gasto financiero	109
Tabla 82: Costos fijos y variables	110
Tabla 83: Activo fijo.....	111
Tabla 84: Activos Diferidos.....	112
Tabla 85: Capital de Trabajo.....	112
Tabla 86: Fuentes de Financiamiento	113
Tabla 87: Tabla de Amortización	114
Tabla 88: Depreciación Muebles y Enseres.....	116
Tabla 89: Depreciación Equipo de computación.....	117
Tabla 90: Depreciación Equipo de Oficina.....	117

Tabla 91: Gasto Constitución	118
Tabla 92: Situación Inicial	119
Tabla 93: Estado de Pérdidas y Ganancias	120
Tabla 94: Flujo de caja	121
Tabla 95: Cálculo del VAN	122
Tabla 96: Cálculo del TIR	123
Tabla 97: Cálculo PRI	124
Tabla 98: Costos Fijos y Variables	126

Índice de figuras

<i>Figura 1: Producto Interno Bruto</i>	6
<i>Figura 2: PIB Sector Salud</i>	8
<i>Figura 3: Tasa de Inflación</i>	9
<i>Figura 4: Tasa de Interés económicamente activa</i>	11
<i>Figura 5: Tasa de Interés Pasiva</i>	12
<i>Figura 6: Tasa de Desempleo</i>	14
<i>Figura 7: Tasa de Crecimiento Poblacional</i>	15
<i>Figura 8: Fuerzas de Michael Porter</i>	22
<i>Figura 9: Farmacia Comunitaria</i>	26
<i>Figura 10: Farmacia San Juan</i>	26
<i>Figura 11: Organigrama Administrativo</i>	29
<i>Figura 12: Gestión Operativa</i>	32
<i>Figura 13: Logotipo</i>	33
<i>Figura 14: Iso tipo</i>	34
<i>Figura 15: Slogan</i>	34
<i>Figura 16: Marketing Mix</i>	35
<i>Figura 17: volantes</i>	37
<i>Figura 18: Promoción 1</i>	38
<i>Figura 19: Promoción 2 (llavero)</i>	38
<i>Figura 20: Análisis Foda</i>	40
<i>Figura 21: Pregunta 1</i>	52

<i>Figura 22: Pregunta 2</i>	53
<i>Figura 23: Pregunta 3</i>	54
<i>Figura 24: Pregunta 4</i>	55
<i>Figura 25: Pregunta 5</i>	56
<i>Figura 26: Pregunta 6</i>	57
<i>Figura 27: Pregunta 6</i>	58
<i>Figura 28: Pregunta 7</i>	59
<i>Figura 29: Pregunta 8</i>	60
<i>Figura 30: Pregunta 9</i>	61
<i>Figura 31: Pregunta 10</i>	62
<i>Figura 32: Oferta Histórica</i>	65
<i>Figura 33: Oferta actual participación en el mercado</i>	67
<i>Figura 34: Oferta Proyectada</i>	69
<i>Figura 35: Demanda histórica</i>	74
<i>Figura 36: Demanda Proyectada</i>	78
<i>Figura 37: Macro Localización</i>	86
<i>Figura 38: Micro Localización</i>	87
<i>Figura 39: Micro Localización</i>	88
<i>Figura 40: Localización Óptima</i>	89
<i>Figura 41: Distribución Planta</i>	91
<i>Figura 42: Fuentes de Financiamiento</i>	113
<i>Figura 43: Punto de Equilibrio</i>	127

Resumen Ejecutivo

Debido a la gran competencia que existe en el mercado farmacéutico y a la gran demanda insatisfecha generada por las farmacias, en la Parroquia de Cuzubamba se ha verificado que los moradores se encuentran insatisfechos al momento de acudir a dichas farmacias el cual se realizará un estudio de factibilidad para la creación de una farmacia independiente con el objetivo de reducir un porcentaje de la demanda insatisfecha generada en dicho sector.

Para lograr dar a conocer la importancia de este proyecto se realizó una serie de estudios e investigaciones, lo primero que se identificó fue que el sector estaba conformado de 4749 moradores entre hombres y mujeres de esta manera se fue desarrollando el proyecto

Dada la situación que el sector tenía una gran demanda insatisfecha al momento de acudir a dichas farmacias, esto se lo verificó mediante una encuesta realizada a los moradores del mismo el cual nos arrojó un resultado alto en su demanda.

Mediante eso surge el análisis Foda donde se verificó el macro y micro entorno, donde se determinó fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, donde si realizan estrategias frente a nuestra competencia.

Por este motivo para poder satisfacer sus necesidades se realizó un estudio de mercado tanto histórico, actual y proyectado, con el objetivo de verificar la demanda insatisfecha que existe y así poder cubrir un tanto de ella.

Una vez determinado estos factores continuamos con la localización óptima del proyecto donde se verificó el lugar más idóneo para ser creado la farmacia, analizando el macro y micro localización.

Continuando con el proyecto luego de obtener todos los resultados más importantes se prosiguió a realizar los indicadores financieros como es el (Flujo de Caja, Temar, VAN, TIR, PRI y B/C) para determinar si el proyecto es viable.

Por último luego de realizar todos los indicadores financieros se determinó que el proyecto es factible y que se puede poner en marcha.

Abstract

Due to the great competition that exists in the pharmaceutical market and to the great unsatisfied demand generated by the pharmacies, in the Parish of Cuzubamba it has been verified that the residents are dissatisfied at the moment of going to said pharmacies which will be carried out a feasibility study for the creation of an independent pharmacy with the aim of reducing a percentage of the unsatisfied demand generated in this sector.

To make known the importance of this project was a series of studies and research, the first thing that was identified was that the sector was made up of 4749 residents between men and women in this way was developing the project

Given the situation that the sector had a great demand unsatisfied at the time of going to said pharmacies, this was verified by a survey made to the residents of the same which gave us a high result in their demand.

This is why the analysis was made where the macro and micro environment is verified, where strengths, weaknesses, opportunities and threats were determined, where they perform strategies in front of our competition.

Therefore, in order to satisfy its needs, a market study was carried out, both historical, current and projected, in order to verify the unsatisfied demand that exists and thus be able to cover some of it.

Once these factors were determined, we continued with the optimal location of our project where the most suitable place to create the pharmacy was verified, analyzing the macro and micro location.

Continuing with the project after obtaining all the most important results, the financial indicators such as Cash Flow, Temar, VAN, TIR, PRI and B / C were continued to determine if the project is viable.

Finally, after making all the financial indicators, it was determined that the project is feasible and that it should be implemented.

Capítulo I

1.1 . Justificación

Debido a la gran competencia del mercado en el sector farmacéutico se ha determinado que en la Parroquia de Cuzubamba del Cantón Cayambe no cuentan con el número suficiente de farmacias para poder satisfacer sus necesidades al momento de adquirir un medicamento debido a que en los últimos años su población ha incrementado.

Por esta razón es necesaria la creación de un establecimiento farmacéutico (farmacia), analizando el entorno y los factores externos, en el cual están incluidas las competencias, además mediante el estudio o encuestas en el sector se podrá determinar el stock necesario para así poder cubrir o satisfacer las necesidades de los pobladores.

Este proyecto será beneficioso para la población de Cuzubamba, sector que cuenta aproximadamente con 4.749 habitantes y está relacionado con el nuevo Plan del Desarrollo del Buen Vivir, creado por el Presidente de la República del Ecuador, el cual dice que la salud es uno de los principales cambios del Ecuador.

Una vez realizado este proyecto no solo serán beneficiados los pobladores de la Parroquia de Cuzubamba, también serán beneficiados Barrios allegados del mismo los cuales podrán tener la facilidad y accesibilidad de poder adquirir los productos en la farmacia enfocándose en los medicamentos genéricos, y comerciales.

Para poder obtener un buen desempeño en la creación de la farmacia se utilizarán herramientas como: encuestas las cuales ayudarán a que el proyecto sea viable, o sustentable, además poseerá personal altamente capacitado y con excelentes conocimientos referente al tema farmacológico.

1.2 Antecedentes

(Alomoto Catota, 2015) Se basa en una investigación para determinar mediante un estudio de Factibilidad para la Creación de una Farmacia Independiente, en el Barrio Francisco Yáñez Sector Cotocollao DMQ.

Mediante estudio de mercado y encuestas aplicadas a personas, así como también la observación directa relacionadas con el tema del presente proyecto, determino que una de las problemas que aqueja al Barrio Francisco Yáñez, es la de no contar con farmacias lo cual limita a los habitantes la adquisición de medicamentos, lo que les obliga a trasladarse grandes distancias para adquirir el mencionado producto.

Una vez determinado el problema se realiza una evaluación de proveedores, clientes, competencia y productos sustitutos con lo que se llega a sustentar que la creación de una farmacia en el Barrio Francisco Yáñez es una

oportunidad óptima, adicional a ello el proyecto se encuentra orientado a brindar bases de emprendimiento y a promover la actividad farmacéutica a través de un proceso de comercialización eficaz y eficiente, ofreciendo productos de calidad y variedad tanto en precios como en marcas de industrias farmacéuticas.

Determinando un pronóstico y evaluación financiera en donde se logra determinar que el proyecto es viable y factible de realizar, obteniendo rentabilidad y beneficios plus tanto personalmente como para los habitantes del sector.

(Cisneros Portilla & Farinango Vinueza, 2013) El estudio de factibilidad para la creación de una farmacia en el barrio el Olivo, Ciudad de Ibarra.

Para la creación de la farmacia en el barrio El Olivo tuvieron que cumplir varios requisitos entre los cuales están: registros de salud, patentes y de más trámites que exige la Ley.

Mediante un diagnóstico situacional se demostró que en el sector antes mencionado no existía una farmacia adecuadamente provisionada de medicamentos, que solvente las necesidades de los habitantes del barrio.

Su objetivo principal de la creación de una farmacia en este sector fue proporcionar medicamentos con receta y de libre venta a sus clientes y también de productos de higiene, con precios accesibles para el cliente.

Mediante el estudio de mercado y económico se demostrará la factibilidad de la implementación de la farmacia en el sector El Olivo, teniendo como objetivo recuperar la inversión en un período de cuatro años y seis días.

(Andrade Herrera & Sacoto Fuentes, 2012) Se basa en una investigación para determinar el estudio de Factibilidad para la creación de una Farmacia con Franquicia de la Cadena Farmacéutica Cruz Azul en el Sector de la Av. Amazonas del Cantón Milagro.

Para la creación de la farmacia en el Sector de la Av. Amazonas del Cantón Milagro realizaron un estudio de mercado donde identificaron que el sector no contaba con un establecimiento farmacéutico (farmacia).

El propósito de este estudio fue cubrir con una de las necesidades del mercado del Cantón Milagro, siendo los protagonistas los habitantes de la Av. Amazonas.

Desarrollaron técnicas investigativas para determinar la importancia del tema planteado, para ello, establecieron sus causas, efectos, objetivos, delimitación, formulación y su correspondiente justificación.

Realizaron una encuesta con el objetivo de conocer el criterio de las personas sobre la creación de una farmacia en el sector de la Amazonas, una vez obtenidos los datos de esta herramienta procedieron a la interpretación de los resultados es decir la recolección, tabulación y análisis del instrumento investigativo, donde se constató que la mayoría de la ciudadanía les agrada la propuesta, donde se detalla todo lo concerniente.

Capítulo II

Análisis Externo

2.1. Ambiente Externo

El ambiente externo, hace referencia a las fuerzas e instituciones fuera de la organización que hasta cierto punto pueden modificar o influir en el desempeño y crecimiento de la empresa. (Navarrete, 2011)

Los factores que se toma en cuenta en el macro entorno son:

2.1.1. Factor económico

Ortiz (2014) Define a los factores económicos como actividades que tienden a incrementar la capacidad productiva de bienes y servicios de una economía, para satisfacer las necesidades socialmente humanas.

2.1.1.1. *Producto Interno Bruto*

Define al PIB como la principal medida que se utiliza para medir la riqueza de un país, y también se conoce como renta nacional. (Navarro, 2008)

Tabla 1

PIB (Producto Interno Bruto)

Año	Porcentaje
2012	4,80%
2013	3,50%
2014	3,80%
2015	3,00%
2016	-1,90%

Nota: En la siguiente tabla se detalla los porcentajes del PIB de cinco años atrás, datos obtenidos (BCE, 2016), elaborado por Franklin Quinchiguango

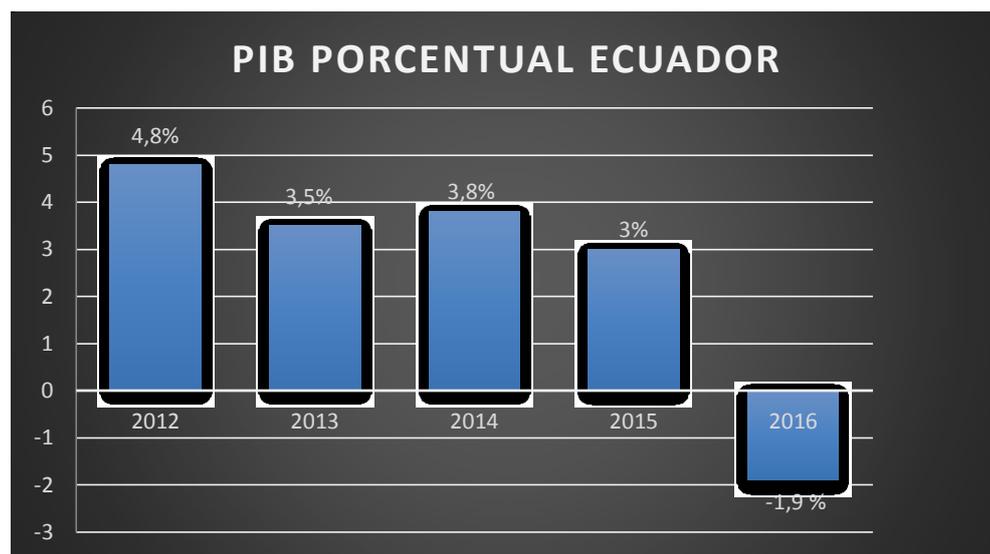


Figura 1: Producto Interno Bruto incremento o disminución del PIB desde el año 2012 al 2016, datos obtenidos (BCE, 2016), Elaborado por: Franklin Quinchiguango

Análisis:

De acuerdo a los datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador se evidencia un decrecimiento entre el año 2012 y 2013 a 1,3%, en el año 2014 se observa un leve crecimiento del 0,3% , en el 2015 vuelve a decrecer a 0,8%, pero en el 2016 se observa un decrecimiento con un porcentaje negativo de -1,9% , las causas por este decrecimiento económico se ratifica debido al bajo nivel de exportaciones realizadas por las empresas, por la pérdida de competencia internacional, también se pone hincapié en los últimos meses por variables

internas como el desastre natural en la región costa. El factor analizado es una amenaza para la farmacia debido a que el país cruza momentos económicos difíciles por el crecimiento económico.

2.1.1.2. PIB del Sector Farmacéutico

La industria farmacéutica en Ecuador tiene más de cien años de existencia, empezó como pequeños emprendimientos familiares que pasaron de preparar fórmulas magistrales a convertirse en verdaderas industrias a finales de los años 60. (Ayala, 2014)

El PIB Farmacéutico es un indicador financiero que permite medir la rentabilidad del sector.

Tabla 2

PIB Sector Salud

PIB DEL SECTOR SALUD	
Año	Porcentaje
2012	3,16%
2013	3,20%
2014	3,37%
2015	3,38%
2016	3,44%

Nota: En la siguiente tabla se detalla los porcentajes del PIB del sector salud de cinco años atrás, datos obtenidos (BCE, 2016), elaborado por Franklin Quinchiguango

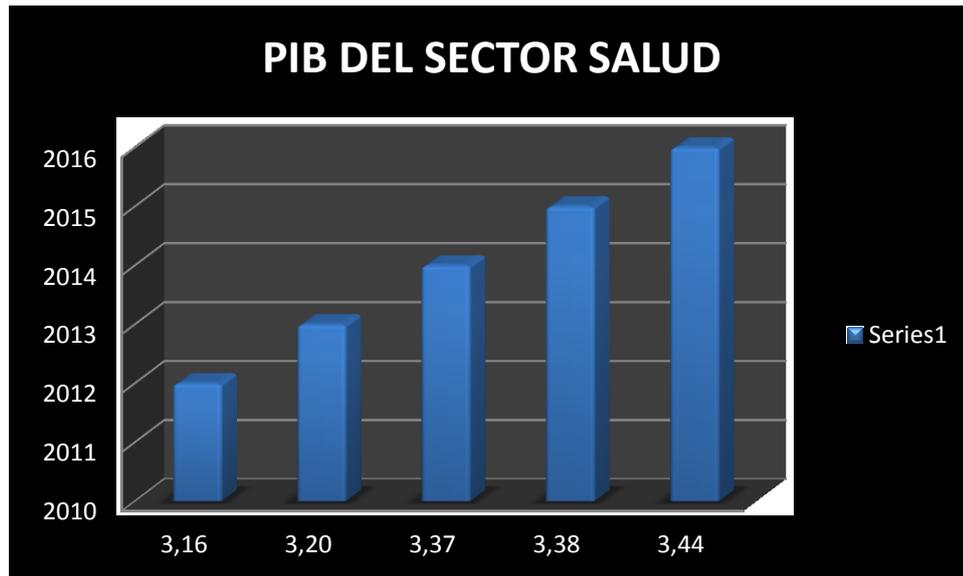


Figura 2: PIB Sector Salud verificación como incremento o disminución del PIB salud en el Ecuador desde el año 2012 al 2016, datos obtenidos (BCE, 2016), Elaborado por: Franklin Quinchiguango

Análisis:

Se puede determinar que en el año 2012 el ingreso obtenido para el sector de la salud aumentado relativamente tomando en cuenta que PIB Salud del 2015 era del 3,38% a comparación el PIB Salud 2016 con 3,44%. Se determinó que el factor analizado es una oportunidad para la creación de la farmacia, debido a que la población tiene gran aceptación con lo relacionado a la Salud.

2.1.1.3. Tasa de Inflación

Inflación es el aumento sostenido y generalizado del nivel de precios de bienes y servicios, medido frente a un poder adquisitivo estable. (Horno, 2008)

Tabla 3

Inflación Porcentajes.

TASA DE INFLACIÓN	
Año	Porcentaje de inflación
2012	4,16%
2013	2,70%
2014	3,76%
2015	3,38%
2016	1,12%

Nota: En la siguiente tabla se detalla los porcentajes de la tasa de inflación de cinco años atrás, datos obtenidos (BCE, 2016), elaborado por Franklin Quinchiguango

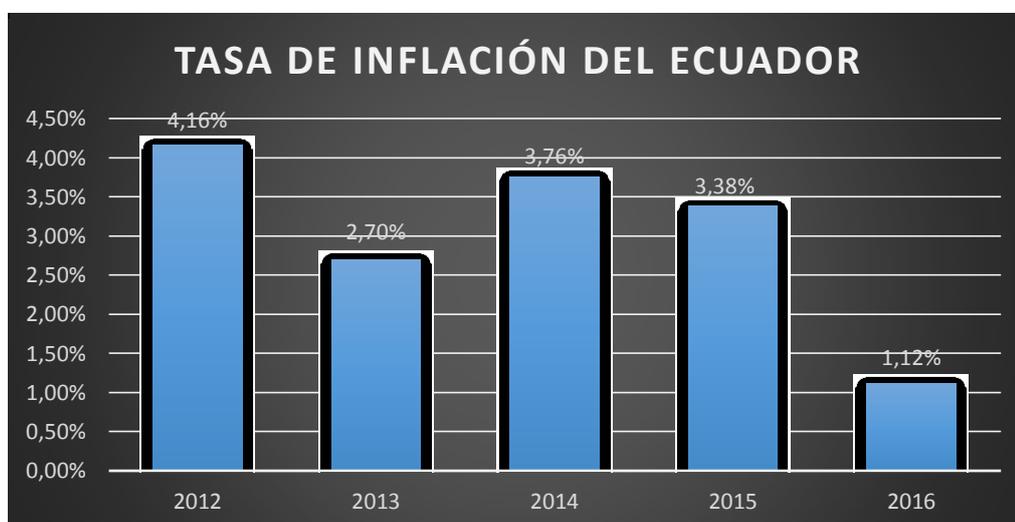


Figura 3: Tasa de Inflación, verificación del incremento o disminución la tasa de Inflación en el Ecuador desde el año 2012 al 2016, datos obtenidos (BCE, 2016), Elaborado por: Franklin Quinchiguango

Análisis:

En el gráfico de la inflación anual desde el año 2012 al 2016 se observa un cambio porcentual anual de los precios al consumidor del año 2015 que la inflación era del 3,38% comparado con los precios al consumidor del año 2016

con 1.12% se puede visualizar un deslizamiento del 2.26%, lo que resulta una oportunidad para la economía del país dándoles una confianza de invertir en negocios y a los consumidores que puedan adquirir productos o servicios a precios convenientes a su economía.

2.1.1.4. Tasa de Interés

Es un porcentaje del monto de dinero, mediante el cual se paga por el uso del dinero adquirido por terceros.

1.2.1.5 Tasa de Interés Activa o de colocación

Es la tasa de interés que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados. Es decir, la que te cobra el banco por el dinero que te presta. (BCE, 2016)

Tabla 4

Tasa Interés Activa

TASA DE INTERÉS ECONÓMICAMENTE ACTIVA	
Años	Porcentaje
2012	8,17%
2013	8,17%
2014	8,19%
2015	9,12%
2016	8,10%

Nota: En la siguiente tabla se detalla los porcentajes de la tasa interés económicamente activa de cinco años atrás, datos obtenidos (BCE, 2016), elaborado por Franklin Quinchiguango

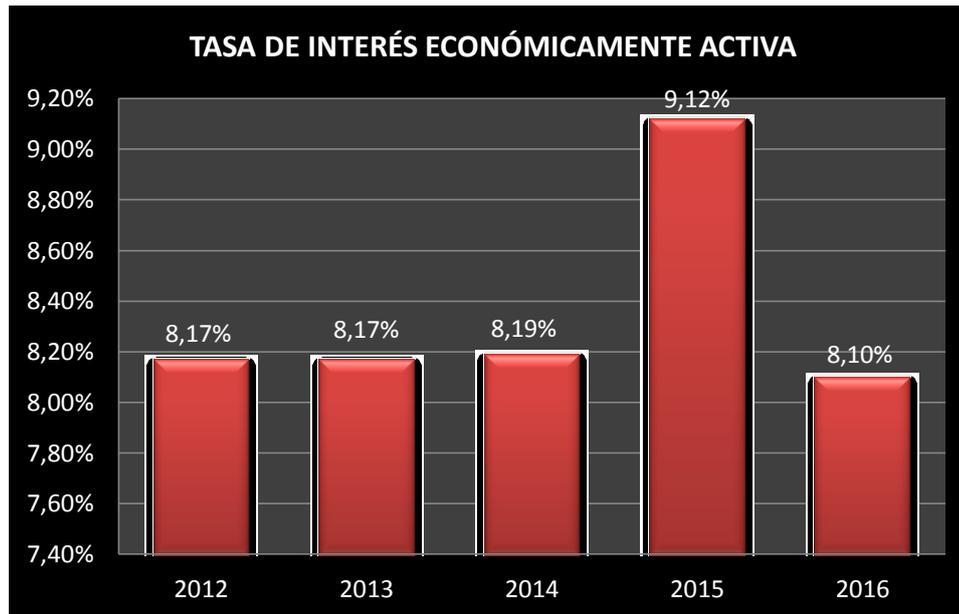


Figura 4: Tasa de Interés económicamente activa verificación de cómo ha incrementado o disminuyendo la tasa de interés económicamente activa en el Ecuador desde el año 2012 al 2016, datos obtenidos (BCE, 2016), Elaborado por: Franklin Quinchiguango

Análisis:

Al comparar todos los datos de la Tasa de Interés Activa se verifica que en el 2012 y 2013 se mantiene en 8.17% en el 2014 obtiene un incremento de 0.2%, para el 2015 incrementa a 0.93%, generando una amenaza, para el 2016 se verifica una reducción de 1,02 % generando una reducción de interés en los bancos y cooperativas al realizar un préstamo determinando una oportunidad para el proyecto.

1.2.1.6 Tasa de interés Pasiva o de captación

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

Tabla 5

Tasa Interés Activa

TASA DE INTERÉS ECONÓMICAMENTE PASIVA	
Años	Porcentaje
2012	3,89%
2013	3,89%
2014	5,18%
2015	5,14%
2016	5,12%

Nota: En la siguiente tabla se detalla los porcentajes de la tasa de interés activa de cinco años atrás, datos obtenidos (BCE, 2016), elaborado por Franklin Quinchiguango

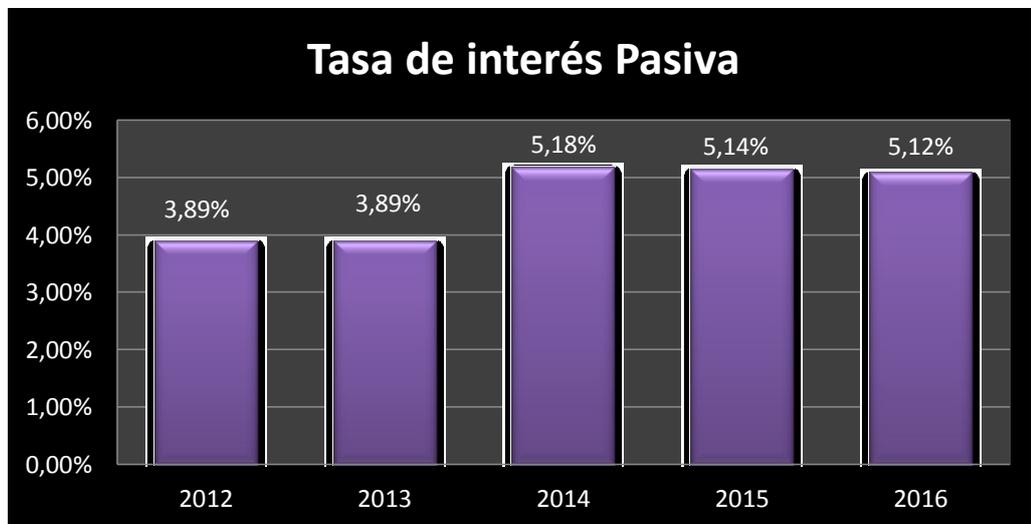


Figura 5: Tasa de Interés Pasiva verificación del incremento o disminución de la tasa de interés pasiva desde el año 2012 al 2016, datos obtenidos (BCE, 2016), Elaborado por: Franklin Quinchiguango

Análisis:

Al comparar los datos se observa que la tasa de interés pasiva en el 2015 estuvo en 5,14% a comparación del 2016 en un 5,12% siendo beneficioso para las entidades financieras, esto a su vez sirve de base para incentivar a los futuros accionistas a invertir su dinero en los bancos y cooperativas. Determinando el

factor analizado como una oportunidad para la farmacia por el motivo que las entidades financieras otorgan un bajo porcentaje de interés para los accionistas al momento de invertir su dinero.

2.1.2. Factor Social

El factor social identifica la situación socioeconómica de la población mediante indicadores que proporcione información acerca de la situación del país. (Jacho, 2016)

2.1.2.1. Tasa de Desempleo:

La tasa de desempleo, mide el nivel de desocupación en relación a la población activa. (Economipedia, 2015)

Tabla 6

Porcentaje Tasa de Desempleo

TASA DE DESEMPLEO	
Años	Porcentaje de desempleo
2012	4,9%
2013	4,6%
2014	5,6%
2015	4.8%
2016	5.26%

Nota: En la siguiente tabla se detalla los porcentajes de la tasa de desempleo de cinco años atrás, datos obtenidos (BCE, 2016), elaborado por Franklin Quinchiguango



Figura 6: Tasa de Desempleo verificación del aumento o disminuyendo la tasa de desempleo en el Ecuador desde el año 2012 al 2016, datos obtenidos (BCE, 2016), Elaborado por: Franklin Quinchiguango

Análisis:

De acuerdo a los datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador el desempleo aumentando determinando que el 2015 la tasa de Desempleo fue de 4,80% en comparación al 2016 en un 5.26% y esto se debe a que no existe la creación de puestos de trabajo o de negocios debido a la crisis del país, generando una amenaza para el proyecto porque estas personas no cuentan con dinero suficiente para adquirir un medicamento por lo cual acudirán a los Centros de Salud Pública.

2.1.2.2. Tasa de Tasa de crecimiento Poblacional:

Es la medida de aumento o disminución de la población en un determinado periodo de tiempo.

Tabla 7

Tasa de crecimiento poblacional

AÑOS	TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL
2012	2,030 %
2013	2,090%
2014	2,13 %
2015	2,212 %
2016	2,292 %

Nota: En la siguiente tabla se detalla los porcentajes del PIB de cinco años atrás, datos obtenidos (BCE, 2016), elaborado por Franklin Quinchiguango

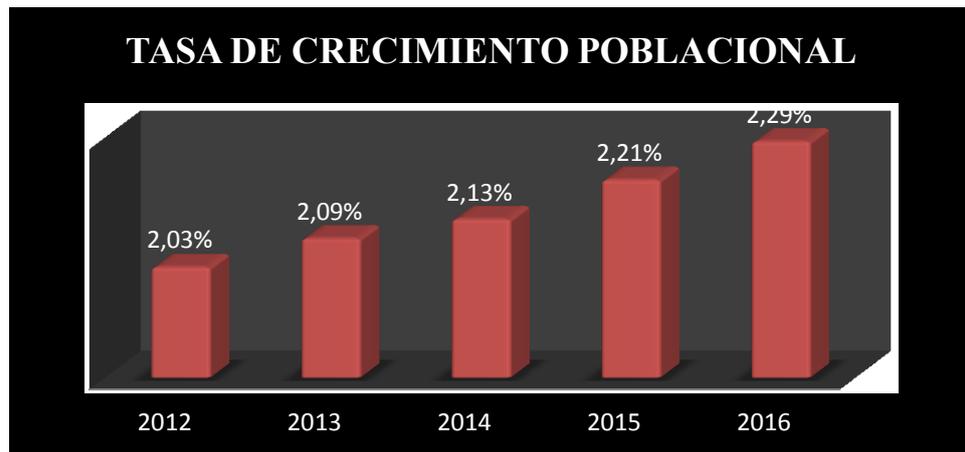


Figura 7: Tasa de Crecimiento Poblacional verificación del aumento o disminución de la tasa de desempleo en el Ecuador desde el año 2012 al 2016, datos obtenidos (BCE, 2016), Elaborado por: Franklin Quinchiguango

Análisis:

Se puede observar en el gráfico que la tasa de crecimiento en el 2015 fue de 2,21% en comparación del 2016 en 2,29%, verificando que la población aumento en 0,08%, determinando una oportunidad para la creación de la farmacia, suponiendo que genere ganancias debido al incremento de la población, generando mayor ingreso para el mismo al momento de dispensar y expender medicamentos a futuros clientes.

2.1.3. Factor Legal

El factor legal es de gran importancia motivo por el cual las leyes y reglamentos a los cuales están regidas las organizaciones, en el caso de las farmacias, los Reglamentos fundamentales según la Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) en su última actualización realizada en el año 2015 son:

- Ley Orgánica de Salud
- Reglamento de Control y Funcionamiento de los establecimientos Farmacéuticos.

2.1.3.1. De las Farmacias

Art. 2.-Las farmacias son establecimientos farmacéuticos autorizados para la dispensación y expendio de medicamentos de uso y consumos humano, especialidades farmacéuticas, productos naturales procesados de uso medicinal, productos biológicos, insumos y dispositivos médicos, cosméticos, productos dentales, así como para la preparación y venta de fórmulas oficinales y magistrales.

- Deben cumplir con las buenas prácticas de farmacias.
- Requieren para su funcionamiento la dirección y responsabilidad de un Profesional Químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico.

Art.3.- Las direcciones provinciales de salud en el primer trimestre de cada año procederán al estudio de la 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.5.- La Dirección Provincial de Salud concederá permiso para la instalación de farmacias privadas cuando se justifique su necesidad, por el incremento de la densidad poblacional en un sector y el número de establecimientos similares que hubiera al momento de la solicitud del permiso.

Art.6- 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.

Art.7.- 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.

2.1.3.2. Instalación y permiso de funcionamiento de farmacias

Art.10-Para la instalación y funcionamiento de una farmacia el interesado iniciará el trámite de obtención y funcionamiento presentado en la respectiva Dirección Provincial de Salud lo siguiente:

- a) Solicitud debidamente suscrita por el dueño del establecimiento donde se redactara lo siguiente:
 - Nombre del propietario o representante legal.
 - Nombre, razón social o denominación del establecimiento.
 - Cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal
 - Ubicación del establecimiento.
 - Nombre del profesional químico farmacéutico o bioquímico

- b) Plano del local, a escala 1:50, Área mínima de 40 metros cuadrados
- c) Record Policial del propietario y Bioquímico
- d) Documentos que acrediten la personería jurídica

Art.11- el área de salud correspondiente emitirá el informe de evaluación documental y verificación de la ubicación del local dentro de un plazo de cuarenta y ocho horas a contarse desde la fecha de recepción de la respectiva

Art.12.- Director o Dirección Provincial de Salud correspondiente realizará una inspección con el propósito de verificar los requerimientos del local, saneamiento ambiental y seguridad.

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

- a) El local estará destinado exclusivamente para la farmacia.
- b) Deberá poseer luz natural y artificial suficiente y una ventilación adecuada.
- c) Los pisos del local deben ser impermeables y lisos, de baldosa, vinyl u otro material que pueda lavarse, paredes de superficie lisa y adecuadamente pintadas o tratadas con material impermeabilizante.
- d) El cielo raso ofrecerá una superficie lisa y limpia.
- e) Deberá poseer una ventanilla para atención nocturna al público cuando deba cumplir con los turnos establecidos.

- f) Instalación y aprovisionamiento de agua potable de acuerdo a las disposiciones sanitarias.
- g) Batería sanitaria y lavabo de manos, convenientemente aislados del área de trabajo y en buen estado de funcionamiento.
- h) Dispositivos adecuados para la eliminación de desechos.
- i) Ventanas protegidas con malla anti-insectos, cuando sea necesario.
- j) Instalación eléctrica indirecta o aislada, de acuerdo a lo establecido convencionalmente.
- k) Extintor de incendios.
- l) Rótulo con el nombre de la farmacia, y otro letrero adicional, luminoso, con la palabra TURNO, ubicado en el exterior del local y en un sitio visible.

Art.1- Las áreas o ambiente físico de las farmacias serán utilizadas para el propósito a que estén destinados y son los siguientes.

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

- a) Perchas o vitrinas apropiadas y en número suficiente, para los medicamentos, rotuladas conforme corresponde a las buenas prácticas de almacenamiento.
- b) Perchas o vitrinas ubicadas en ambientes separados y debidamente rotulados para medicamentos homeopáticos y productos naturales de

uso medicinal.

c) Perchas o vitrinas para exhibición de cosméticos, perfumes, productos higiénicos y de tocador, separadas de las de medicamentos.

2.- Áreas auxiliares integradas por las siguientes secciones:

a) Para recetario (elaboración de formulas magistrales), si cuenta con la autorización correspondiente para este fin, que debe disponer de los materiales que se indican en el anexo respectivo. El área de recetario debe poseer un lavabo instalado en un sitio conveniente y con el suministro necesario de agua para lavado de envases.

b) Bodega para almacenamiento de productos farmacéuticos, envases y demás productos destinados al aprovisionamiento de la farmacia, que debe disponer de perchas y anaqueles para mantenerlos protegidos y clasificados debidamente.

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

a) Fechador y sello con el nombre y dirección de la farmacia.

b) Facturas y/o notas de venta legalmente autorizadas por el Servicio de Rentas Internas, SRI.

c) Listas oficiales de precios a disposición permanente del público.

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

e) Archivo para recetas de estupefacientes y psicotrópicos. (LOS, 2013, págs. 2-4)

2.1.4. Factor Tecnológico

Nivel de avances científicos y tecnológicos avanzados dentro de la sociedad. Rodríguez, (2002)

Las farmacias se mueven en un entorno cada vez más competitivo y tienen que comprender que ante todo son empresas que tienen que dar un valor añadido a sus clientes para diferenciarse de su competencia.

El factor tecnológico es una de las fuentes de innovación más precisas que representan una inversión totalmente necesaria que a su vez puede ayudar a conseguir una mayor rentabilidad, una reducción en costes, una buena gestión e incluso un aumento en las ventas.

En el campo farmacéutico (farmacias) el sistema que utilizan es el SERQ allí:

- Se realizan facturación
- Ingreso de facturas
- Kardex
- Se verifica el stock

2.2. Entorno local o micro entorno

El análisis del micro entorno está dado por tres factores:

- Clientes

- Proveedores
- Competidores

2.2.1. Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter

Es una herramienta de gestión que fue creada por Michael Porter y mide el resultado de la rentabilidad a largo plazo en un mercado, es decir análisis externo del sector al que pertenece.

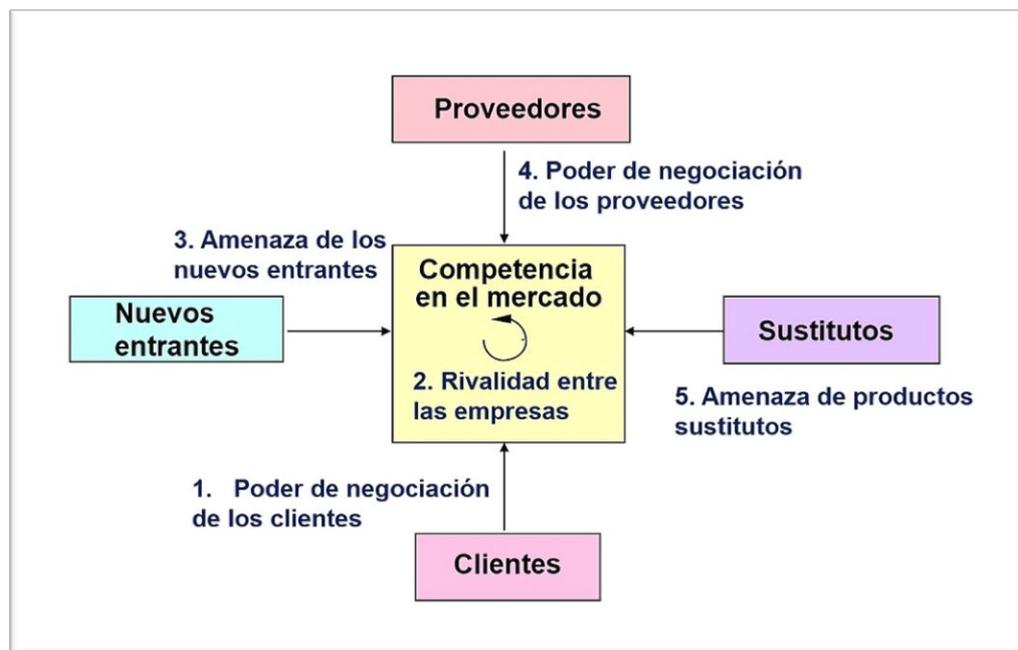


Figura 8: Fuerzas de Michael Porter, descripción del análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter, obtenida de la fuente://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_Porter_de_las_cinco_fuerzas, elaborado por Franklin Quinchiguango

2.2.1.1. Poder de negociación de los Clientes

Cliente es la persona a la cual se va brindar un producto o servicio con el fin de satisfacer sus necesidades

La competencia en el sector farmacéutico (farmacia) está determinada por los clientes es decir son aquellos que tienen el poder de adquisición de los productos por eso hay que tener en cuenta, que la farmacia se encuentre en la mente de los clientes con el fin de satisfacer sus necesidades al momento de adquirir un medicamento.

2.2.1.2. Poder de negociación de Proveedores

Poder de negociación con los que cuenta la empresa, en parte son los que definen el posicionamiento de la empresa en el mercado y son quienes proveen los insumos para la comercialización de los productos farmacéuticos en el área farmacéutica (farmacia).

Tabla 8

Proveedores

Logo	Distribuidora	Dirección
Quifatex		
 QUIFATEX	Somos una multinacional líder en representación, importación, fabricación, distribución, mercadeo y asistencia técnica de productos farmacéuticos y consumo.	Panamericana Norte (Calderón)
Bayer		
 Bayer	Es una empresa de inventores con una larga tradición investigadora, que aplica sus competencias científicas para crear innovaciones que contribuyan a solucionar los grandes retos de nuestra era.	Av.12 de Octubre N24-593, Quito, Pichincha

**Leterago**

La excelencia de los
prestigiosos Laboratorios
Farmacéuticos

Av. Manuel Córdova
Galarza Km. 7 1/2
Frente Colegio Francès
Quito, Pichincha

**Grupo Difare S.A**

Es una industria farmacéutica
ecuatoriana dedicada a la
elaboración de medicamentos
para uso humano.

Av. 6 de Diciembre
N31-110 y Whymper
Edif. Torres Tenerife
Piso 7

**Laboratorios La Santé**

Contamos con una eficiente
organización comercial con
más de 35 representantes de
ventas y promoción médica,
que nos ha permitido alcanzar
el liderazgo en el mercado
ecuatoriano de genéricos.

Av. Fco de Orellana Edif.
World Trade Center,
torre B

**Farmaenlace Quito (Matriz)**

Somos una organización
empresarial dedicada a
comercializar productos que a
nuestros clientes les brinde
bienestar y salud, trabajando
con honestidad y eficiencia,
buscando que la excelencia en
servicio sea nuestro pilar
fundamental de crecimiento,
fomentando desarrollo y
nuevas fuentes de trabajo en el
Ecuador.

AV. Cap. Rafael Ramos
E2-210 y Castelli

Nota: En la presente tabla se describe cuales serán mis proveedores que abastecerán de insumos para la comercialización de los productos farmacéuticos en el área farmacéutica (farmacia), fuente: diferentes proveedores, elaborado por: Franklin Quinchiguango

2.2.1.3. Amenaza de productos sustitutos

Consiste en la entrada de productos alternativos en la industria, en referencia a los productos que se ofrece en el mercado. (Jacho, 2016)

Determinando dentro del sector farmacéutico (farmacias) una competencia indirecta a los centros naturistas, por el cual en el sector donde se va a implementar la farmacia no se ha verificado cualquier centro naturista o botiquín, considerando una oportunidad para la misma.

2.2.1.4. Rivalidad entre los competidores

Define la rivalidad entre competidores a la relación que existen con empresas que ofrecen un mismo producto en el mercado, tomando en cuenta los errores de su competencia con el fin de plantear estrategias y así lograr ser mejores que sus rivales. (Jacho, 2016)

Al ser un nuevo establecimiento farmacéutico (farmacia) en el sector se convierte en una competencia directa por el motivo que en el sector cuenta con dos farmacias independientes siendo una amenaza para la farmacia.

Dentro de los competidores directos tenemos:

- 1) Farmacias Fanny.- Es la primera farmacia ubicada en el sector a la Vía Panamericana Y de Cuzubamba. Determinando una amenaza directa para la creación de la farmacia contando con personal capacitado.



Figura 9: Farmacia Comunitaria, en la figura se identifica a la farmacia comunitaria como el primer el competidor directo para la farmacia, fuente investigación propia, elaborado por Franklin Quinchiguango

2) Farmacia San Juan.- Es la segunda farmacia ubicada en el sector a 40 metros de la farmacia comunitaria. Determinando una amenaza directa debido a que cuenta con un personal capacitado y por contar con una alta gama de medicamentos en su farmacia.



Figura 10: Farmacia San Juan en la figura se identifica a la farmacia San Juan como el segundo competidor directo para la farmacia, fuente investigación propia, elaborado por Franklin Quinchiguango

2.2.1.5. Amenaza de entrada de nuevos competidores

Son establecimientos nuevos que aparecen en el sector laboral concluyendo una amenaza directa a los establecimientos ya establecidos.

En un futuro se puede presentar el ingreso de nuevos competidores principalmente de las organizaciones farmacéuticas de cadena por el motivo que en el sector no cuenta con este tipo de farmacias.

2.3. Análisis Interno

2.3.1. Propuesta estratégica

2.3.1.1. Misión

Somos un establecimiento farmacéutico (farmacia) dedicada a contribuir con el bienestar de los ciudadanos, satisfaciendo las necesidades y ofreciendo productos de calidad y a precios bajos para el cuidado de la salud de los clientes, trabajando con honestidad y eficiencia lograremos un negocio sustentable, respetuoso con la comunidad

2.3.1.2. Visión

Ser reconocida como una empresa líder del sector de Cuzubamba en los próximos dos años, con la comercialización de productos farmacéuticos y servicios para la salud y bienestar de los moradores, con una cultura diferenciadora en atención al cliente.

2.3.1.3. Objetivos

2.3.1.3.1. Objetivo General

Implementar un servicio farmacéutico de eficiencia, calidad y rapidez al momento de dispensar y expender medicamentos a los moradores de la Parroquia de Cuzubamba.

2.3.1.3.2. Objetivo Especifico

- a) Asegurar una dispensación y expendio con información personalizada al cliente sobre cualquier tipo de medicamento y producto sanitario
- b) Desarrollar estrategias para la farmacia con el fin de lograr fidelizar clientes.
- c) Establecer un diálogo constante con el personal de la farmacia para detectar las necesidades de los clientes y así poder satisfacer sus necesidades.

2.3.1.4. Principio y Valores

2.3.1.4.1. Valores

- a) **Trabajo en equipo:** Trabajar con rigor, responsabilidad y agilidad para brindar resultados excepcionales
- b) **Calidad:** Satisfacer las expectativas del cliente al momento de dispensar un medicamento.
- c) **Eficacia:** Garantizar el mejor resultado para el beneficio del cliente
- d) **Honestidad:** Transmitir honestidad a nuestros clientes, construyendo un compromiso de confianza.
- e) **Servicio al cliente:** Establecer los principios de actuación para la prestación de servicios de calidad, con oportunidad y a precios competitivos, orientados a satisfacer los clientes

2.3.1.4.2. Políticas:

Se esfuerza diariamente para vivir en armonía con las necesidades de la sociedad actual.

- a) Esta sociedad cumple con las leyes y reglamentos establecidos.
- b) Valora a sus clientes.
- c) Se gestiona de una manera coherente y proactiva.
- d) Valora la cultura corporativa, animando a cada individuo a realizarse al máximo nivel (una empresa feliz).

2.3.2. Gestión administrativa. Es aquella que determina como deberá estar estructurada la farmacia.

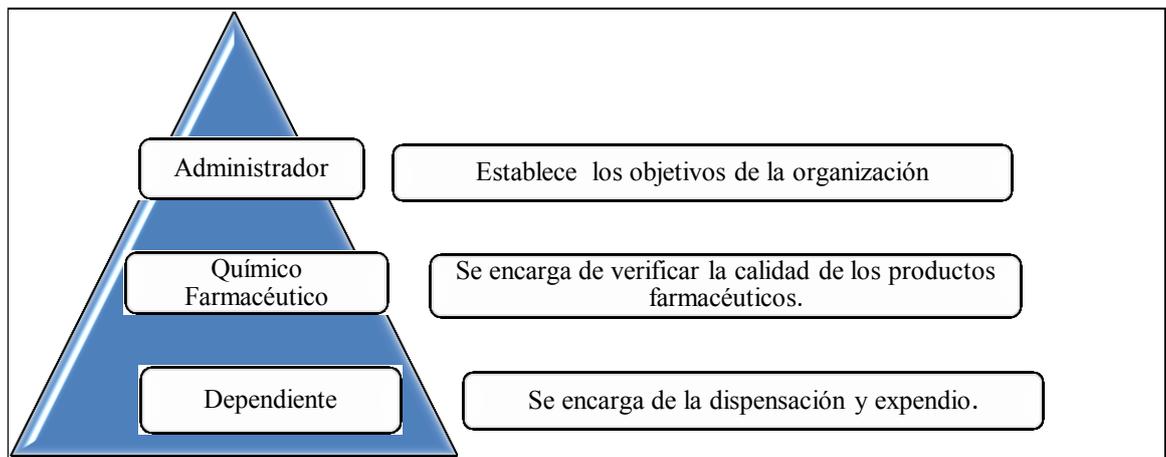


Figura 11: Organigrama Administrativo se detalla cómo va estar compuesta la farmacia y las funciones que deben desarrollar cada uno de ellos, fuente investigación propia, elaborado por Franklin Quinchiguango

2.3.2.1. Funciones del Administrador

- a) Realizar los pedidos especialmente de los de mayor rotación para que exista un stock suficiente.

- b) Cuadros de caja.
- c) Realizar pagos al personal.
- d) Delegar funciones al personal.
- e) Controlar que el funcionamiento de la farmacia este todo en orden.
- f) Depósitos
- g) Planes comerciales
- h) Inventarios /cuadros
- i) Revisión de correos
- j) Hacer cumplir el reglamento interno

2.3.2.2. Funciones del Químico Farmacéutico o Bioquímico

Farmacéutico de la farmacia

- a) Control permanente de recetas despatchadas al final de cada año.
- b) Controlar que en la farmacia se cumpla con las buenas prácticas de dispensación y expendio para su normal funcionamiento y se mantenga el stock permanente de medicamentos
- c) Responsabilizarse del control permanente de recetas despatchadas y al final de cada año, solicitar a la respectiva Dirección Provincial de Salud el permiso para proceder a su destrucción

- d) Verificar que todos los productos farmacéuticos cumplan con todos los requisitos de expendio.
- e) Realizar el informe de los medicamentos psicotrópicos y estupefacientes al ente de control correspondiente.

2.3.2.3. Funciones del Dependiente o Auxiliar

- a) Recibir y verificar los productos farmacéuticos
- b) Vigilar el periodo de vigencia de los medicamentos próximos a vencer y reportándolos oportunamente al jefe inmediato, con una anticipación mínima de tres (3) meses antes de su vencimiento.
- c) Perchar los medicamentos según el orden establecido
- d) Limpiar perchas, vitrinas, vidrios
- e) Llevar el kárdex diariamente registrando medicamentos en general.
- f) Expendio de los medicamentos correctamente
- g) Brindar una atención de calidad al cliente con un protocolo farmacéutico

2.3.3. Cierre de caja.

2.3.4. Gestión Operativa.

Es la manera que la empresa realiza para poder optimizar los recursos reducir tiempos muertos al momento de entregar un producto al cliente

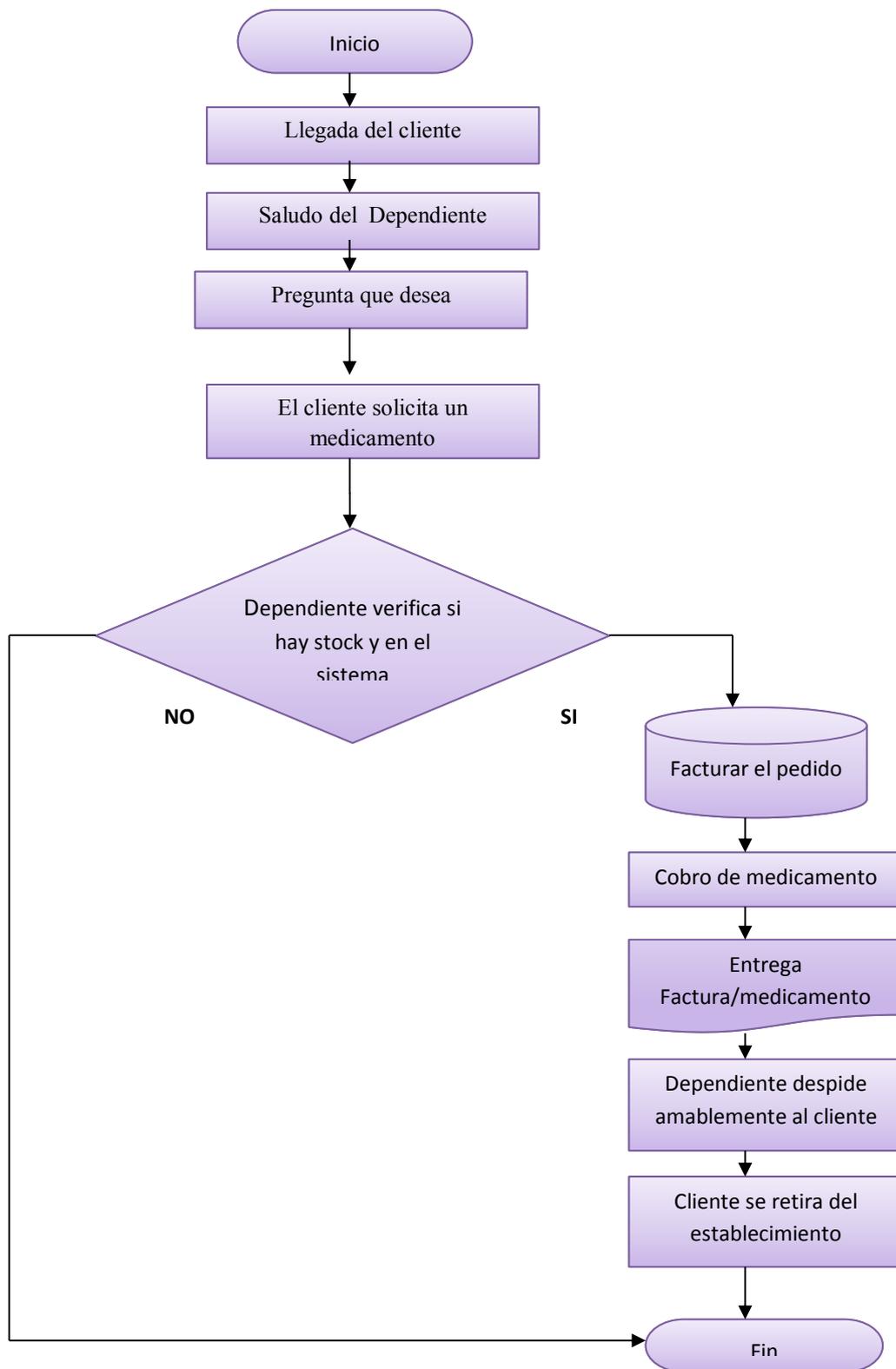


Figura 12: Gestión Operativa se detalla un flujo grama donde se verifica un proceso de atención al cliente como va ser desarrollado en la farmacia, elaborado por Franklin Quinchiguango, fuente investigación propia

2.3.5. Gestión Comercial

La gestión comercial es la que lleva a cabo la relación de intercambio de la empresa con el mercado.

2.3.5.1. Nombre de la empresa

FRANK PHRAMACY

2.3.5.2. Logotipo

Es un signo gráfico que identifica a una persona, producto o empresa dentro de la organización.

Es un logotipo llamativo y lleno de color; los colores que lo conforman rojo y azul, estos llaman la atención al cliente lo que es conveniente para generar un nivel de publicidad visual fuerte.



FRANK PHARMACY
SIEMPRE AL CUIDADO DE TU SALUD

Figura 13: Logotipo descripción de cómo va estar representada la farmacia, elaborado por Franklin Quinchiguango, fuente investigación propia

2.3.5.3. Iso tipo



Figura 14: Iso tipo descripción de cómo va estar representada la farmacia, elaborado por Franklin Quinchiguango, fuente investigación propia

2.3.5.4. Slogan

Un eslogan debe de ser corto y preciso, este identifica la marca de un negocio dentro de la mente del consumidor .



Figura 15: Slogan descripción de cómo va estar representada la farmacia, elaborado por Franklin Quinchiguango, fuente investigación propia

2.3.5.5. Colorimetría

Tabla 9

Colorimetría

Nombre	Color	Significado
ROJO		Simboliza la pasión y la lucha por conseguir las metas y alcanzarlos.
AZUL		Representa Lealtad, Poder, Éxito, Seguridad y Confianza

Nota: En la siguiente tabla se describe los colores que fueron tomados para el nombre de la farmacia, elaborado por Franklin Quinchiguango mediante una fuente Euroresidentes

2.3.5.6. *Marketing Mix: La 4 PS del Marketing*

Define como uno de elementos clásicos del marketing, es un término creado por McCarthy en 1960, el cual se utiliza para englobar a sus cuatro componentes básicos: producto, precio, distribución y comunicación. (Espinosa, 2014)



Figura 16: Marketing Mix descripción de las 4 Ps las cuales serán aplicadas en el proyecto, elaborado por Franklin Quinchiguango fuente investigación Propia

✓ Producto

Farmacia "FRANK PHARMACY" ofrecerá medicamentos e insumos tanto genéricos como de marca con el fin de satisfacer sus necesidades de acuerdo a los requisitos del cliente.

- Medicamentos de mayor Rotación

Tabla 10

Medicamentos de mayor Rotación

Antibióticos	AINES	Vitaminas
Hormonas Sexuales	Cardiovasculares	Hipoglucemiantes Antigripales
Antihistamínicos	Mucolíticos o Antitusígenos	Antiparasitarios
Antimicóticos	Dermatológicos	Oftalmológicos
Diuréticos	Inductores del Sueño	Hipolipemiantes

Nota: En la siguiente tabal se detalla los medicamentos de mayor rotación según sus patologías, sistemas y grupos farmacológicos, datos obtenidos mediante la fuentes farmacia Cruz Azul y elaborado por Franklin Quinchiguango

- Productos de aseo personal y Cosméticos

✓ **Precio**

Los precio de expendio de todos los productos farmacéuticos se realizada apegados a lo que dicta el Consejo Nacional de Salud que se encuentra en el listado de precio unitario y por caja.

El resto de productos se lo venderá a precio de mercado

✓ **Plaza o Distribución**

“Son los canales a través de los cuales pone su producto o servicio a disposición de los clientes”. (Gómez, 2017)

✓ **Promoción / Publicidad**

Define a las estrategias que la empresa tiene que realizar para que el público quiera consumir y comprar los productos que se ofrezcan. (Acuña, 2013)

La farmacia "FRANK PHARMACY'S" Realizar una publicidad llamativa utilizando materiales POP.

Por ejemplo: Volantes, Accesorios y Llaveros.

Realizando promociones de acuerdo a los benéficos ofrecidos por cada una de las casas comerciales.

2.3.5.6.1. Publicidad



Figura 17: volantes que serán repartidos al momento de la inauguración de la farmacia, fuente realizada de una investigación propia, elaborado por Franklin Quinchiguango

2.3.5.6.2. Promoción

En el día del niño por la compra de \$25 en productos para bebé, se obsequiará un Toma todo



Figura 18: Promoción 1, se verifica el Toma todo que será entregado a los clientes en la promoción que se ofrecerá por el día del niño por la compra de \$25, elaborado por Franklin Quinchiguango, investigación propia

Una promoción que se implementará por el día de la madre es dar un descuento del 30% en toda compra y adicional se obsequiará llavero a cada madre.



Figura 19: Promoción 2 (llavero) que será entregado a los clientes en la promoción que se ofrecerá por el día de la madre, elaborado por Franklin Quinchiguango, investigación propia

2.4. Análisis Foda

Consiste en plasmar la situación tanto interna como externa de una organización, es decir redactar o plasmar los puntos negativos y positivos de la misma.

Interna:

- a) Fortalezas: Parte positiva que ayudará a cumplir los objetivos del proyecto
- b) Debilidades: Se refiere a los aspectos internos que afectan el desempeño del proyecto.

Externa:

- a) Oportunidades: Características externas al negocio que puedan ser utilizadas para garantizar el crecimiento de su empresa.
- b) Amenazas: Áreas donde la empresa encuentra dificultad para alcanzar altos niveles de desempeño.

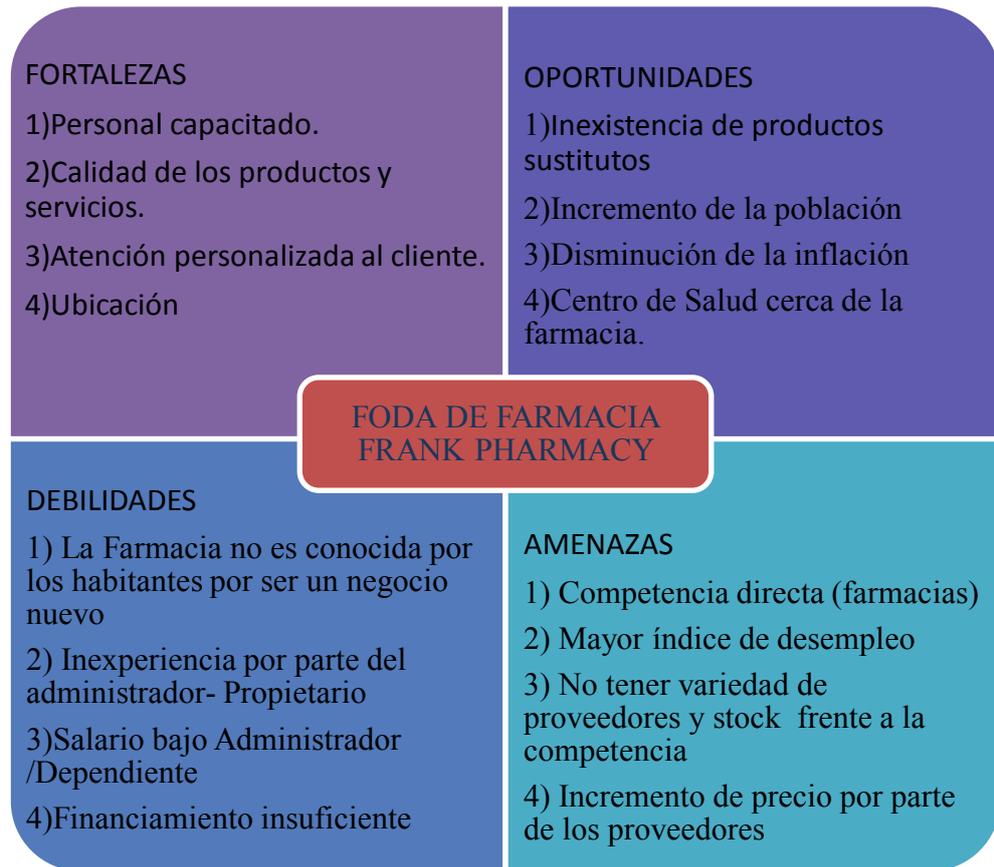


Figura 20: Análisis Foda se describe el análisis interno y externo que afectara o ayudará a la farmacia, cuyos datos fueron realizados por investigación propia fue elaborado por Franklin Quinchiguango

2.4.1. Matriz Mefi

Dicha matriz es utilizada para medir el impacto que tiene el factor interno de la organización, el cual se lo valora de siguiente manera.

- a) Se pondrá un peso desde (0,0) nada importante hasta (1,0) muy importante, siempre dando un total de (1) equivalente al 100%.
- b) Se dará una calificación en orden de importancia donde (1) poco importante y (4) muy importante.

- c) Se procederá a multiplicar el peso por la calificación dando así una calificación ponderada.
- d) La suma total de la calificación ponderada mostrara la situación interna
- e) en la que se encuentra la organización.

Tabla 11

Matriz Mefi

FORTALEZAS	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
Personal capacitado	0.20	4	0.80
Calidad de los productos y servicios	0.10	4	0.40
Atención personalizada al cliente.	0.10	4	0.40
Ubicación	0.15	4	0.60
SUBTOTAL	0.55		2.20
DEBILIDADES			
La Farmacia no es conocida por los habitantes por ser un negocio nuevo	0.15	4	0.60
Inexperiencia por parte del administrador- Propietario	0.05	2	0.1
Salario bajo Administrador /Dependiente	0.10	3	0.30
Financiamiento insuficiente	0.15	3	0.45

SUBTOTAL	0.45	1.45
TOTAL	1	3.65

Nota: En la siguiente tabla se describe la Matriz Mefi dicha matriz nos sirve para determinar los factores internos de la organización cuyos datos fueron obtenidos mediante una investigación propia y fue elaborado por Franklin Quinchiguango

Análisis

La ponderación total da un resultado de 3.65, determinando la fortaleza con un valor de 3.90 y las debilidades un 1.66. En conclusión en el proyecto las fortalezas superan a las debilidades.

2.4.2. Matriz Mefe

Matriz donde se analizan el factor externo es decir las oportunidades y amenazas del proyecto.

Tabla 12

Matriz Mefe

OPORTUNIDADES	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADA
Inasistencia de productos sustitutos	0.15	4	0.60
Incremento de la población	0.10	3	0.30
Disminución de la inflación	0.15	4	0.45
Centro de salud cerca de la farmacia.	0.15	4	0.60
SUBTOTAL	0.55		1.95
AMENEZAS			
Competencia directa (farmacias)	0.15	4	0.45

Mayor índice de desempleo	0.10	4	0.40
No tener variedad de proveedores y stock frente a la competencia	0.10	4	0.40
Incremento de precio por parte de los proveedores	0.10	4	0.40
SUBTOTAL	0.45		1.65
TOTAL	1		3.60

Nota: en la siguiente tabla se describe la Matriz Mefe dicha matriz nos sirve para determinar los factores externos de la organización cuyos datos fueron obtenidos mediante una investigación propia y fue elaborado por Franklin Quinchiguango

Análisis

El resultado de esta Matriz MEFE es de 3.6 donde el valor ponderado de las oportunidades es de 1.95 y de las amenazas 1.65. Determinando para el proyecto muy beneficioso por el motivo que las oportunidades son mayores que las debilidades y se deberá crear estrategias para ir disminuyendo poco a poco las amenazas.

2.4.3. Matriz Mafe

Consiste en mezclar tanto factores internos como externos con el fin de desarrollar estrategias para el buen funcionamiento de la organización.

- 1) Mejorar las fortalezas aprovechando las oportunidades teniendo presente las amenazas (mezcla de F-O)
- 2) Neutralizar las debilidades aprovechando las oportunidades teniendo presente las amenazas (mezcla de D-O)
- 3) Con la utilización de las fortalezas reducir el impacto de las amenazas teniendo en cuenta las oportunidades (mezcla de F-A)

- 4) Neutralizar las debilidades para que el impacto de las amenazas sea el mínimo , teniendo en cuenta las oportunidades (mezcla de D-A)

Tabla 13

Matriz Mafe

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
MATRIZ MAFE	F1) Personal capacitado. F2) Calidad de los productos y servicios. F3) Atención personalizada al cliente. F4) Ubicación	D1) La Farmacia no es conocida por los habitantes por ser un negocio nuevo D2) Inexperiencia por parte del administrador D3) Salario bajo Administrador /Dependiente D4) Financiamiento insuficiente.
OPORTUNIDADES	FO	DO
O1) Inexistencia de productos sustitutos. O2) Incremento de la población O3) Disminución de la inflación O4) Centro de Salud cerca de la farmacia.	1) Brindar una atención personalizada al cliente utilizando el protocolo farmacéutico al momento que acudan los moradores del Centro de Salud a la farmacia para así fidelizarlos .(F1-O4) 2) Capacitar al personal de la farmacia al momento de la dispensación y expendio de medicamentos a los moradores debido al incremento de la población por lo cual no tienen conocimientos necesarios al momento de suministrar dicho medicamento (F1-02)	1) Realizar un plan de marketing al momento de inaugurar la farmacia con el objetivo de dar a conocer a la población sobre la existencia de la misma.(D1-04)

AMENAZAS	FA	DA
<p>1 Competencia directa (farmacias)</p> <p>2) Mayor índice de desempleo</p> <p>3) No tener variedad de proveedores y stock frente a la competencia</p> <p>4) Incremento de precio por parte de los proveedores</p>	<p>1) Realizar un convenio con los proveedores para que no se dé el aumento de precio al momento de adquirir medicamentos para la farmacia por ser nueva en el mercado con el objetivo de tener una variedad de stock y así satisfacer sus necesidades y al mismo tiempo brindándoles una atención personalizado a los moradores cuando acudan a la farmacia a comprar un medicamento.(F3, A3)</p> <p>2) Ofrecer una variedad de stock en medicamentos a los moradores con el fin de fidelizarlos debido a que en el sector se encuentran farmacias la cual es una amenaza directa. (F2-A1)</p>	<p>1) Realizar un préstamo debido al financiamiento insuficiente de la farmacia por ser nueva en el mercado y por no contar con una variedad de stock en los primeros meses de apertura de la farmacia con el objetivo de ser competitivo en el sector y poder fidelizar los clientes.(D4-A3)</p>

Nota: En la siguiente tabla se describe la Matriz Mafe dicha matriz determina tanto los factores internos como externos de la organización cuyos datos fueron obtenidos mediante una investigación propia y fue elaborado por Franklin Quinchiguango

Las mejores estrategias que podemos aplicar son:

- 1) Brindar una atención personalizada al cliente utilizando el protocolo farmacéutico al momento que acudan los moradores del centro de salud a la farmacia para así fidelizarlos. (F1-O4)
- 2) Capacitar al personal al momento de la dispensación y expendio de medicamentos a los moradores debido al incremento de la población por lo cual no tienen conocimientos necesarios al momento de suministrar dicho medicamento (F1-02)

- 3) Realizar un plan de marketing al momento de inaugurar mi negocio con el objetivo de dar a conocer a la población sobre la existencia de la farmacia. (D1-04)
- 4) Realizar un convenio con los proveedores para que no se dé el aumento de precio al momento de adquirir medicamentos para la farmacia por ser nueva en el mercado con el objetivo de tener una variedad de stock y así satisfacer sus necesidades y al mismo tiempo brindándoles una atención personalizada a los moradores cuando acudan a la farmacia a comprar un medicamento. (F3, A3)
- 5) Ofrecer una variedad de stock en medicamentos a los moradores con el fin de fidelizarlos debido a que en el sector se encuentran farmacias la cual es una amenaza directa.(F2-A1)
- 6) Realizar un préstamo debido al financiamiento insuficiente de la farmacia por ser nueva en el mercado y por no contar con una variedad de stock en los primeros meses de apertura de la farmacia con el objetivo de ser competitivo en el sector y poder fidelizar clientes.
(D4-A3)

Capítulo III

Estudio de mercado

3.1. Análisis del Consumidor

Consiste en el análisis de las necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamientos de compra y demás características de los consumidores que conforman el mercado objetivo. ((negocios, 2013)

Tabla 14

Análisis del consumidor

Análisis del Consumidor	
Número de hogares Inec	4
Total de Hogares	(1187 Hogares)
Nivel Socio Económico	Medio

Nota: La siguiente tabla detalla el análisis del consumidor según los moradores en la parroquia de Cuzubamba cuyos datos fueron obtenidos una fuente (Paesyancía.Ltda, 2015) y fue elaborado por Franklin Quinchiguango

3.1.1. Determinación de la Población y Muestra.

3.1.1.1. Población

Es la colección de datos que corresponde a las características de la totalidad de individuos, objetos, cosas o valores en un proceso de investigación. (Rosales G, 2011)

En el sector de Santa Rosa de Cuzubamba se determinó una población de 4.749 habitantes.

Según el IN EC para determinar la población en números de hogares se toma en cuenta el 3.78% es igual a 4 personas por hogar determinando un total de 1.187 hogares.

Tabla 15
Población

Total de población	4.749 habitantes
Número de hogares Inec	4
Total de Hogares	1.187 Hogares

Nota: En la presente tabla se detalla en total de habitantes que existe en la parroquia de Cuzubamba cuyos datos fueron obtenidos de (Paesyancía.Ltda, 2015) y fue elaborado por: Franklin Quinchiguango

3.1.1.2. Muestra

Define como una parte representativa de la población que es seleccionada para ser estudiada. (Rosales G, 2011)

3.1.1.3. Muestreo

Define conjunto o grupo de individuos dentro de los cuales se escoge la muestra estadística. (Equipo de redacción, 2016)

3.1.1.3.1. Técnicas de Muestreo

3.1.1.3.1.1. Muestreo Probabilístico o Aleatorio

Son procesos para la selección de individuos en los cuales cada integrante tiene la probabilidad de ser escogido. (Equipo de redacción, 2016)

Dentro de su clasificación tenemos al muestreo aleatorio simple

Existen 2 tipos de formulas:

Para una población infinita, mayor a 30000 elementos

Para una población finita menor a 30000 elementos.

3.1.1.3.1.2. Muestreo no probabilísticos o Deliberado

Define a la selección de la muestra de manera deliberada ya que los individuos tienen todas características básicas en la investigación, por lo que los resultados no son fáciles de generalizar. (Equipo de redacción, 2016)

Para realizar el muestreo de este sector se aplicó la fórmula de población finita (< 30000 habitantes)

Fórmula Finita:

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

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N=Total de la población

Z o K= nivel de confianza va desde el 1% al 99%

p= Probabilidad de éxito

q=Probabilidad de fracaso

e=Nivel de error (va desde el 2% hasta el 9%)

Tabla 16

Muestra

Datos:	Variables
n (muestra)	?
N (población número de hogares)	1.187
k (nivel de confianza)	1,96 (95%)
e (margen de error)	0,06
p (probabilidad de éxito)	0,50
q (probabilidad de fracaso)	0,50

Nota: En la siguiente tabla se describe los datos que se van a utilizar para calcular la muestra de dicha población cuyos datos fueron obtenidos de una investigación propia y fue elaborado por Franklin Quinchiguango

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

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5) * (0,5) * 1187}{(0,06)^2 * (1187 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{3.8416 * (0.5) * (0.5) * 1187}{(0.0036) * (1187 - 1) + 3.8416 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = \frac{1139,9948}{5,23}$$

$$n = 217,9722371$$

$$n = 218 \text{ encuestas}$$

Análisis:

Para determinar el número de encuestas se aplicó la fórmula de la población finita considerando que el total de población en el sector de Cuzubamba por hogares fue de 1187 utilizando un margen de error del 6% y un nivel de confianza de 96% equivalente a 1.96% dando un total de 218 encuestas.

3.1.2. Técnicas de Obtención de Información

Define como herramientas para uso investigativo que da una gran información acerca de comportamientos, posturas, o pensamientos acerca de algo. (Vásquez, 2014)

3.1.3. Análisis de la Información

Para realizar de la obtención de la información se utilizó el método de la encuesta para determinar la factibilidad de la creación de la farmacia en dicho sector.

3.1.3.1. Análisis y Tabulación de la Encuesta

1. Esta usted satisfecho con el servicio que ofrecen las farmacias en el sector

Tabla 17

Pregunta 1

Ítems	Respuestas	Porcentaje
SI	61	28%
NO	157	72%
Total	218	100%

Nota: En la siguiente tabla se verifica los resultados de la pregunta 1 cuyos datos fueron obtenidos de la encuesta realizada a los moradores y elaborado por Franklin Quinchiguango

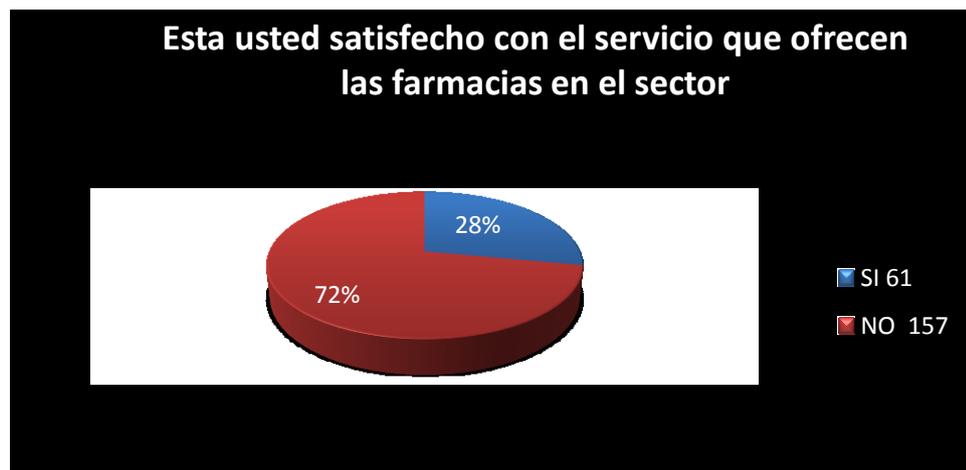


Figura 21: Pregunta 1 detalla los porcentajes luego de haber tabulado cuyos datos fueron obtenidos de la encuesta realizada a los moradores, elaborado por Franklin Quinchiguango

Análisis:

Al determinar la valoración de la encuesta realizada del 100% el 72% de las personas afirman que no están satisfechos lo que genera una oportunidad de mercado a donde va a enfocarse mi negocio.

2. De los parámetros citados a continuación cuales son los que usted cree importantes para un servicio de calidad.

Tabla 18

Pregunta 2

Ítems	Respuestas	Porcentaje
Precios y promociones	40	18%
Variedad de stock	31	14%
Tiempo de espera	22	10%
Atención al cliente	87	40%
Ubicación	23	10%
Otros	15	7%
Total	218	100%

Nota: En la siguiente tabla se verifica los resultados de la pregunta 2 cuyos datos fueron obtenidos de la encuesta realizada a los moradores y elaborado por Franklin Quinchiguango

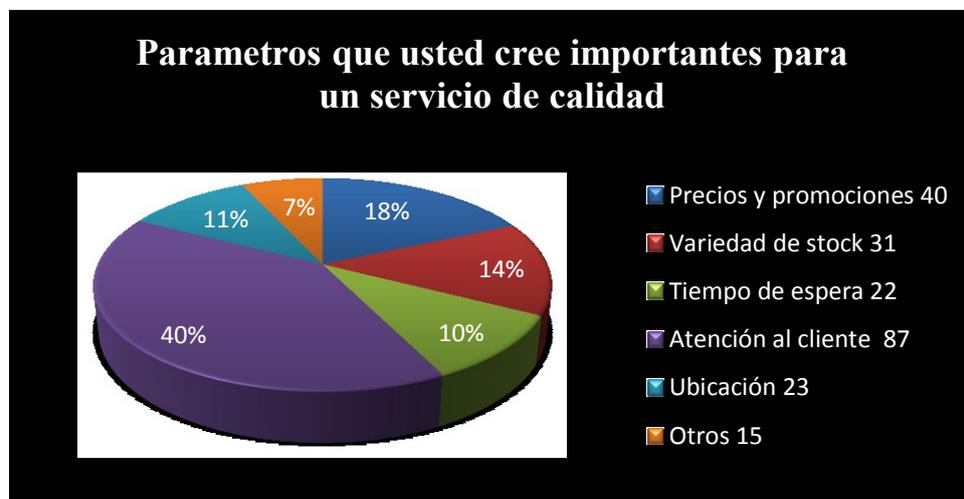


Figura 22: Pregunta 2 se detalla los porcentajes luego de haber tabulado cuyos datos fueron obtenidos de la encuesta realizada a los moradores, elaborado por Franklin Quinchiguango

Análisis:

Dentro de los parámetros para la obtención de un servicio de calidad se determinó que el 89% prefieren al momento de acudir a la farmacia recibir una atención por parte de los dependientes de la misma por ende la farmacia deberá enfocarse en brindar un servicio y un atención de calidad.

3. Al momento de la dispensación el personal de la farmacia indica cómo se debe realizar el correcto uso de los medicamentos.

Tabla 19

Pregunta 3

Ítems	Respuestas	Porcentaje
Siempre	90	41%
A veces	128	59%
Nunca	0	0%
Total	218	100%

Nota: En la siguiente tabla se verifica los resultados de la pregunta 3 cuyos datos fueron obtenidos de la encuesta realizada a los moradores y elaborado por Franklin Quinchiguango

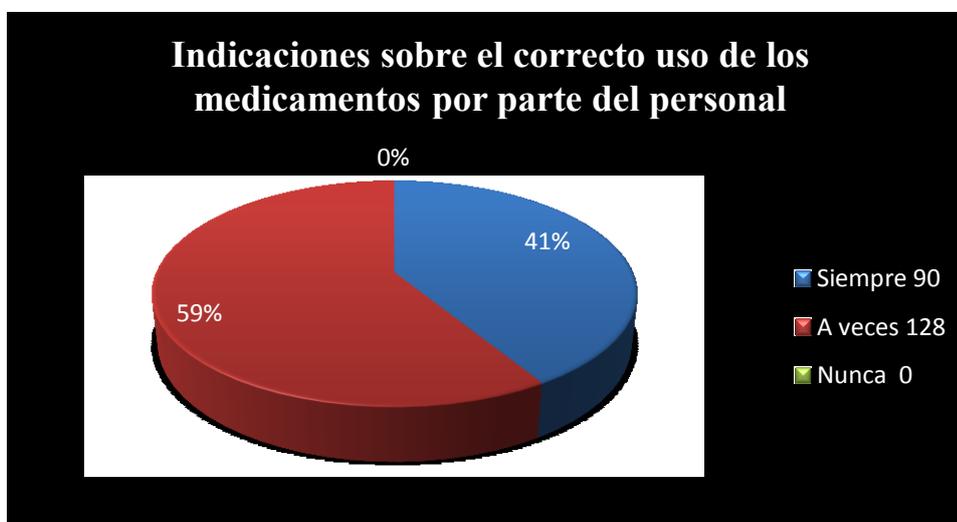


Figura 23: Pregunta 3 se detalla los porcentajes luego de haber tabulado cuyos datos fueron obtenidos de la encuesta realizada a los moradores, elaborado por Franklin Quinchiguango

Análisis

Se determina que de las 218 encuestas realizadas el 59% respondieron que a veces reciben indicaciones por parte del dependiente como debe realizar el correcto uso de los medicamentos y un 41 % respondieron que siempre les informan de cómo deben suministrar el medicamento.

4. Que otros servicios complementarios le gustaría recibir de una farmacia

Tabla 20:

Pregunta 4

Ítems	Respuestas	Porcentaje
Jornadas médicas	81	37%
Entrega a domicilio	94	43%
Información mediante correo electrónico	23	11%
Otros	20	9%
Total	218	100%

Nota: En la siguiente tabla se verifica los resultados de la pregunta 4 cuyos datos fueron obtenidos de la encuesta realizada a los moradores y elaborado por Franklin Quinchiguango



Figura 24: Pregunta 4 se detalla los porcentajes luego de haber tabulado cuyos datos fueron obtenidos de la encuesta realizada a los moradores, elaborado por Franklin Quinchiguango

Análisis:

Según los datos obtenidos de las personas encuestadas el 44 % afirman que les gustaría recibir un servicio de entrega a domicilio, por ende para poder promocionar este servicio se deberá conocer si la farmacia cuenta con el capital suficiente para implementar este servicio.

5. Al mes en promedio cuanto es el consumo de los hogares en artículos para el cuidado de la salud.

Tabla 21

Pregunta 5

Ítems	Respuestas	Porcentaje
\$0-\$5	15	7%
\$6- \$15	20	9%
\$16 -\$30	87	40%
\$31 -\$45	65	30%
\$46 -\$60	21	10%
\$60 en adelante	10	4%
Total	218	100%

Nota: En la siguiente tabla se verifica los resultados de la pregunta 5 cuyos datos fueron obtenidos de la encuesta realizada a los moradores y elaborado por Franklin Quinchiguango

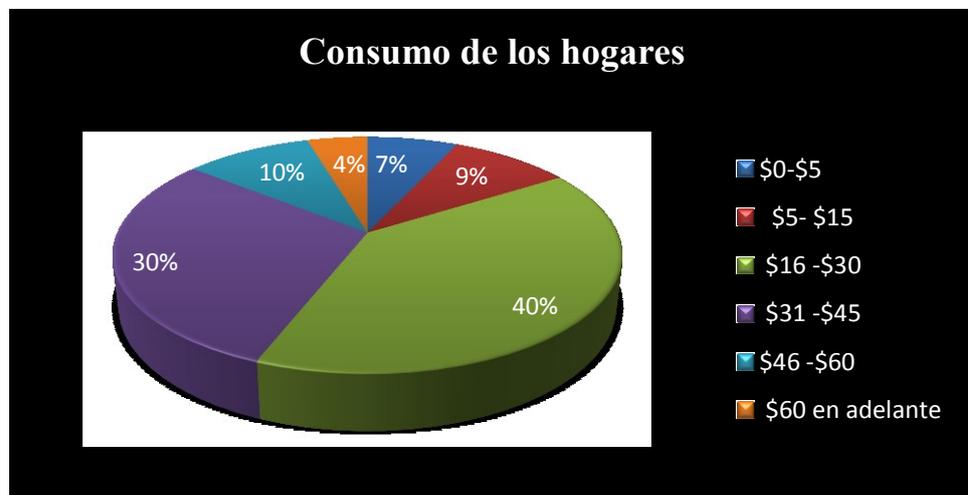


Figura 25: Pregunta 5 se detalla los porcentajes luego de haber tabulado cuyos datos fueron obtenidos de la encuesta realizada a los moradores, elaborado por Franklin Quinchiguango

Análisis:

Al determinar los resultados de las encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia de Cuzubamba se verificó que el nivel de consumo por hogares mensual es de \$16-\$30 dando un 40 % del total de la población, con respecto al 30% que gastan al mes de \$31-\$45.

6. Consume productos naturales si es este el caso donde lo consume

Tabla 22

Pregunta 6

Ítems	Respuestas	Porcentaje
SI	137	63%
NO	81	37%
Farmacias	79	57%
Centros Naturistas	60	43%
Total	218	100%

Nota: En la siguiente tabla se verifica los resultados de la pregunta 6 cuyos datos fueron obtenidos de la encuesta realizada a los moradores y elaborado por Franklin Quinchiguango

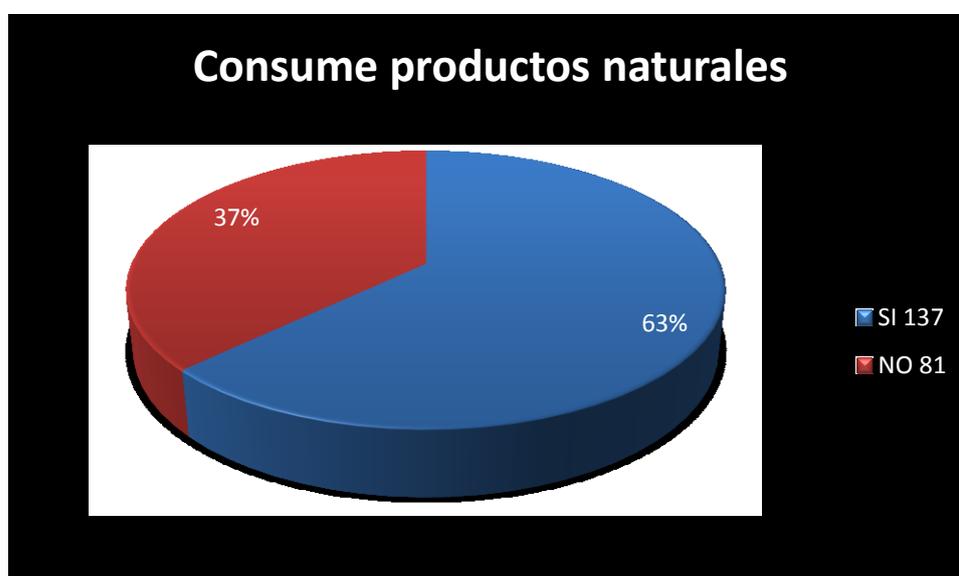


Figura 26: Pregunta 6 Figura se detalla los porcentajes luego de haber tabulado cuyos datos fueron obtenidos de la encuesta realizada a los moradores, elaborado por Franklin Quinchiguango

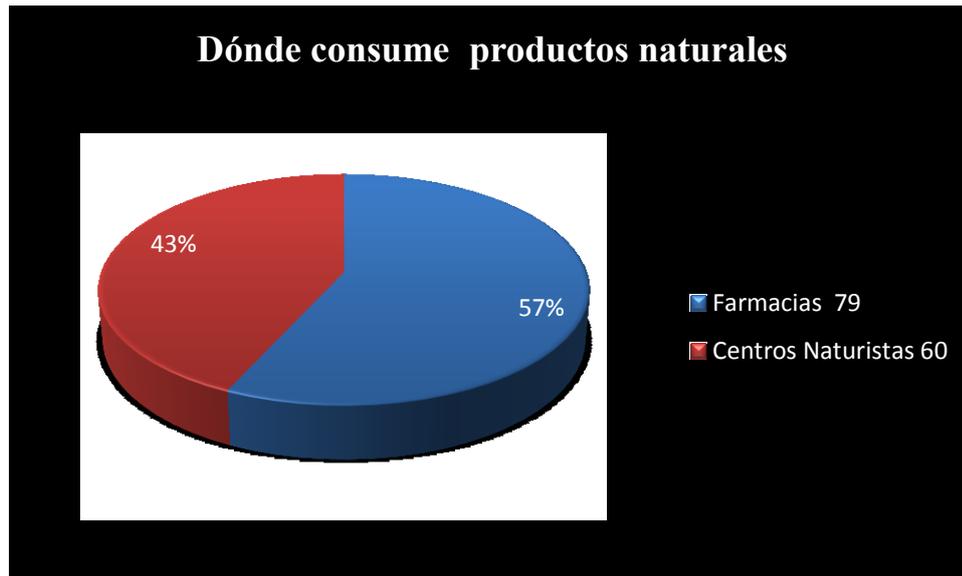


Figura 27: Pregunta 6 se detalla los porcentajes luego de haber tabulado cuyos datos fueron obtenidos de la encuesta realizada a los moradores, elaborado por Franklin Quinchiguango

Análisis:

Luego de la encuesta realizada a los moradores sobre si consumen productos naturales se obtuvo un resultado de 63% que respondieron SI Y UN 37% NO, por lo tanto al analizar la pregunta de los moradores que respondieron SI; se llegó a determinar que un 57% consumen en la farmacia y un 43% consumen productos naturales el cual es de suma importancia conocer él porque los moradores acuden a Centros Naturistas a adquirir un producto determinando una amenaza para la farmacia.

7. ¿Qué horarios le gustaría que atendiera una farmacia?

Tabla 23

Pregunta 7

Ítems	Respuestas	Porcentaje
Todos los días de 7:00 am a 9:30 pm	45	21%
Todos los días de 8:00 am a 8:00 pm incluido feriados	82	37%
Todos los días de 8:00 am a 10:00 pm	50	23%
Todos los días de 9am a 00:00 am incluido feriados	41	19%
Total	218	100%

Nota: En la siguiente tabla se verifica los resultados de la pregunta 7 cuyos datos fueron obtenidos de la encuesta realizada a los moradores y elaborado por Franklin Quinchiguango

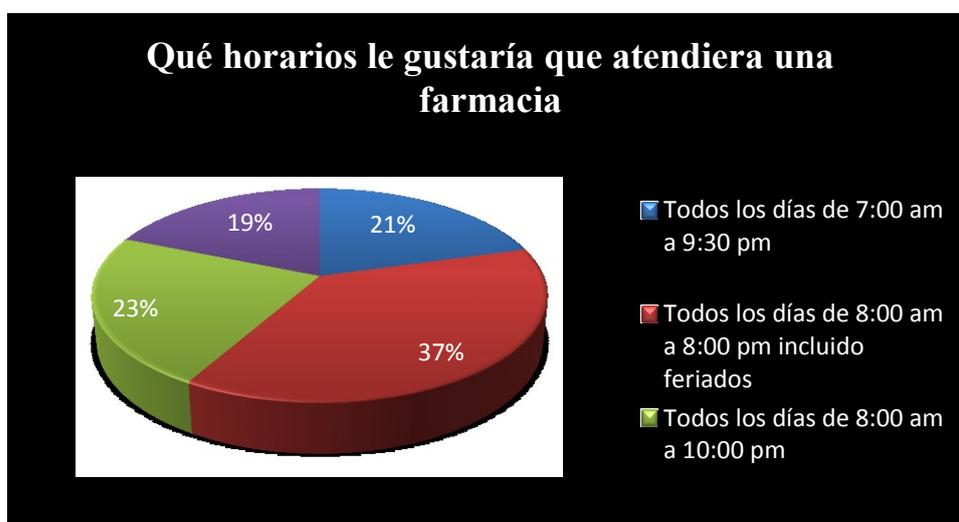


Figura 28: Pregunta 7 se detalla los porcentajes luego de haber tabulado cuyos datos fueron obtenidos de la encuesta realizada a los moradores, elaborado por Franklin Quinchiguango

Análisis:

Según los datos obtenidos de las encuestas la pregunta 7 especifica el horario de atención que le gustaría a los moradores que la farmacia atienda un 38% de las personas le gustaría que atiendan de 8:00am a 8:00pm incluido feriados. Esto es una estrategia que la farmacia debe tomar en cuenta al momento de crear la misma.

8. ¿Qué tipo de medicamentos según su costo adquiere usted?

Tabla 24

Pregunta 8

Ítems	Respuestas	Porcentaje
Medicamentos Genéricos	124	57%
Medicamentos de Marcas	94	43%
Total	218	100%

Nota: En la siguiente tabla se verifica los resultados de la pregunta 8 cuyos datos fueron obtenidos de la encuesta realizada a los moradores y elaborado por Franklin Quinchiguango

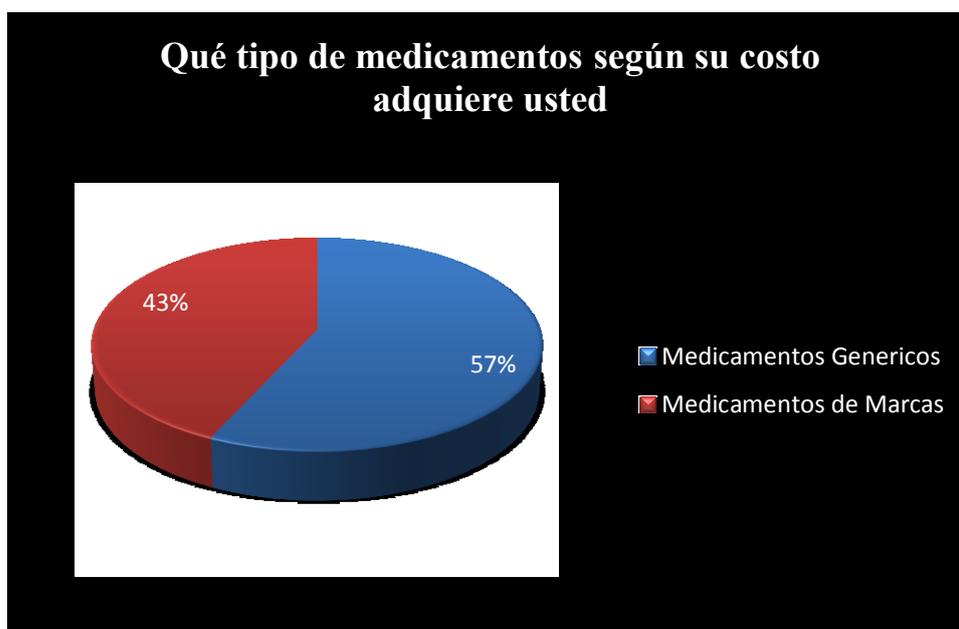


Figura 29: Pregunta 8 en la siguiente figura se detalla los porcentajes luego de haber tabulado cuyos datos fueron obtenidos de la encuesta realizada a los moradores, elaborado por Franklin Quinchiguango

Análisis

Al obtener los resultados de las encuestas respecto al tipo de medicamento que consumo los moradores donde el 57% adquiere medicamentos genéricos y un 43% medicamentos de marca, llegando a la conclusión que los moradores adquiere estos medicamentos por obtener un ahorro.

9. ¿Por qué razón compra en la farmacia que frecuenta?

Tabla 25

Pregunta 9

Ítems	Respuestas	Porcentaje
Descuentos	50	23%
Precios	43	20%
Programas de medicación	17	8%
Por su cercanía	108	49%
Total	218	100%

Nota: En la siguiente tabla se verifica los resultados de la pregunta 9 cuyos datos fueron obtenidos de la encuesta realizada a los moradores y elaborado por Franklin Quinchiguango

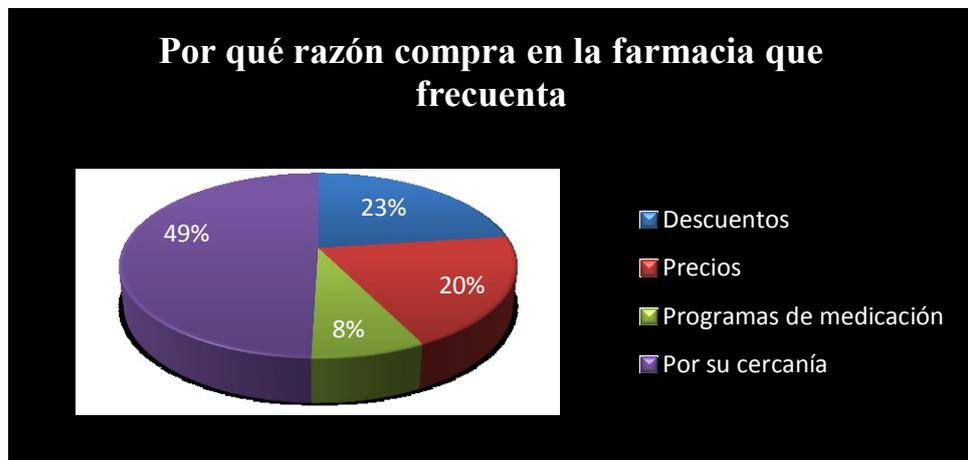


Figura 30: Pregunta 9 en la siguiente figura se detalla los porcentajes luego de haber tabulado cuyos datos fueron obtenidos de la encuesta realizada a los moradores, elaborado por Franklin Quinchiguango.

Análisis:

Al determinar el resultado de la encuesta sobre la razón por qué adquiere el medicamento en la farmacia se verificó que el 50% de las personas acuden por su cercanía y el 23% acuden por los descuentos y un 19% por los precios, por ende la farmacia FRANK PHARMACY debe crear estrategias con el fin que acudan no por su cercanía sino por el servicio y la calidad que se ofrecerá.

10. ¿Cómo calificaría la atención recibida en los establecimientos?

Tabla 26

Pregunta 10

Ítems	Respuestas	Porcentaje
Excelente	45	21%
Muy buena	54	25%
Buena	36	16%
Regular	83	38%
Mala		0%
Total	218	100%

Nota: En la siguiente tabla se verifica los resultados de la pregunta 10 cuyos datos fueron obtenidos de la encuesta realizada a los moradores y elaborado por Franklin Quinchiguango

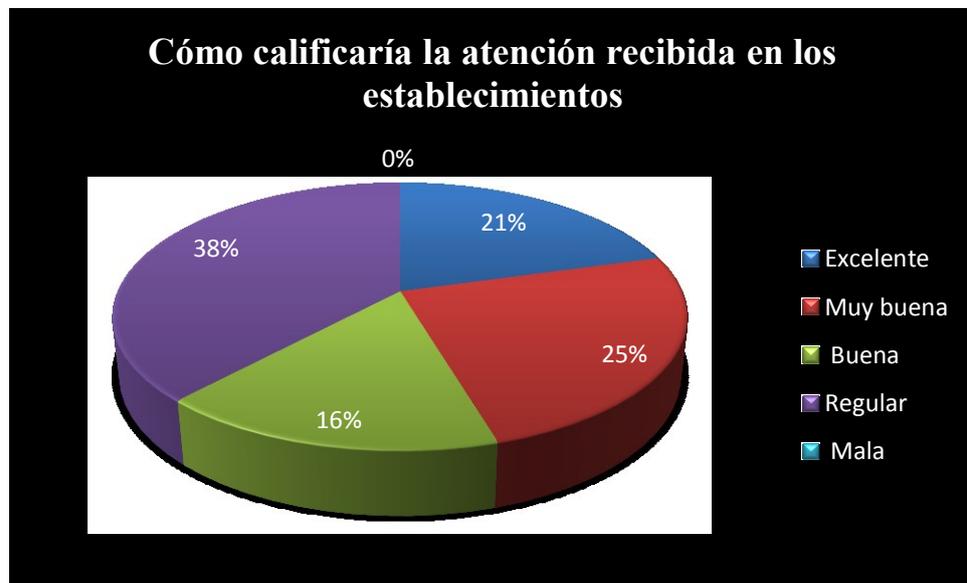


Figura 31: Pregunta 10 en la siguiente figura se detalla los porcentajes luego de haber tabulado cuyos datos fueron obtenidos de la encuesta realizada a los moradores, elaborado por Franklin Quinchiguango

Análisis:

Al verificar el resultado de la encuesta sobre la atención recibida por los establecimientos cercanos se determinó que la atención es regular con un 39% y un 16% buena, por esta razón la farmacia FRANK HARMACY debe contar con un personal capacitado al momento de dispensar y expender un medicamento.

3.2. Oferta

Define como referencia a la cantidad de bienes, productos o servicios que se ofrecen en un mercado bajo unas determinadas condiciones. (República, 2015)

Dentro del sector la competencia directa tenemos:

- Farmacia San Juan
- Farmacias Comunitarias

Se realizará tres aspectos importantes a las farmacias ya mencionadas

- Oferta histórica
- Oferta actual
- Oferta proyectada

3.2.1. Oferta Histórica

Define como un comportamiento histórico de la oferta, que se realiza con el propósito de determinar la información que permita determinar pronósticos sobre su comportamiento futuro. (Orjuela Córdova & Sandoval Medina, 2002)

Para calcular esta oferta se deberá tomar como referencia cinco años atrás, utilizando el PIB Salud de cada año

Se utilizará la siguiente fórmula:

$$C_n = \frac{C_0}{(1 + i)^n}$$

Dónde:

Cn= Oferta histórica

Co= Oferta del año posterior al cálculo

i= Porcentaje del PIB

n= Tiempo

Tabla 27

PIB SALUD

Años	PIB SALUD %	
2012	3,16 %	0,0316
2013	3,20%	0,032
2014	3,37%	0,0337
2015	3,38%	0,0338
2016	3,44%	0,0344
$\Sigma =$	16,55%	
$\bar{x} =$	3,31%	0,0331

Nota: La siguiente tabla se detalla los valores del PIB Salud de cinco años atrás cuyos datos fueron obtenidos de la fuente (BCE, 2016) , elaborado por Franklin Quinchiguango

Tabla 28

Oferta Histórica

Oferta Histórica	Ventas
2012	\$ 127.170,64
2013	\$ 131.189,23
2014	\$ 135.387,29
2015	\$ 139.949,84
2016	\$ 144.680,15

Nota: La siguiente tabla se verifica las ventas históricas que se han ido dando durante los cinco años atrás cuyos datos fueron obtenidos mediante una investigación propia, aplicando la formula histórica, elaborado por Franklin Quinchiguango

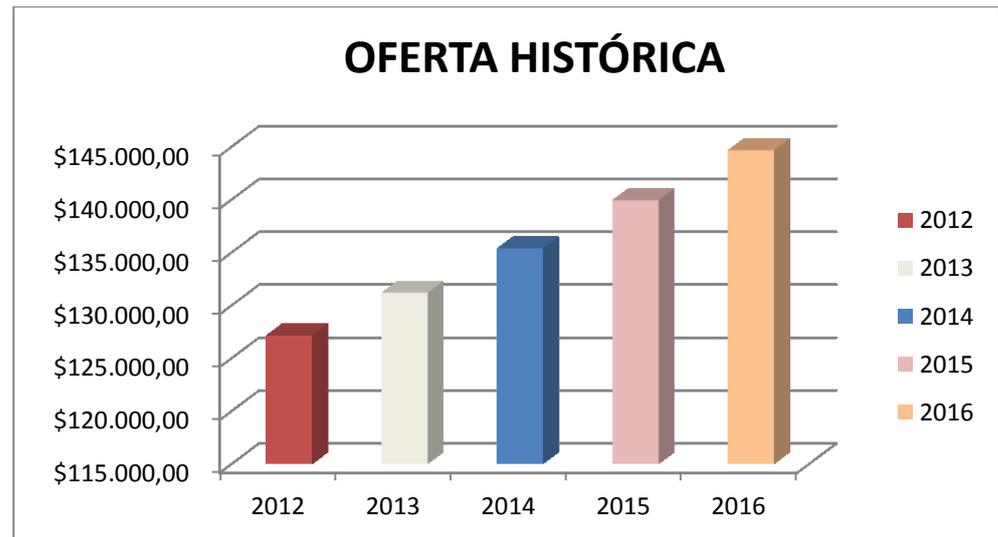


Figura 32: Oferta Histórica en la siguiente figura se detalla las ventas anuales de los cinco años pasado, fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

3.2.2. Oferta Actual

Consiste en estudiar las características de la competencia que hay en la actualidad, tanto en las cantidades ofrecidas como en las condiciones en que se realizó dicha oferta. (Orjuela Córdova & Sandoval Medina, 2002)

Tabla 29

Ventas diarias Farmacia San Juan

Ventas	Diario	Total Consumo
Lunes	\$ 200	\$ 200
Martes	\$ 170	\$ 170
Miércoles	\$ 200	\$ 200
Jueves	\$ 170	\$ 170
Viernes	\$ 200	\$ 200
Sábado	\$ 200	\$ 200
Domingo	\$ 170	\$ 170
	Total	\$ 1.310

Nota: La siguiente tabla detalla las ventas diarias de la farmacia San Juan, cuyos datos fueron obtenidos mediante una entrevista con al dependiente, elaborado por Franklin Quinchiguango

Tabla 30

Ventas diarias Farmacia Comunitaria

Ventas	Diario	Total Consumo
Lunes	\$ 250	\$ 250
Martes	\$ 200	\$ 200
Miércoles	\$ 250	\$ 250
Jueves	\$ 200	\$ 200
Viernes	\$ 250	\$ 250
Sábado	\$ 250	\$ 250
Domingo	\$ 200	\$ 200
Total		\$ 1.600

Nota: La siguiente tabla detalla las ventas diarias de la farmacia Comunitaria, cuyos datos fueron obtenidos mediante una entrevista con al dependiente, elaborado por Franklin Quinchiguango

Tabla 31

Oferta Actual Farmacia San Juan

Promedio total a la semana: (diarios)	\$ 1310/7	\$ 187,1428571
Mensual	\$ 5.614,29	
Anual	\$ 67.371,43	

Nota: La siguiente tabla se verifica el promedio tanto diario, mensual y anual de las ventas que obtiene la farmacia San Juan en un año contable, fuente investigación propia y elaborado por Franklin Quinchiguango

Se puede determinar que mediante una entrevista con la dependiente de la farmacia San Juan se determinó que sus ventas diarias son de \$187,14, mensualmente \$5614,29 y anual \$67371,43.

Tabla 32**Oferta Actual Farmacia Comunitaria**

Promedio total a la semana: (diarios)	\$ 1600/7	\$ 228,5714286
Mensual		\$ 6.857,14
Anual		\$ 82.285,71

Nota: La siguiente tabla se verifica el promedio tanto diario, mensual y anual de las ventas que obtiene la farmacia Comunitaria en un año contable, fuente investigación propia y elaborado por Franklin Quinchiguango

Se determinó que las ventas diarias de la farmacia comunitaria son de \$228,57, sus ventas mensuales de \$6.857,14 y las ventas anuales de \$ 82.285,7.

Tabla 33**Oferta Actual Farmacias en el sector**

Oferta Actual				
Farmacias	Diario	Mensual	Anual	Participación %
San Juan	\$ 187,14	\$ 5.614,29	\$ 67.371,43	45,02%
Comunitarias	\$ 228,57	\$ 6.857,14	\$ 82.285,71	54,98%
Total	\$ 415,71	\$ 12.471,43	\$ 149.657,14	100,00%

Nota: La siguiente tabla se verifica el promedio tanto diario, mensual y anual de las ventas que obtiene la farmacias Comunitaria y San Juan en un año contable, fuente investigación propia y elaborado por Franklin Quinchiguango



Figura 33: Oferta actual participación en el mercado en la siguiente figura de detalla la oferta actual de participación en el mercado de las farmacias, fuente de información propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

3.2.3. Oferta Proyectada

Define en proyectar la cantidad de bienes o servicios que serán entregados al mercado por la competencia, durante el período en que se va a evaluar el proyecto. (Orjuela Córdova & Sandoval Medina, 2002)

Para calcular esta oferta se realizará una media obtenida de los cinco años atrás del PIB salud.

Se utilizará la siguiente fórmula:

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

Dónde:

C_n= Oferta Proyectada

C_o= Oferta Actual

i= Porcentaje del PIB 2017

n= Tiempo

Tabla 34

PIB Salud

PIB SALUD %		
Σ=	16,55/5	
\bar{x} =	3,31%	0,0331

Nota: En la siguiente tabla se detalla el PIB salud obtenido mediante la media entre las sumas de los cinco años atrás y dividido para número de años datos obtenidos (BCE, 2016) y elaborado por Franklin Quinchiguango

Tabla 35

Oferta Proyectada

Oferta Proyectada	Ventas
2018	\$ 154.610,79
2019	\$ 159.728,41
2020	\$ 165.015,42
2021	\$ 170.477,43
2022	\$ 176.120,24

Nota: La siguiente tabla detalla la oferta directa proyectada para cinco años, fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

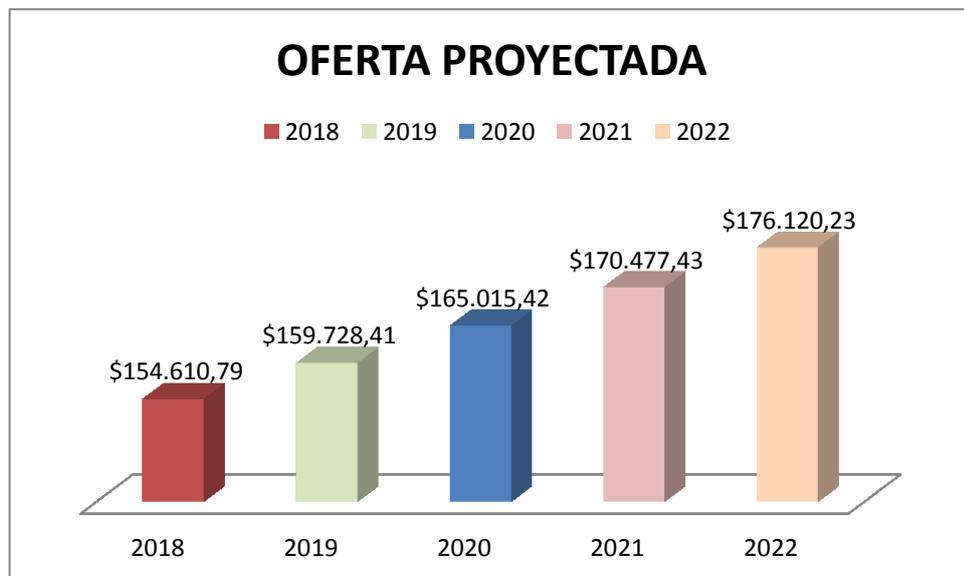


Figura 34: Oferta Proyectada en la siguiente figura se detalla las ventas anuales proyectadas para cinco años, fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

3.3. Productos Sustitutos

Define a los productos sustitutos como bienes que compiten en el mismo mercado y que satisfacen las mismas necesidades. (Orozco, 2016)

Dentro del sector se encuentra un Centro Naturista Aloe Vera determinando una amenaza directa para la farmacia.

3.3.1. Oferta Histórica

Para calcular esta oferta se deberá tomar como referencia cinco años atrás, utilizando el PIB Salud de cada año

Se utilizará la siguiente fórmula:

$$C_n = \frac{C_o}{(1 + i)^n}$$

Dónde:

C_n= Oferta histórica

C_o= Oferta del año posterior al cálculo

i= Porcentaje del PIB Salud

n= Tiempo

Tabla 36

PIB Salud

Años	PIB SALUD	%
2012	3,16 %	0,0316
2013	3,20%	0,032
2014	3,37%	0,0337
2015	3,38%	0,0338
2016	3,44%	0,0344
Σ =	16,55%	
\bar{x} =	3,31%	0,0331

Nota: La siguiente tabla se detalla los valores del PIB Salud de cinco años atrás cuyos datos fueron obtenidos de la fuente (BCE, 2016) , elaborado por Franklin Quinchiguango

Tabla 37***Oferta Histórica Centro Naturista Aloe Vera***

Oferta Histórica	Ventas
2012	\$ 16.824,98
2013	\$ 17.356,65
2014	\$ 17.912,06
2015	\$ 18.515,70
2016	\$ 19.141,53

Nota: La siguiente tabla se verifica las ventas históricas que se han ido dando durante los cinco años atrás cuyos datos fueron obtenidos mediante una investigación propia, aplicando la fórmula histórica, elaborado por Franklin Quinchiguango

3.3.2. Oferta Actual**Tabla 38*****Ventas diarias Centro Naturista Aloe Vera***

Ventas	Diario	Total consumo
Lunes	\$ 45	\$ 45
Martes	\$ 45	\$ 45
Miércoles	\$ 45	\$ 45
Jueves	\$ 45	\$ 45
Viernes	\$ 45	\$ 45
Sábado	\$ 80	\$ 80
Domingo	\$ 80	\$ 80
	Total	\$ 385

Nota: La siguiente tabla detalla las ventas diarias del Centro Naturista Aloe Vera, cuyos datos fueron obtenidos mediante una entrevista con la propietaria del negocio, elaborado por Franklin Quinchiguango

Tabla 39***Oferta Actual***

Promedio total a la semana: (diarios)	\$	385/7	\$ 55
Mensual	\$	1.650,00	
Anual	\$	19.800,00	

Nota: La siguiente tabla se verifica el promedio tanto diario, mensual y anual de las ventas que obtiene el Centro Naturista Aloe Vera en un año contable, fuente investigación propia y elaborado por Franklin Quinchiguango

Se puede determinar que mediante una entrevista con la dueña del Centro Naturista Aloe Vera se determinó que sus ventas diarias son de \$55, mensualmente \$1650 y anual \$19800.

3.3.3. Oferta Proyectada

Para calcular esta oferta se realizará mediante la mediana obtenida de los cinco años atrás del PIB salud.

Se utilizará la siguiente fórmula:

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

Dónde:

C_n = Oferta Proyectar

C_o = Oferta Actual

i = Porcentaje del PIB 2017

n = Tiempo

Tabla 40

PIB Salud

PIB SALUD %	
Σ =	16,55%
\bar{x} =	3,31%
	0,0331

Nota: En la siguiente tabla se detalla el PIB salud obtenido mediante la media entre las sumas de los cinco años atrás y dividido para número de años datos obtenidos (BCE, 2016) y elaborado por Franklin Quinchiguango

Tabla 41
Oferta Proyectada

Años	Ventas
2018	\$ 20.455,38
2019	\$ 21.132,45
2020	\$ 21.831,94
2021	\$ 22.554,57
2022	\$ 23.301,13

Nota: La siguiente tabla detalla la oferta directa proyectada para cinco años, fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

3.4. Demanda

Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado está dispuesto a adquirir para satisfacer la exteriorización de sus necesidades y deseos específicos. (Orjuela Córdova & Sandoval Medina, 2002)

3.4.1. Demanda Histórica

Permite identificar la evolución del mercado en los últimos años e identificar los factores y variables, que han tenido directa incidencia en los resultados encontrados. (Orjuela Córdova & Sandoval Medina, 2002)

Para el cálculo de la demanda se utilizará datos de tendencias de 5 años atrás como tasa de crecimiento poblacional.

La fórmula que se utilizará será:

$$C_n = \frac{C_0}{(1 + i)^n}$$

Tabla 42

Datos Tasa de Crecimiento Ecuador

Años	Tasa de Crecimiento Poblacional %	
2012	2,030 %	0,0203
2013	2,090%	0,0209
2014	2,13 %	0,0213
2015	2,212 %	0,02212
2016	2,292 %	0,02292
$\Sigma =$	10,754	
$\bar{n} =$	2,1504	0,021504

Nota: La siguiente tabla se verifica datos históricos de cinco años atrás de la tasa de crecimiento poblacional datos obtenidos de la fuente del (BCE, 2016) y elaborado por Franklin Quinchiguango

Tabla 43

Demanda Histórica

AÑOS	DEMANDA HISTORICA (\$)
2012	\$ 382.309,31
2013	\$ 390.070,19
2014	\$ 398.222,66
2015	\$ 406.704,80
2016	\$ 415.701,11
Demanda Actual	\$ 425.220,66

Nota: La siguiente tabla se verifica las ventas de la demanda histórica que se han ido dando durante los cinco años atrás cuyos datos fueron obtenidos mediante una investigación propia, aplicando la fórmula histórica, elaborado por Franklin Quinchiguango

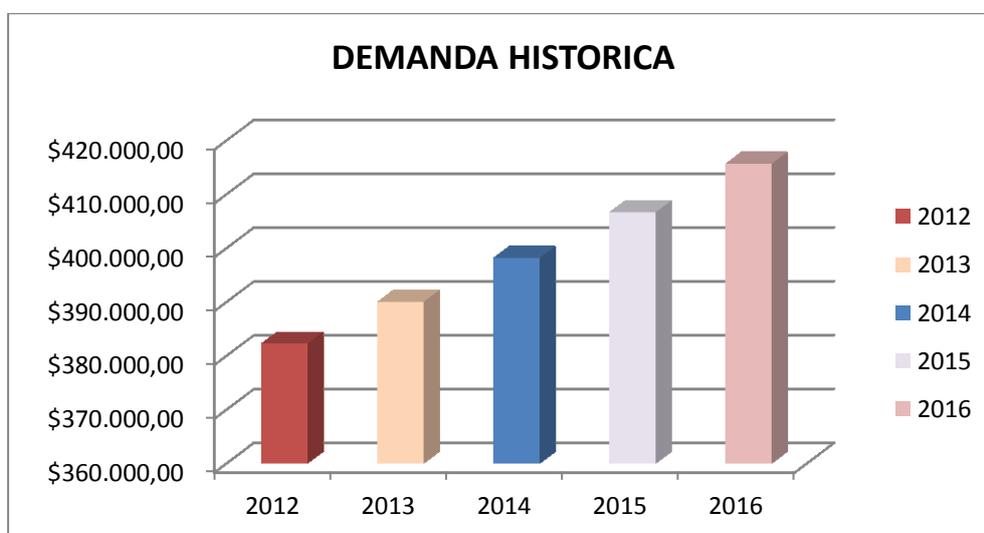


Figura 35: Demanda histórica en la siguiente figura se detalla la proyección de los cinco años atrás, fuente investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

3.4.2. Demanda Actual

Determinar el volumen de bienes o servicios, que los consumidores actuales o potenciales están dispuestos a adquirir. (Orjuela Córdova & Sandoval Medina, 2002)

Para determinar la demanda actual, se lo calcula con los datos obtenidos de la pregunta 5 con respecto al gasto promedio de hogares en las compras de productos farmacéuticos

Tabla 44

Promedio de consumo por hogares

Ventas	Promedio Xm	Número de Consumidores Fi	Total Consumo Fi*Xm
\$0-\$5	2,5	15	37,5
\$6- \$15	10,5	20	210
\$16 -\$30	23	87	2001
\$31 -\$45	38	65	2470
\$46 -\$60	53	21	1113
\$60 -\$75	67,5	10	675
	Total	218	6506,5

Nota: En la siguiente tabla se verifica el promedio mensual de consumo por hogares el cual se aplicó la media aritmética para así determinar el promedio de consumo, datos obtenidos de la encuesta y elaborado por Franklin Quinchiguango

Para obtener el consumo mensual por hogares se aplicará la fórmula de la media aritmética para datos no agrupados

$$U = \frac{\sum_{i=1}^n (fi * Xm)}{N}$$

Dónde:

X_m = Puntos medios o marca de clase

(U)= Media aritmética

f_i = Frecuencia absoluta simple

N= Población

U=6506,5/218

U=\$29,85 Promedio de consumo

Tabla 45

Demanda actual

Total de población (Hogares)	1.187
Promedio consumo mensual por familia	\$ 29,85
Total Mensual consumidores (\$)	\$ 35.435,06
Total Anual consumidores (\$)	\$ 425.220,66

Nota: En la siguiente tabla se determina la demanda actual valor obtenido mediante el promedio de consumo de hogares, fuente de investigación propia y elaborado por Franklin Quinchiguango

Analizando la demanda actual se verifica que la población total en el sector de Cuzubamba es de 4.749 moradores a su vez se divide por 4 que es el promedio de personas por hogares, obteniendo así sector 1.187 hogares. Al realizar el promedio de consumo por hogares se obtiene que mensualmente es de \$29,85 y su demanda Actual es de \$ 425.220,66

3.4.3. Demanda Proyectada

Es estimar el comportamiento de la demanda futura a partir de la demanda actual y pasada del producto en cuestión, de sus competidores y sustitutos según sea relevante. (Orjuela Córdova & Sandoval Medina, 2002)

Para calcular la demanda se tomará la media tanto del PIB Salud y la tasa de crecimiento.

Se utilizará la siguiente fórmula:

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

Dónde:

C_n= Demanda Proyecta

C_o= Demanda Actual

i= Porcentaje del PIB Salud y la Tasa de Crecimiento Poblacional

n= Tiempo

Tabla 46

PIB salud y Crecimiento Poblacional

Tasa PIB Farmacéutico	3,31%
Tasa de Crecimiento Poblacional	2,1508%
Sumatoria	5,4608%
	0,054608

Nota: En la siguiente tabla se describe la media tanto del PIB salud y la tasa de crecimiento poblacional obteniendo una sumatoria con el cual se proseguirá a calcular la demanda proyectada, fuente de información del (BCE, 2016) y elaborado por Franklin Quinchiguango

Tabla 47

Demanda Proyectada

Años		Ventas
2018	\$	448.441,11
2019	\$	472.929,59
2020	\$	498.755,33
2021	\$	525.991,36
2022	\$	554.714,69

Nota: La siguiente tabla se detalla la demanda proyectada en los cinco años futuros, fuente de información investigación propia y elaborado por Franklin Quinchiguango

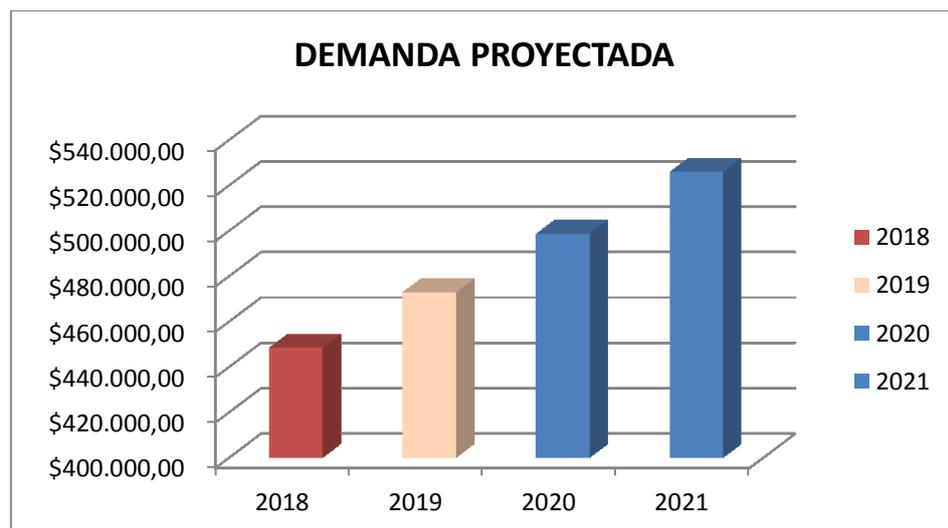


Figura 36: Demanda Proyectada en la siguiente figura se detalla la proyección para cinco años, fuente de investigación propia y elaborado por Franklin Quinchiguango.

3.5. Balance Oferta – Demanda

Demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma o demande en los siguientes años y no exista suficiente oferta que satisfaga esta necesidad. (Diego, 2016)

FÓRMULA

$$DI = OFERTA - DEMANDA$$

Tabla 48

Demanda Insatisfecha

Oferta Anual	Demanda Anual	Demanda Insatisfecha	72% de la Demanda Insatisfecha
\$ 149.657,14	\$ 425.220,66	\$ - 275.563,52	\$ 198.405,74

Nota: La siguiente tabla se detalla la demanda insatisfecha resultado obtenido de la resta entre la oferta y la demanda y del valor obtenido se toma como referencia el 72% para obtener las ventas anuales, fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

Análisis:

En el balance Oferta-Demanda se pudo determinar que la oferta es de \$149.657,14 y una demanda de \$425.220,66 verificando que tenemos una demanda insatisfecha de \$-275.563,52, es decir que la demanda supera a la oferta.

A continuación de este valor se toma el 72% para calcular las ventas anuales este porcentaje se obtiene de la encuesta de la pregunta 1 dónde se verifica que hay una demanda insatisfecha por parte de los moradores al momento de acudir a las farmacias de dicho sector, dando como resultado de \$ 198.405,74 de ventas anuales.

3.5.2. Balance Proyectado

El balance proyectado se lo realiza restando la oferta directa proyectada con la demanda insatisfecha de cada año, luego de este valor se extrae el 72% para obtener las ventas proyectadas anuales.

Tabla 49***Balance Proyectado***

Años	Oferta Proyectada (\$)	Demanda Proyectada (\$)	Demanda Insatisfecha (\$)	72% de la Demanda Insatisfecha (\$)
2018	\$ 154.610,79	\$ 448.441,11	\$ -293.830,32	211.557,83
2019	\$ 159.728,41	\$ 472.929,59	\$ -313.201,18	225.504,85
2020	\$ 165.015,42	\$ 498.755,33	\$ -333.739,91	240.292,73
2021	\$ 170.477,43	\$ 525.991,36	\$ -355.513,93	255.970,03
2022	\$ 176.120,23	\$ 554.714,69	\$ -378.594,46	272.588,01

Nota: La siguiente tabla se verifica el balance proyecto para cinco años dónde se obtiene la demanda insatisfecha y sus ventas futuras, datos obtenidos entre la oferta y la demanda y elaborado por Franklin Quinchiguango

Capítulo IV

4.1. Tamaño del Proyecto

Define al tamaño de un proyecto a la capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento. (Rojas F. , 2007)

4.1.1. Capacidad Instalada

Se refiere a la disponibilidad de infraestructura que permite a una empresa (unidad, departamento o sección) producir determinados niveles de bienes o servicios en un periodo determinado. (Dillon, 2013, pág. 7)

El Local comercial para el establecimiento farmacéutico cuenta con las siguientes áreas:

- ✓ **Área Administrativa**
 - Área de archivos (Consta todos los documentos o permisos que debe tener el propietario para crear su farmacia)
 - Área de bibliografías (son documentos que debe tener la farmacia: vademécum, Cuadro Nacional de medicamentos básicos, etc.)
- ✓ **Área de Recepción**

- Verificación del medicamento solicitado y cantidad recibida.
- Área de cuarentena (donde permanecen los productos en estado de decisión (baja rotación, devolución , daños)
- ✓ **Área de Almacenamiento**
 - Área de productos controlados (tenemos: Estupefacientes, Psicotrópicos.)
 - Área de productos refrigerados (Vacunas, Toxinas)
 - Área de colirios (Medicamentos de uso tópico para enfermedades oculares
 - Área de productos Higroscópicos (Medicamentos que en condiciones normales captan la humedad del ambiente)
 - Área de productos termo sensibles (Medicamentos sensibles a la luz)
 - Área de insumos (Se encuentran gasas, jeringuillas, alcohol etc.)
- ✓ **Área de Dispensación y Expendio**
 - **Área de dispensación**
 - ❖ El auxiliar o dependiente espera la llegada del cliente
 - ❖ Servicio farmacéutico
 - ❖ Necesita de: estante de caja y computadora
 - **Área de expendio**
 - ❖ Entrega de producto farmacéutico
 - ❖ Necesita de: perchas, vitrinas, góndolas. (Ríos, 2016)

4.1.2. Capacidad Óptima

Es el porcentaje usado del total instalado de la empresa, la capacidad óptima es la que genera más rentabilidad para la organización.

En la capacidad óptima se describe:

- ✓ Activos fijos, necesarios para la apertura de la Farmacia
- ✓ Gastos de los Sueldos y beneficios sociales de los trabajadores

Tabla 50

Activos fijos

Ítems	Descripción	Cant.	Precio unitario	Precio Total
1	Tablero ranurado 244cm-217cm-1,5cm	3	\$ 90,00	\$ 270,00
2	Ganchos 15cm - 7cm - 2,5 cm pqte.X10und	5	\$ 4,50	\$ 22,50
3	Ganchos 30cm - 7cm - 2,5 cm pqte.X10und	5	\$ 7,50	\$ 37,50
4	Percha de 5 servicios	2	\$ 55,00	\$ 110,00
5	Percha de 7 servicios	3	\$ 90,00	\$ 270,00
6	Vitrina Panorámica 120cm x 53cm	3	\$ 220,00	\$ 660,00
7	Vitrina con iluminación	1	\$ 261,90	\$ 261,90
8	Calculadora casio	1	\$ 17,00	\$ 17,00
9	Grapadora pequeña	1	\$ 4,00	\$ 4,00
10	Perforadora	1	\$ 4,30	\$ 4,30
11	Mini Refrigerador Mabe 4.0	1	\$ 248,00	\$ 248,00
12	Dispensador de Agua	1	\$ 27,50	\$ 27,50
13	Termohigrómetro 20 x 15 cm	1	\$ 35,00	\$ 35,00
14	Candado viro 75cm	1	\$ 30,00	\$ 30,00
15	Candado viro 94cm	2	\$ 40,00	\$ 80,00
16	Extintor 10lb	1	\$ 21,00	\$ 21,00
17	Barras protectoras de candado enrollable 2,13cm	1	\$ 21,00	\$ 21,00
18	Banco plástico confort	1	\$ 5,00	\$ 5,00
19	Basurero pedal 8lt	2	\$ 6,50	\$ 13,00
20	Puerta de aluminio y vidrio 2,05m 1,6m	4	\$ 150,00	\$ 600,00
21	Escalera dos escalones plegable aluminio	1	\$ 20,00	\$ 20,00
22	Silla de oficina giratoria ergonómica	1	\$ 109,00	\$ 109,00
23	Escritorio recto con Arturito	1	\$ 317,25	\$ 317,25
24	Teléfono inalámbrico Panasonic Doble	1	\$ 55,00	\$ 55,00

contestador				
25	Computadora Samsung Led 28 Full HD	2	\$ 250,00	\$ 500,00
26	Impresora Para Facturas De Rollo Epson Tmu 220 D806	2	\$ 269,00	\$ 538,00
27	Lector código Barra Pistola Honeywell 1200	2	\$ 169,00	\$ 338,00
28	Software infamed	1	\$ 825,00	\$ 825,00
29	Archivador	1	\$ 30,00	\$ 30,00
30	Computadora de escritorio	1	\$ 800,00	\$ 800,50
31	Impresora Epson Wf 2631	1	\$ 360,00	\$ 360,00
32	Modulo ángulo interno con repisa de counter	1	\$ 74,25	\$ 74,25
33	Letrero frontal grande	1	\$ 130,00	\$ 130,00
34	Letreo frontal pequeño	1	\$ 50,00	\$ 50,00
35	Alarma	1	\$ 170,00	\$ 170,00
36	Instalación	1	\$ 115,00	\$ 115,00
37	Caja de billetes	2	\$ 111,25	\$ 222,50
38	Rotulo marco con lona de 1.50 x 1.50cm	1	\$ 120,00	\$ 120,00
39	Rotulo caja de luz de 10.40 x 1.10 cm	1	\$ 1.110,00	\$ 1.110,00
40	Dispensador de cinta	1	\$10,00	\$10,00
TOTAL				\$ 8.632,20

Nota: En la presente tabla se detalla todos los activos fijos que se ocuparan en la farmacia para su funcionamiento, fuente de información OXL y elaborado por Franklin Quinchiguango

Tabla 51

Total activos fijos con IVA

Sub-total	\$8.632,20
Proyección	\$8.632,20
IVA	12%
Total	\$ 1.035,86
Total:	\$9.840,71

Nota: En la siguiente tabal se describe los activos fijos con el 12% del IVA, fuente de investigación propia y elaborado por Franklin Quinchiguango

Tabla 52
Sueldo y Salarios

	Administrador	Dependiente	Bioquímico
Sueldo	\$ 450,00	\$ 375,00	\$ 200,00
Décimo tercero	\$ 37,50	\$ 31,25	\$ 16,67
Décimo cuarto	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 31,25
Vacaciones	\$ 18,75	\$ 15,63	\$ 8,33
Aporte patronal	\$ 54,68	\$ 45,56	\$ 24,30
Aporte personal	\$42,53	\$ 35,44	\$ 18,90
Fondos de reserva	-	-	-
Total mensual	\$ 592,18	\$ 498,69	\$ 280,55
Total anual	\$ 7.106,10	\$ 5.984,25	\$ 3.366,60

Nota: La siguiente tabla se detalla los sueldos y salarios tanto del administrador, dependiente y el Bioquímico fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

4.2. Localización

Consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas locacionales, con el fin de buscar la localización en que las resultantes de estas fuerzas produzcan la máxima ganancia o el mínimo costo unitario.

(Rojas J. , 2015)

La localización del proyecto consta de:

- ✓ Macro Localización
- ✓ Micro Localización

4.2.1. Macro Localización

Consiste en determinar en qué lugar del país, provincia y cantón es más conveniente ubicar el proyecto, por lo tanto permitirá eliminar los sectores

geográficos que no correspondan a las condiciones requeridas por el proyecto.

(Rojas J. , 2015)

Para el presente proyecto se ubicara en la Región Sierra del Ecuador,
Provincia de Pichincha, Cantón Cayambe.

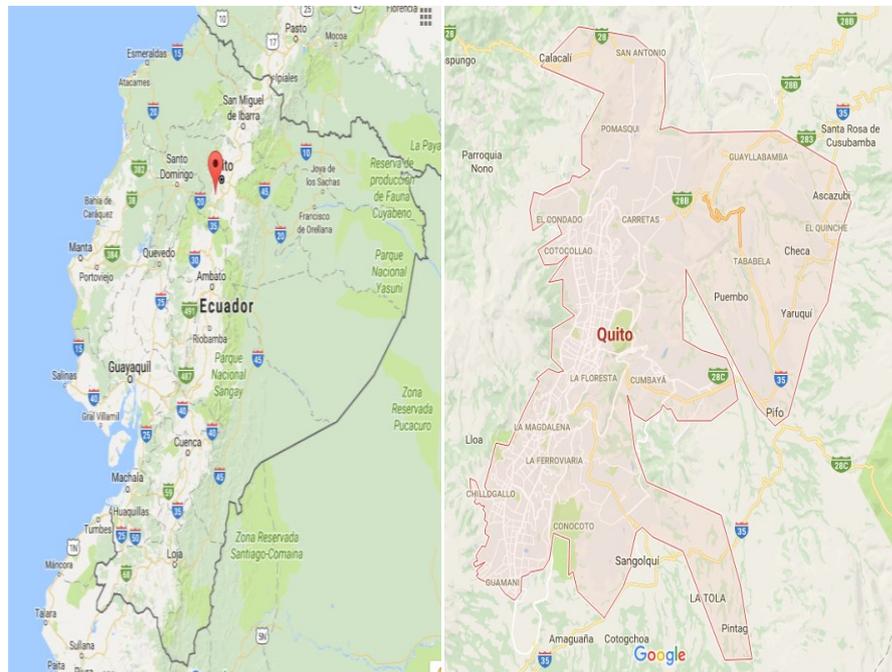


Figura 37: Macro Localización la siguiente figura describe donde va estar ubicada la farmacia comprende de la Región, Provincia Y Cantón, fuente de información (Maps, Google, 2017), y elaborado por Franklin Quinchiguango

4.2.2. Micro Localización

Consiste en identificar cual es la mejor alternativa de instalación dentro de la macro zona elegida, es decir determinar en qué lugar de la ciudad seleccionada sería óptimo realizar el proyecto. (Rojas J. , 2015)

La zona escogida para la ubicación del establecimiento farmacéutico (farmacia) será en el Cantón Cayambe, en la Parroquia de Cuzubamba.

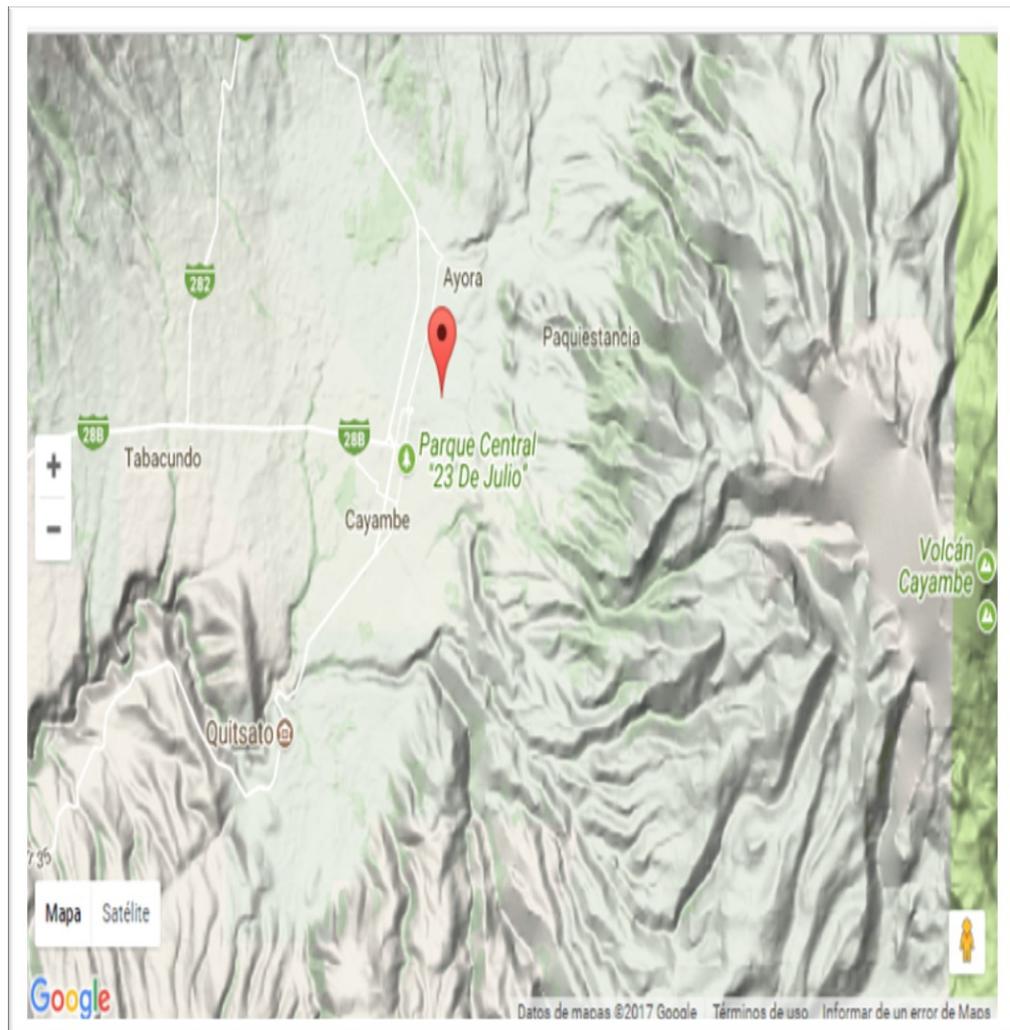


Figura 38: Micro Localización en la figura se verifica el cantón donde va ser ejecutado el proyecto. Fuente de investigación (Maps, Google, 2017) y elaborado por Franklin Quinchiguango

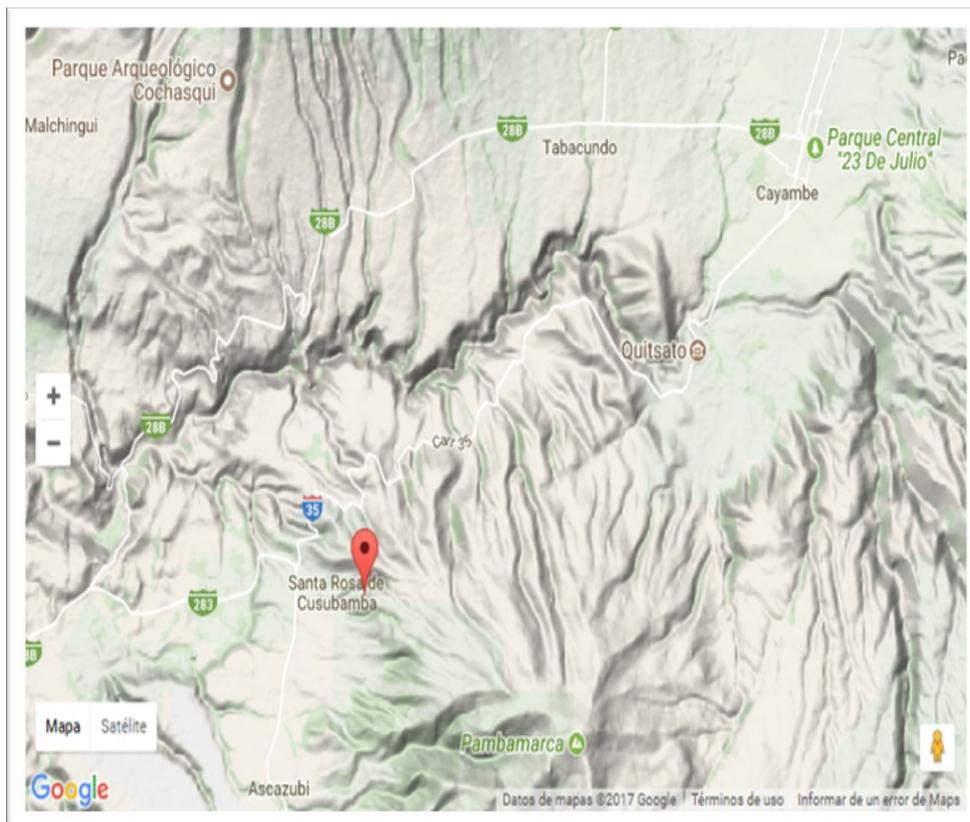


Figura 39: Micro Localización en la figura se verifica el cantón donde va ser ejecutado el proyecto. Fuente de investigación (Maps, Google, 2017) y elaborado por Franklin Quinchiguango

4.2.3. Localización Óptima

Consiste en determinar la ubicación más adecuada teniendo en cuenta la situación de los puntos de venta o mercados de consumidores, puntos de abastecimiento para el suministro de materias primas o productos intermedios. (Castillo, 2015)

La calle principal dónde se realizará el proyecto será en la calle principal Vía a la Quinche frente a la cooperativa de taxis



Figura 40: Localización Óptima en la figura se verifica la parroquia donde va ser ejecutado el proyecto. Fuente de investigación (Maps, Google, 2017) y elaborado por Franklin Quinchiguango

Tabla 53

Factores de la Localización óptima

Determinación de localización óptima				
Detalle	Ponderación	Miguel Meneses Calle A	Velasco Ibarra Calle B	Diego Bonifaz Calle C
Servicios Básicos	5	5	5	5
Buen acceso	5	5	3	3
Presencia de competidores	5	3	4	5
Parada de Buses	5	4	3	3
Total	20	17	15	16

Nota: En la siguiente tabla se detalla los factores importantes que tendrá la farmacia y los beneficios que obtendrá por estar en un buen punto de acceso, fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

Análisis:

Dentro de los factores de la localización óptima se escogieron tres direcciones o calles dónde se verifica el lugar apropiado para la farmacia mediante una ponderación como máximo 5 y mínimo 1 nos obteniendo que la mayor ponderación y el lugar más óptimo está en la calle Miguel Meneses con una ponderación de 17 puntos dando como resultado el lugar óptimo para la creación de la farmacia

4.3. Ingeniería del Producto

Es el estudio técnico, el encargado de todos los cálculos para determinar el consumo del material o los recursos. (Yépez, 2015)

Objetivo principal de la ingeniería del producto es la optimización de los recursos y espacio físico y así se consigue una reducción de costos y tiempo.

4.3.1. Definición Bienes y Servicio

Define a los bienes y servicios económicos aquellos generados en las distintas actividades económicas con el fin de suplir una necesidad o un deseo. (Montoya, 2012)

4.3.2. Distribución de Planta

Determina que la distribución en planta se como la ordenación física de los elementos que constituyen una instalación sea industrial o de servicios. (López, 2016)

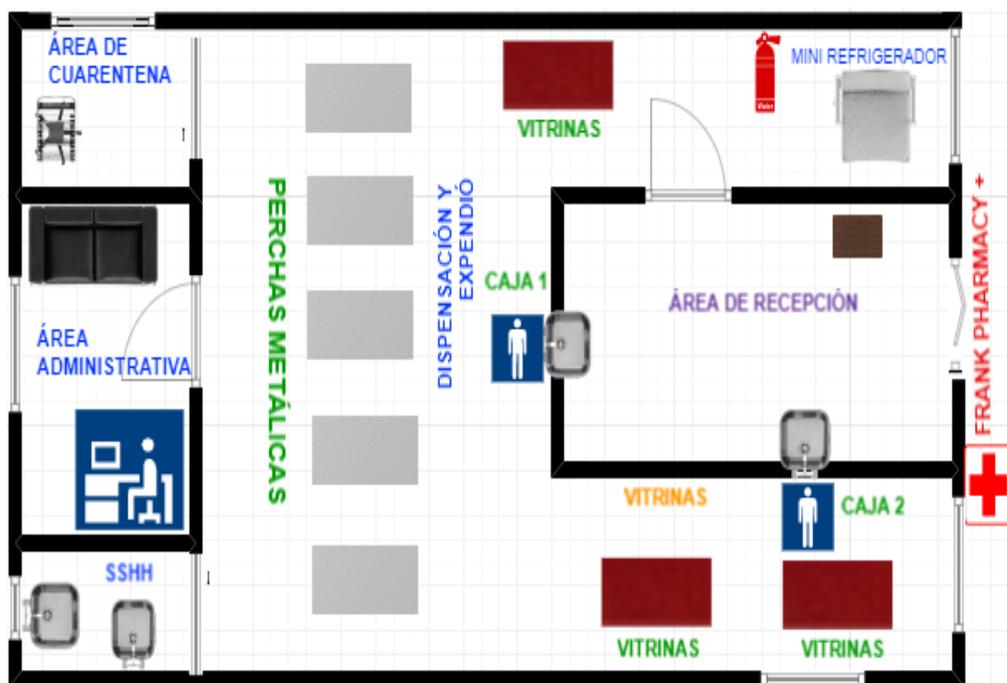


Figura 41: Distribución Planta en la siguiente figura se detalla el plano de la farmacia como deberá estar al momento de su funcionamiento divididas por áreas, fuente de investigación <https://floorplanner.com/projects/50090620-farmacia-frank-pharmacy/editor>, y elaborado por Franklin Quinchiguango

4.3.3. Proceso Productivo

Se define al proceso productivo al conjunto de actividades orientadas a brindar un servicio para satisfacer las necesidades de los demandantes.

Los establecimientos farmacéuticos (farmacia) cuentan con una estructura Organizativa:

Tabla 54

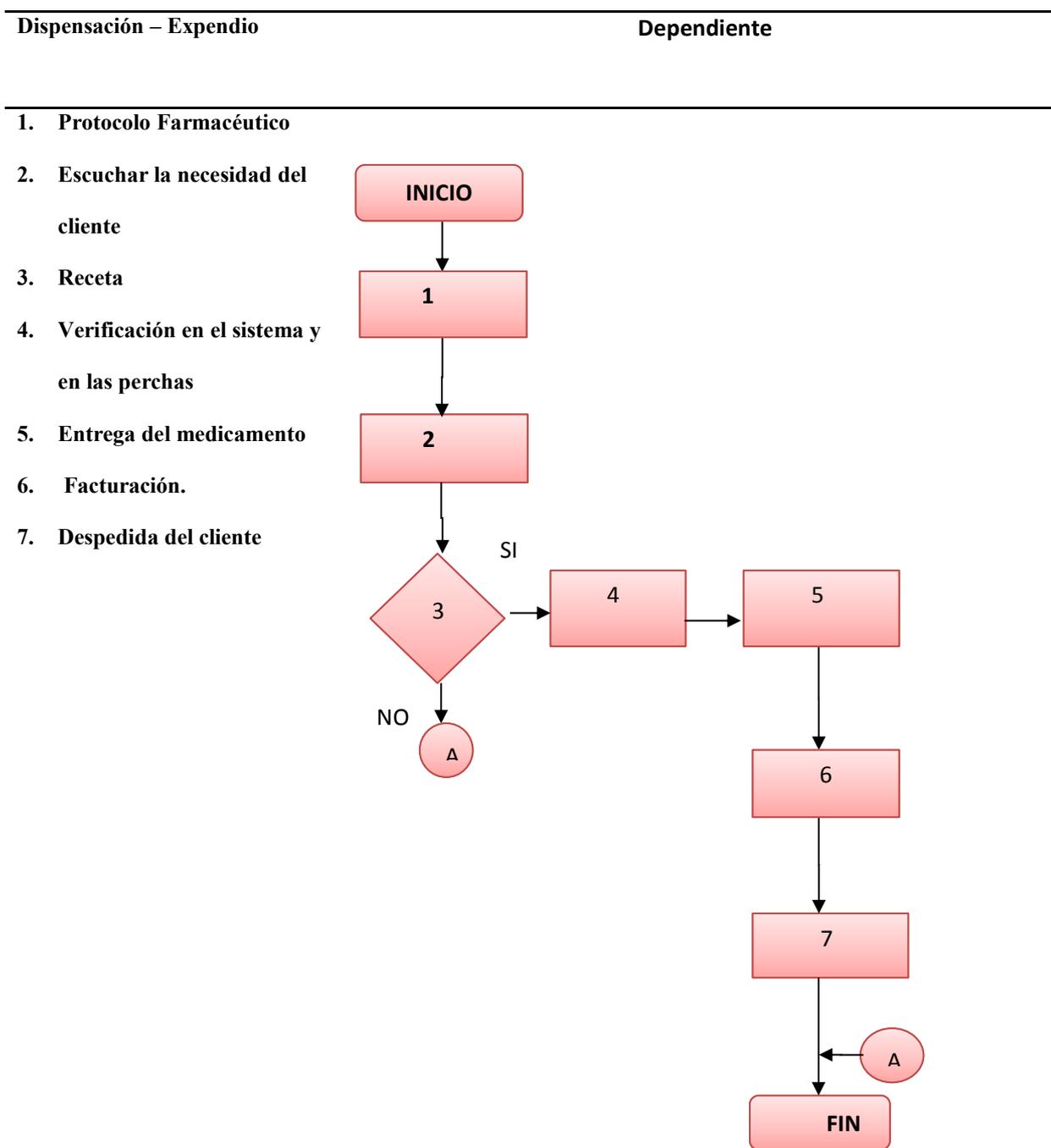
Estructura Organizativa

Procesos administrativos	Procesos operativos
Aprovisionamiento	Recepción
Adquisición	Perchado
Almacenamiento y distribución	Dispensación y expendio
Control de inventario	Facturación

Nota: En la siguiente tabla se detalla la estructura organizativa de una farmacia fuente (Ríos, 2016), elaborado por Franklin Quinchiguango

Tabla 55

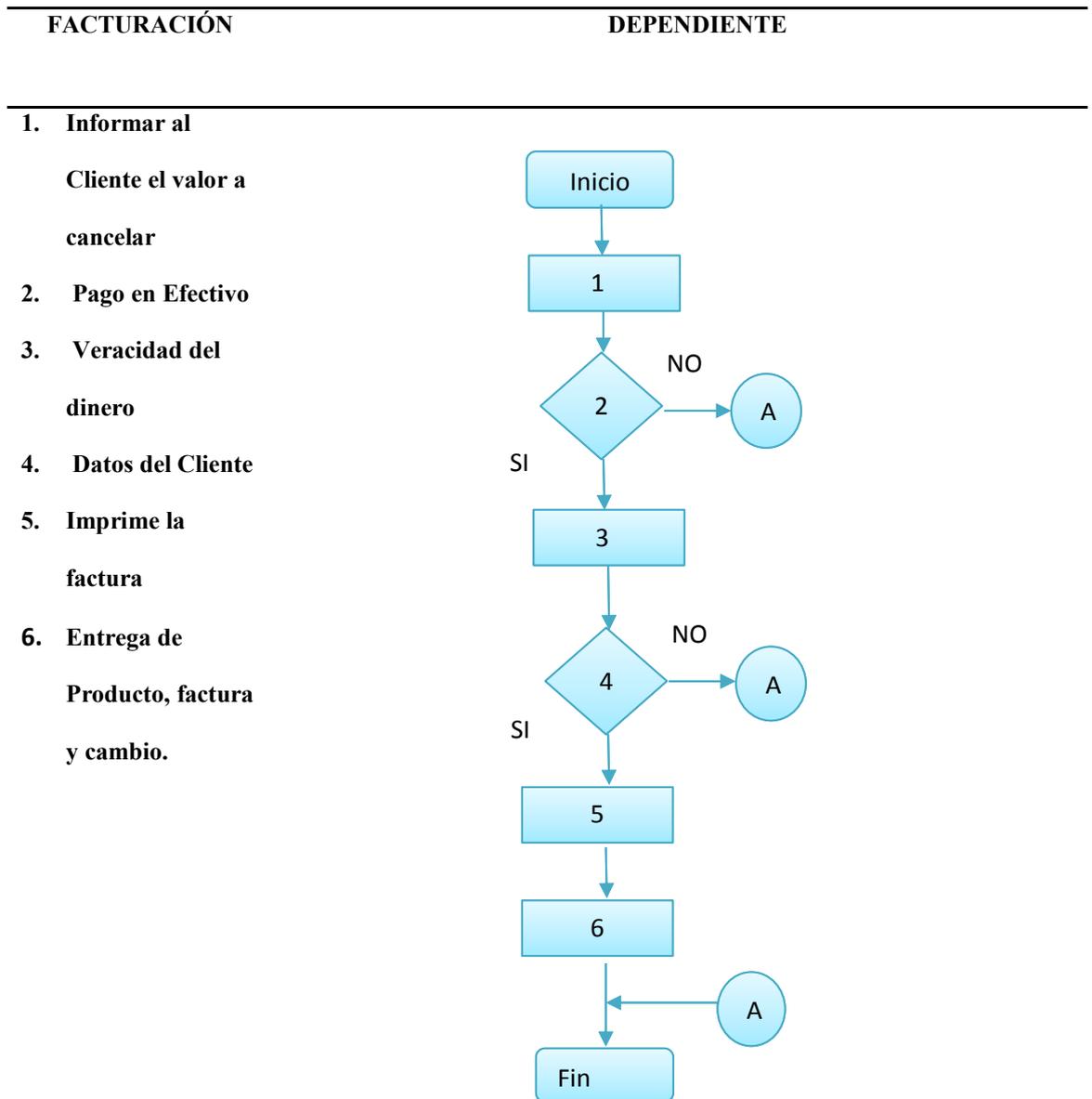
Flujo Grama Dispensación y Expendio



Nota: En el presente flujo grama se detalla un proceso de dispensación y expendio dentro de la farmacia, elaborado por Franklin Quinchiguango, fuente investigación propia

Tabla 56

Flujo Grama Facturación



Nota: En la presente un flujo grama se detalla un proceso de facturación dentro de la farmacia, elaborado por Franklin Quinchiguango, fuente investigación propia

4.3.4. Maquinaria

La farmacia "FRANK PHARMACY" no cuenta con maquinaria, por el motivo que es un establecimiento farmacéutico que se dedica a la dispensación y expendio de los medicamentos

4.3.5. Equipos

Los equipos que se comprará para la farmacia "FRANK PHARMACY" son los siguientes:

Tabla 57

Equipo de computación

Equipos de Computación			
Descripción	Cantidad	Valor Unt.	Valor Total
Computadora Samsung Led 28 Full HD	2	\$ 250,00	\$ 500
Impresora Para Facturas De Rollo Epson Tmu 220 D806	2	\$ 269,00	\$ 538,00
Lector código Barra Pistola Honeywell 1200	2	\$ 169,00	\$ 338,00
Software infamed	1	\$ 825,00	\$ 825,00
Computadora de escritorio	1	\$ 800,50	\$ 800,50
Impresora Epson Wf 2631	1	\$ 360,00	\$ 360,00
		Valor	\$ 3.361,50
		IVA 12%	\$ 403,38
		Total	\$ 3.764,88

Nota: En la siguiente tabla se describe en forma desglosada de cada activo fijo en la cual tenemos el Equipo de Computación, fuente de investigación OXL, elaborada por Franklin Quinchiguango

Tabla 58

Equipo de oficina

Equipos de Oficina			
Descripción	Cantidad	Valor Unt.	Valor Total
Calculadora casio	1	17	\$ 17,00
Grapadora pequeña	1	4	\$ 4,00
Perforadora	1	4,3	\$ 4,30
Dispensador de Agua	1	27,5	\$ 27,50
Termohigrómetro 20 x 15 cm	1	35	\$ 35,00
Archivador	1	30	\$ 30,00
Teléfono inalámbrico Panasonic Doble contestador	1	55	\$ 55,00
Alarma	1	170	\$ 170,00
Extintor 10lb	1	21	\$ 21,00
Dispensador de cinta	1	10	\$ 10,00
		Valor	\$ 373,80
		IVA 12%	\$ 44,86
		Total	\$ 418,66

Nota: En la siguiente tabla se describe en forma desglosada de cada activo fijo en la cual tenemos el Equipo de Oficina, fuente de investigación OXL, elaborada por Franklin Quinchiguango

Tabla 59

Muebles y Enseres

Descripción	Cantidad	Valor Unt.	Valor Total
Tablero ranurado 244cm-217cm-1,5cm	3	\$ 90,00	\$ 270,00
Ganchos 15cm - 7cm - 2,5 cm pqte.X10und	5	\$ 4,50	\$ 22,50
Ganchos 30cm - 7cm - 2,5 cm pqte.X10und	5	\$ 7,50	\$ 37,50
Vitrina Panorámica 120cm x 53cm	3	\$ 220,00	\$ 660,00
Vitrina con iluminación	1	\$ 261,90	\$ 261,90
Mini Refrigerador Mabe 4.0	1	\$ 248,00	\$ 248,00
Candado viro 75cm	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Candado viro 94cm	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Barras protectoras de candado enrollable 2,13cm	1	\$ 21,00	\$ 21,00
Banco plástico confort	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Basurero pedal 8lt	2	\$ 6,50	\$ 13,00
Puerta de aluminio y vidrio 2,05m 1,6m	4	\$ 150,00	\$ 600,00
Escalera dos escalones plegable aluminio	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Silla de oficina giratoria ergonómica	1	\$ 109,00	\$ 109,00
Escritorio recto con Arturito	1	\$ 317,25	\$ 317,25
Modulo ángulo interno con repisa de counter	1	\$ 74,25	\$ 74,25
		Valor	\$ 2.769,40
		IVA 12%	\$ 332,33
		Total	\$ 3.101,73

Nota: En la siguiente tabla se describe en forma desglosada de cada activo fijo en la cual tenemos Muebles y Enseres, fuente de investigación OXL, elaborada por Franklin Quinchiguango

Tabla 60**Rotulación**

Rotulación			
Código	Cantidad	Valor Unt.	Valor Total.
Rótulo marco con lona de 1.50 x 1.50cm	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Rótulo caja de luz de 10.40 x 1.10 cm	1	\$ 1.110,00	\$ 1.110,00
		Valor	\$ 1.230,00
		IVA 12%	\$ 147,60
		Total	\$ 1.377,60

Nota: En la siguiente tabla se describe en forma desglosada de cada activo fijo en la cual tenemos Rotulación fuente de investigación OXL, elaborada por Franklin Quinchiguango

Tabla 61**Mobiliario Metálico**

Mobiliario Metálico			
Código	Cantidad	Valor Unt.	Valor Total
Percha metálicas de 5 servicios	2	\$ 55,00	\$ 110,00
Percha metálicas de 7 servicios	3	\$ 90,00	\$ 270,00
		Valor	\$ 380,00
		IVA 12%	\$ 45,60
		Total	\$ 425,60

Nota: En la siguiente tabla se describe en forma desglosada de cada activo fijo en la cual tenemos Mobiliario metálico, fuente de investigación OXL, elaborada por Franklin Quinchiguango

Tabla 62**Otros**

Otros			
Código	Cantidad	Valor Unt.	Valor Total.
Instalación	1	115	\$ 115
Caja de billetes	2	111,25	\$ 222,5
		Valor	\$ 337,50
		IVA 12%	\$ 40,50
		Total	\$ 378,00

Nota: En la siguiente tabla se describe en forma desglosada de cada activo fijo en la cual tenemos Otros fuente de investigación OXL, elaborada por Franklin Quinchiguango

Tabla 63***Otros activos fijos***

Otros Activos Fijos			
Código	Cantidad	Valor Unt.	Valor Total.
Letrero frontal grande	1	\$ 130,00	\$ 130,00
Letrero lateral pequeño	1	\$ 50,00	\$ 50,00
		Valor	\$ 180,00
		IVA 12%	\$ 21,60
		Total	\$ 201,60

Nota: En la siguiente tabla se describe en forma desglosada de cada activo fijo en la cual tenemos Otros Activos fuente de investigación OXL, elaborada por Franklin Quinchiguango

Tabla 64***Activos fijos 12% IVA***

Sub-Total	\$ 8.632,20
Proyección	\$ 8.632,20
IVA	12%
Total	\$ 1.035,86
Total:	\$ 9.668,06

Nota: la siguiente tabal se describe los activos fijos con el 12% del IVA, fuente de investigación propia y elaborado por Franklin Quinchiguango

Capítulo V

Estudio Financiero

5.1. Ingresos Operacionales y no Operacionales

5.1.1. Ingresos Operacionales

Los ingresos operacionales son aquellos ingresos cuando están relacionados a la actividad que realiza directamente el trabajador y la empresa

El proyecto de la Farmacia “FRANK PHARMACY” contara únicamente con ingresos Operacionales que saldrán directamente de la venta de los productos farmacéuticos.

Tabla 65

Ingresos Operacionales

Oferta Proyecta	Demanda Proyectada	Demanda Insatisfecha (\$)	72% de la Demanda Insatisfecha (\$)
\$ 149.657,14	\$ 425.220,66	\$ - 275.563,52	198.405,74

Nota: En la siguiente tabla se detalla los ingresos operaciones valor que se obtiene de la demanda insatisfecha, fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

Los ingresos operaciones se obtiene de la demanda insatisfecha el porcentaje a cubrir será del 72% este porcentaje sale de los resultados de las encuestas realizadas a las familias en la pregunta 1 determinado así que la Farmacia "FRANK PHARMACY" tendrá un ingreso Operacional de \$ 198.405,74 anuales

5.1.2. Ingresos no Operacionales

Los ingresos no operacionales son aquellos que no están relacionados a la actividad principal.

5.2. Costos

Se define al a la cantidad monetaria para adquirir bienes o servicios mediante la reducción de activos o al incurrir en pasivos en el momento en que se obtienen los beneficios. (Giovanny, 2001)

5.2.1. Costos Directos

Son aquellos que la empresa es capaz de asociar con los artículos o áreas específico, los más importantes dentro de los costos directos tenemos a la materia prima y la mano de obra directa. (Giovanny, 2001)

Tabla 66***Mano de obra directa***

	ADMINISTRADOR	DEPENDIENTE
Sueldo	\$ 450,00	\$ 375,00
Décimo tercero	\$ 37,50	\$ 31,25
Décimo cuarto	\$ 31,25	\$ 31,25
Vacaciones	\$ 18,75	\$ 15,63
Aporte patronal	\$ 54,68	\$ 45,56
Aporte personal	42,53	35,44
Fondos de reserva	-	-
Total mensual	\$ 592,18	\$ 498,69
Total anual	\$ 7.106,10	\$ 5.984,25

Nota: en la siguiente tabla se detalla los sueldos y salarios tanto de administrador como el dependiente con todo lo que la ley amerita, fuente de información propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

Materia Prima (Mercadería)

Total Anual consumidores	\$ 425.220,66
60% de la Demanda insatisfecha	\$ 165.338,11
Promedio ventas mensual	\$ 13.778,18
Stock básico para iniciar	\$ 27.556,35
72% de la Demanda insatisfecha	\$ 19.840,57
Costo mercadería anual * 60%	\$ 119.043,44
Promedio ventas mensual	\$ 13.778,18
Stock básico para iniciar	\$ 27.556,35
Costo mercadería anual	\$ 119.043,44

Análisis:

El costo de la mercadería para iniciar la farmacia es de \$27.556,35 se obtuvo del promedio de venta mensual la cual se multiplicó por 2 meses dando como valor el ya expuesto.

5.2.2. Costos Indirectos

Define aquellos artículos que no son directamente asociables a ningún artículo o área. Usualmente, los costos indirectos se cargan a los artículos o áreas con base en técnicas de asignación. (Giovanny, 2001).

Como costo indirecto tenemos el sueldo del Bioquímico por sus servicios profesionales.

Tabla 67

Costos Indirectos

	Bioquímico
Sueldo	\$ 200,00

Nota: en la siguiente tabla se detalla los sueldos y salarios del Bioquímico, fuente de información propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

5.2.3. Gastos Administrativos

Define a los gastos que tiene que ver directamente con la administración general del negocio (Garcia, 2014)

Tabla 68**Gastos Administrativos**

Gastos Administrativos	\$	12.679,28
Sueldo Bioquímico	\$	3.366,60
Dep. Muebles y Enseres	\$	548,45
Dep. Equipos de oficina	\$	41,87
Dep. Equipos de Computación	\$	1.254,96
Gasto Amortización	\$	260,00
Permisos de funcionamiento	\$	92,00
Servicios Básicos	\$	1.032,00
Arriendo	\$	3.600,00
Suministros de oficina	\$	1.157,40
Útiles de Aseo	\$	1.326,00

Nota: en la siguiente tabla se detalla los gastos administrativos que realizará la farmacia en un año contable, fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

Tabla 69**Permisos**

Descripción	Mensual	Anual
Permiso de funcionamiento del ARCSA	-	\$56,00
Patente Municipal	-	\$11,00
Permiso de bomberos	-	\$25,00
TOTAL	-	\$92,00

Nota: En la siguiente tabla se describe los valores de los permisos de funcionamientos, fuente de investigación ARCSA, elaborada por Franklin Quinchiguango

Tabla 70

Servicios Básicos

Descripción	Mensual	Anual
Luz Eléctrica	\$25,00	\$300,00
Agua Potable	\$15,00	\$180,00
Teléfono	\$25,00	\$ 300,00
Internet	\$21,00	\$252,00
TOTAL	\$86,00	\$1032,00

Nota: En la siguiente tabla se describe los valores de los servicios básicos, fuente de investigación propia, elaborada por Franklin Quinchiguango

Tabla 71:

Arriendos

Descripción	Mensual	Anual
Arriendo	\$300,00	\$3600,00
TOTAL	\$300,00	\$3600,00

Nota: En la siguiente tabla se describe el valor del arriendo del local, fuente de investigación propia, elaborada por Franklin Quinchiguango

Tabla 72

Suministros de oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Mensual	Anual
Resma de papel bond	3	\$3,50	\$10,50	\$126,00
Esferos	10	\$0,35	\$3,50	\$42,00
Lápices	10	\$0,25	\$2,50	\$30,00
Borradores	3	\$0,20	\$0,60	\$7,20
Sacapuntas	3	\$0,25	\$0,75	\$9,00
Grapas(caja)	12	\$0,40	\$4,80	\$57,60
Clips(Caja)	2	\$1,50	\$3,00	\$36,00
Tijeras	3	\$1,00	\$3,00	\$36,00
Marcadores	6	\$0,75	\$4,50	\$54,00
Carpetas archivadoras	6	\$6,50	\$39,00	\$468,00
Carpeta portafolio	2	\$4,50	\$9,00	\$108,00
Libreta	6	\$1,00	\$6,00	\$72,00

Cuadernos universitarios	6	\$1,15	\$6,90	\$82,80
Goma en barra BIG	3	\$0,80	\$2,40	\$28,80
TOTAL			\$96,45	\$1.157,40

Nota: En la siguiente tabla se describe los gastos de suministro de oficina, fuente de investigación propia, elaborada por Franklin Quinchiguango

Tabla 73

Útiles de aseo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Mensual	Anual
Escoba	2	\$2,00	\$4,00	\$48,00
Trapeador	2	\$2,50	\$5,00	\$60,00
Recogedor de basura de metal	1	\$3,50	\$3,50	\$42,00
Balde para trapeador	1	\$5,00	\$5,00	\$60,00
Franelas 2*1	4	\$1,00	\$4,00	\$48,00
Desinfectante galón	4	\$6,00	\$24,00	\$288,00
Cloro Galón	4	\$5,00	\$20,00	\$240,00
Detergente	3	\$15,00	\$45,00	\$540,00
TOTAL			\$110,50	\$1.326,00

Nota: En la siguiente tabla se describe los gastos de suministro de oficina, fuente de investigación propia, elaborada por Franklin Quinchiguango

5.2.4. Costo de Ventas

Define al valor en que se ha invertido para producir o comprar un bien que se vende. (Gerencie, 2010)

En el caso de la farmacia el costo de venta será la mercadería adquirida para el establecimiento para luego la misma ser vendida a los clientes.

El costo de ventas se obtendrá de las ventas anuales de lo obtenido en la demanda insatisfecha, de ese valor se tomara el 60 % para obtener el costo de ventas de la farmacia.

Tabla 74

Costo de ventas

Oferta Proyectada	Demanda Proyectada	demanda insatisfecha (\$)	72% de la demanda insatisfeh a (\$)	ventas anuales 60% de la demanda insatisfecha	Ventas Mensuales	Ventas diarias
\$154.610,79	\$ 448.441,11	\$ 293.830,32	211.557,83	\$ 176.298,19	\$14.691,52	\$ 489,72

Nota: En la siguiente se describe el costo de venta es decir la mercadería que deberá adquirir la farmacia, fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

5.2.5. Gasto Ventas

Permite ubicar a la producción en el mercado afrontando el proceso de comercialización de sus diversos niveles, originan los gastos de ventas que pueden ser fijos y variables, en mayor o menor proporción de acuerdo a las características de comercialización del producto.

Tabla 75

Gastos de Ventas

Gasto de Ventas	\$	16.930,35
Sueldo Administrador y Vendedor	\$	7.106,10
Sueldo Dependiente	\$	5.984,25
Gastos Marketing/ Publicidad	\$	3.840,00

Nota: En la siguiente tabla se describe los gastos de venta anual, fuente de investigación propia, elaborada por Franklin Quinchiguango

Detalles de la Publicidad y Promoción

Tabla 76**Descripción gasto ventas (Promociones)**

Días Promocionales	Cantidad	Valor unitario	Mensual	Anual
Hojas Volantes 14 cm*20cm(500)	500	0,05	\$ 25,00	\$ 300,00
Arco de globos	1	25	\$ 25,00	\$ 300,00
Globos con logos de la farmacia (100)	3	25	\$ 75,00	\$ 900,00
Toma todo termo aluminio para sublimar 500ml	30	5	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Llaveros Personalizados	30	1,5	\$ 45,00	\$ 540,00
TOTAL			\$ 320,00	\$3.840,00

Nota: En la siguiente tabla se describe los gastos de ventas (promociones), fuente de investigación propia, elaborada por Franklin Quinchiguango

Se presenta los sueldos y beneficios sociales actuales y proyectados hasta el año 2022

Mediante la fórmula:

$$C_n = C_0 * (1+i)^n$$

Tabla 77**Sueldo y Salarios**

Años	Cálculo de Sueldos y Salarios	%
2012	292	
2013	318	8,90%
2014	340	6,92%
2015	354	4,12%
2016	366	3,39%
2017	375	2,46%
Sumatoria		25,79%
Media		5,16%
		0,0516

Nota: en la siguiente tabla se detalla los sueldos y salarios de cinco años atrás, fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

Sueldos y salarios que la Farmacia pagará tanto al Administrador como al Dependiente con las remuneraciones que la Ley lo amerita.

Tabla 78

Proyección sueldo administrador

Administrador	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Sueldo	\$450,00	\$473,21	\$497,62	\$523,28	\$550,27	\$578,65
Décimo tercero	\$37,50	\$39,43	\$41,47	\$43,61	\$45,86	\$48,22
Décimo cuarto	\$31,25	\$32,86	\$34,56	\$36,34	\$38,21	\$40,18
Vacaciones	\$18,75	\$19,72	\$20,73	\$21,80	\$22,93	\$24,11
Aporte patronal	\$54,68	\$57,50	\$60,46	\$63,58	\$66,86	\$70,31
Aporte Personal	\$ 42,53	\$44,72	\$47,02	\$49,45	\$52,00	\$54,68
Fondos de reserva	-	\$39,42	\$41,45	\$43,59	\$45,84	\$48,20
Total mensual	\$592,18	\$662,14	\$696,29	\$732,20	\$769,97	\$809,68
Total anual	\$7.106,10	\$7.945,64	\$8.355,45	\$8.786,41	\$9.239,59	\$9.716,15

Nota: En la siguiente tabla se describe el sueldo del administrador actual y proyectado para cinco años, fuente de investigación propia y elaborado por Franklin Quinchiguango

Tabla 79

Proyección sueldo dependiente

Dependiente	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Sueldo	\$375,00	\$394,34	\$414,68	\$436,07	\$458,56	\$482,21
Décimo tercero	\$31,25	\$32,86	\$34,56	\$36,34	\$38,21	\$40,18
Décimo cuarto	\$31,25	\$32,86	\$34,56	\$36,34	\$38,21	\$40,18
Vacaciones	\$15,63	\$16,43	\$17,28	\$18,17	\$19,11	\$20,09
Aporte patronal	\$45,56	\$47,91	\$50,38	\$52,98	\$55,72	\$58,59
Aporte Personal	\$35,44	\$37,27	\$39,19	\$41,21	\$43,33	\$45,57
Fondos de reserva	-	\$32,85	\$34,54	\$36,32	\$38,20	\$40,17
Total mensual	\$498,69	\$557,26	\$586,00	\$616,22	\$648,01	\$681,43
Total anual	\$5.984,25	\$6.687,09	\$7.031,99	\$7.394,69	\$7.776,09	\$8.177,16

Nota: En la siguiente tabla se describe el sueldo del Dependiente actual y proyectado para cinco años, fuente de investigación propia y elaborado por Franklin Quinchiguango

Tabla 80**Proyección sueldo Bioquímico**

Bioquímico	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Sueldo	\$200,00	\$210,32	\$221,16	\$232,57	\$244,57	\$257,18
Décimo tercero	\$16,67	\$17,53	\$18,43	\$19,38	\$20,38	\$21,43
Décimo cuarto	\$31,25	\$32,86	\$34,56	\$36,34	\$38,21	\$40,18
Vacaciones	\$8,33	\$8,76	\$9,22	\$9,69	\$10,19	\$10,72
Aporte patronal	\$24,30	\$25,55	\$26,87	\$28,26	\$29,71	\$31,25
Aporte Personal	\$18,90	\$19,87	\$20,90	\$21,98	\$23,11	\$24,30
Fondos de reserva	-	\$17,52	\$18,42	\$19,37	\$20,37	\$21,42
Total mensual	\$280,55	\$312,54	\$328,66	\$345,61	\$363,44	\$382,18
Total anual	\$3.366,60	\$3.750,47	\$3.943,91	\$4.147,33	\$4.361,24	\$4.586,18

Nota: En la siguiente tabla se describe el sueldo del Bioquímico actual y proyectado para cinco años, fuente de investigación propia y elaborado por Franklin Quinchiguango

5.2.6. Gastos Financieros

Representan todos aquellos gastos relacionados con el endeudamiento o servicios del sistema financiero. La acción financiera que son reflejo de la utilización de créditos por parte de la empresa tanto para su implementación como para su funcionamiento.

Tabla 81**Gasto financiero**

Monto	\$ 18.000,00	Interés 1er año	\$ 2.356,74
Tasa anual	15,00%	Interés 2do año	\$ 1.531,91
Plazo	36 meses	Interés 3er año	\$ 574,49
Pago Mensual	\$ 623,98	Total interés	\$ 4.463,13

Nota: En la siguiente tabla se describe el préstamo bancario como gasto financiero, fuente de investigación Cooperativa 16 de Julio y elaborada por Franklin Quinchiguango

El préstamo se lo adquiere en la Cooperativa 16 de julio valor de \$ 18.000 dólares con una tasa de interés anual del 15,00%, con un plazo de pago de 36 meses es decir 3 años, con una cantidad mensual a cancelar de \$ 623,98

5.2.7. Costos Fijos y Variables

5.2.7.1. Costos Fijos.

Son aquellos que siempre deberás pagar, independiente del nivel de producción de tu negocio o emprendimiento. (Peralta, 2015)

5.2.7.2. Costos Variables.

Son aquellos que deberás pagar para producir tus productos o prestar tus servicios. (Peralta, 2015)

Tabla 82

Costos fijos y variables

Cuentas	Costos Fijos	Costos Variables	Costos Totales
Costos de ventas	\$ -	\$ 105.778,92	\$ 105.778,92
Gastos de ventas	\$ 13.090,35	\$ 3.840,00	\$ 16.930,35
Gastos administrativos	\$ 12.679,28	\$ -	\$ 12.679,28
Gastos financieros	\$ 2.356,74		\$ 2.356,74
Total	\$ 28.126,36	\$ 109.618,92	\$ 137.745,28

Nota: Descripción costos fijos y variables dentro del estado de pérdidas y ganancias, fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

5.3. Inversiones

Define como una erogación de un activo líquido, con el objetivo de obtener un beneficio en el futuro. (zoniaeconómica.com, 2011)

5.3.1. Inversión Fija

Son aquellos bienes y materiales tangibles e intangibles que posee la empresa.

5.3.1.1. *Activos Fijos*

Son todos aquellos bienes que posee la empresa que no pueden convertirse en líquido a corto plazo y que son necesarios para el funcionamiento de la misma y no se destina a la venta.

Los activos fijos que la empresa cuenta es la siguiente:

Tabla 83

Activo fijo

Activos Fijos	
Muebles y enseres	\$ 5.484,53
Equipos de oficina	\$ 418,66
Equipos de Computación	\$ 3.764,88
Sub. total Activos Fijos	\$ 9.668,06

Nota: Descripción de los activos fijos que posee la farmacia, fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

5.3.1.2. *Activos Nominales o Diferidos*

Son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles hacer recuperados por la empresa, en ningún momento.

Tabla 84

Activos Diferidos

Activos Diferidos	
Permisos de funcionamiento	\$ 92,00
Gastos de Constitución	\$ 1.300,00
Sub. Act. Diferidos	\$ 1.392,00

Nota: Descripción de los activos diferidos que posee la farmacia, fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

5.3.2. Capital de Trabajo

Son todos los activos corrientes que la empresa posee el cual puede ser disponible, exigible, realizable, inventarios e inversiones a corto plazo.

Entre el capital de trabajo que la farmacia posee es la siguiente:

Tabla 85

Capital de Trabajo

Activos Corrientes	
Caja	\$ 2.317,41
Bancos	\$ 2.500,00
Mercadería	\$ 27.556,35
Sub. Total Activos Corrientes	\$ 32.373,76

Nota: descripción de los activos Corrientes o capital de trabajo que posee la farmacia, fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

5.3.3. Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos

Las fuentes de financiamiento designan el conjunto de capitales internos y externos a la organización utilizados para financiamiento de las aplicaciones y las inversiones (Nunes, 2016).

Tabla 86

Fuentes de Financiamiento

Financiamiento	Valores	Porcentaje
	\$ -	0,00%
Pasivos Corriente		
Pasivos a Largo Plazo	\$ 18.000,00	41,44%
Patrimonio	\$ 25.433,83	58,56%
Total Activos	\$ 43.433,83	100,00%

Nota: descripción de las fuentes de financiamiento que aportaran para su debido funcionamiento, fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

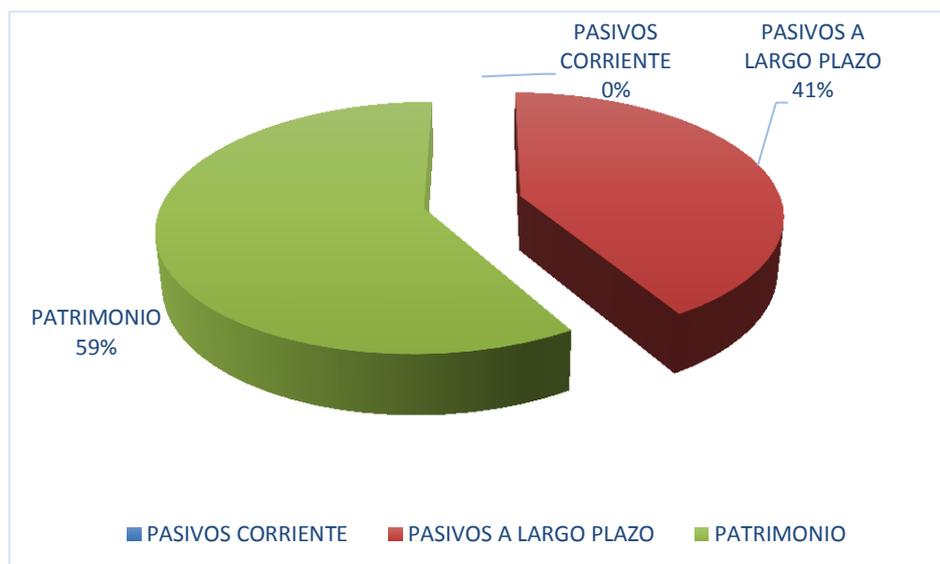


Figura 42: Fuentes de Financiamiento en la figura se detalla las aportaciones que tendrá la farmacia tanto pasivo a largo plazo como patrimonio fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

5.3.4. Amortización de Financiamiento

Capital = \$ 18.000,00

Tiempo = 36 meses

Interés = 15% (1,25%)=0,0125

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

$$A = 18000 = \frac{0,019549298}{0,563943819}$$

$$A = 18000 * 0,034665329$$

$$A = \$ \mathbf{623,98}$$

Tabla 87

Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODOS	CAPITAL	INTERES	PAGO	CAPITAL PAGADO
1	\$ 18.000,00	\$ 225,00	\$ 623,98	\$ 398,98
2	\$ 17.601,02	\$ 220,01	\$ 623,98	\$ 403,96
3	\$ 17.197,06	\$ 214,96	\$ 623,98	\$ 409,01
4	\$ 16.788,05	\$ 209,85	\$ 623,98	\$ 414,13
5	\$ 16.373,92	\$ 204,67	\$ 623,98	\$ 419,30
6	\$ 15.954,62	\$ 199,43	\$ 623,98	\$ 424,54
7	\$ 15.530,08	\$ 194,13	\$ 623,98	\$ 429,85
8	\$ 15.100,23	\$ 188,75	\$ 623,98	\$ 435,22
9	\$ 14.665,00	\$ 183,31	\$ 623,98	\$ 440,66
10	\$ 14.224,34	\$ 177,80	\$ 623,98	\$ 446,17
11	\$ 13.778,17	\$ 172,23	\$ 623,98	\$ 451,75
12	\$ 13.326,42	\$ 166,58	\$ 623,98	\$ 457,40

13	\$	12.869,03	\$	160,86	\$	623,98	\$	463,11
14	\$	12.405,91	\$	155,07	\$	623,98	\$	468,90
15	\$	11.937,01	\$	149,21	\$	623,98	\$	474,76
16	\$	11.462,25	\$	143,28	\$	623,98	\$	480,70
17	\$	10.981,55	\$	137,27	\$	623,98	\$	486,71
18	\$	10.494,84	\$	131,19	\$	623,98	\$	492,79
19	\$	10.002,05	\$	125,03	\$	623,98	\$	498,95
20	\$	9.503,10	\$	118,79	\$	623,98	\$	505,19
21	\$	8.997,92	\$	112,47	\$	623,98	\$	511,50
22	\$	8.486,41	\$	106,08	\$	623,98	\$	517,90
23	\$	7.968,52	\$	99,61	\$	623,98	\$	524,37
24	\$	7.444,15	\$	93,05	\$	623,98	\$	530,92
25	\$	6.913,22	\$	86,42	\$	623,98	\$	537,56
26	\$	6.375,66	\$	79,70	\$	623,98	\$	544,28
27	\$	5.831,38	\$	72,89	\$	623,98	\$	551,08
28	\$	5.280,30	\$	66,00	\$	623,98	\$	557,97
29	\$	4.722,33	\$	59,03	\$	623,98	\$	564,95
30	\$	4.157,38	\$	51,97	\$	623,98	\$	572,01
31	\$	3.585,37	\$	44,82	\$	623,98	\$	579,16
32	\$	3.006,21	\$	37,58	\$	623,98	\$	586,40
33	\$	2.419,81	\$	30,25	\$	623,98	\$	593,73
34	\$	1.826,09	\$	22,83	\$	623,98	\$	601,15
35	\$	1.224,94	\$	15,31	\$	623,98	\$	608,66
36	\$	616,27	\$	7,70	\$	623,98	\$	616,27
	\$	(0,00)	\$	4.463,13	\$	22.463,13	\$	18.000,00

Nota: En la siguiente tabla se detalla la tabla de amortización donde se verifica los pagos que se debe realizar por los 36 meses acorde al préstamo realizado, fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

5.3.5. Depreciaciones (tablas)

Depreciación Muebles y Enseres

Total \$ 5.484,53

$$\text{DEP} = \frac{\text{VC} - \text{VR}}{\text{T}}$$

DEP = \$ 548,45

Tabla 88

Depreciación Muebles y Enseres

AÑOS	DEP	DEP ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 5.484,5
1	\$ 548,45	\$ 548,45	\$ 4.936,0
2	\$ 548,45	\$ 1.096,91	\$ 4.387,6
3	\$ 548,45	\$ 1.645,36	\$ 3.839,1
4	\$ 548,45	\$ 2.193,81	\$ 3.290,7
5	\$ 548,45	\$ 2.742,26	\$ 2.742,2
6	\$ 548,45	\$ 3.290,72	\$ 2.193,8
7	\$ 548,45	\$ 3.839,17	\$ 1.645,3
8	\$ 548,45	\$ 4.387,62	\$ 1.096,9
9	\$ 548,45	\$ 4.936,08	\$ 548,4
10	\$ 548,45	\$ 5.484,53	\$ -

Nota: Depreciación muebles y enseres según sus años de vida útil, fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

Depreciación Equipos de Computación

Total \$ 3.764,88

$$\text{DEP} = \frac{\text{VC} - \text{VR}}{\text{T}}$$

DEP = \$ 1.254,96

Tabla 89

Depreciación Equipo de computación

AÑOS	DEP	DEP ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 3.764,8
1	\$ 1.254,9	\$ 1.254,9	\$ 2.509,9
2	\$ 1.254,9	\$ 2.509,9	\$ 1.254,9
3	\$ 1.254,9	\$ 3.764,8	\$ -

Nota: Depreciación equipo de computación según sus años de vida útil, fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

Depreciación Equipos de Oficina

Valor \$ 418,66

$$\text{DEP} = \frac{\text{VC} - \text{VR}}{\text{T}}$$

DEP = \$ 41,87

Tabla 90

Depreciación Equipo de Oficina

AÑOS	DEP	DEP ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 418,6
1	\$ 41,8	\$ 41,8	\$ 376,7
2	\$ 41,8	\$ 83,7	\$ 334,9
3	\$ 41,8	\$ 125,6	\$ 293,0
4	\$ 41,8	\$ 167,4	\$ 251,1
5	\$ 41,8	\$ 209,3	\$ 209,3
6	\$ 41,8	\$ 251,1	\$ 167,4
7	\$ 41,8	\$ 293,0	\$ 125,6
8	\$ 41,8	\$ 334,9	\$ 83,7
9	\$ 41,8	\$ 376,7	\$ 41,8
10	\$ 41,8	\$ 418,6	\$ -

Nota: Depreciación equipo de oficina según sus años de vida útil, fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

Gasto de Amortización

Gastos de Constitución	\$	1.300,00
VALOR	\$	1.300,00
Amortización =		$\frac{VC - VR}{T}$
Amortización=	\$	$\frac{1.300,00}{5}$
Amortización=	\$	260,00

Tabla 91

Gasto Constitución

AÑOS	AMORTIZACIÓN	AMORT, ACUM	VALOR EN LIBROS
0			\$ 1.300,0
1	\$ 260,0	\$ 260,0	\$ 1.040,0
2	\$ 260,0	\$ 520,0	\$ 780,0
3	\$ 260,0	\$ 780,0	\$ 520,0
4	\$ 260,0	\$ 1.040,0	\$ 260,0
5	\$ 260,0	\$ 1.300,0	\$ -

Nota: Gasto de constitución según sus años de vida útil, fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

5.3.6. Estado de Situación Inicial

Son aquellos fondos propios de la empresa donde se detalla Activos, Pasivos y Patrimonio.

Tabla 92

Situación Inicial

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
FARMACIA FRANK PHARMACY			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Corrientes		PASIVOS CORRIENTES	
Caja	\$ 2.317,41		
Bancos	\$ 2.500,00		
Mercadería	\$ 27.556,35		
SUB. TOTAL	\$ 32.373,76	SUB. TOTAL	\$ -
ACTIVOS		PASIVOS	
CORRIENTES		CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS		PASIVOS A LARGO PLAZO	
Muebles y enseres	\$ 5.484,53	Obligaciones bancarias	\$ 18.000,00
Equipos de oficina	\$ 418,66		
Equipos de Computación	\$ 3.764,88		
SUB. TOTAL	\$ 9.668,06	SUB. TOTAL	\$ 18.000,00
ACTIVOS FIJOS		PASIVOS A LARGO PLAZO	
		PATRIMONIO	\$ 25.433,83
ACTIVOS DIFERIDOS			
Permisos de funcionamiento	\$ 92,00		
Gastos de Constitución	\$ 1.300,00		
SUBT. ACT. DIFERIDOS	\$ 1.392,00		
TOTAL ACTIVOS	\$ 43.433,83	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 43.433,83

Nota: Descripción del balance general inicial de la farmacia en un año contable, fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

5.3.7. Estado de Resultados

También conocido como estado de pérdidas y ganancias, la cual informa sobre los ingresos, gastos, ganancias o pérdidas que obtiene una empresa en un periodo de tiempo.

Tabla 93

Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
AÑOS	1	2	3	4	5
	2018	2019	2020	2021	2022
VENTAS	\$ 176.298,19	\$ 187.920,71	\$ 200.243,94	\$ 213.308,36	\$ 227.156,68
COSTO DE VENTAS	\$ 105.778,92	\$ 112.752,42	\$ 120.146,37	\$ 127.985,01	\$ 136.294,01
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 70.519,28	\$ 75.168,28	\$ 80.097,58	\$ 85.323,34	\$ 90.862,67
GASTO DE VENTAS	\$ 16.930,35	\$ 18.613,71	\$ 19.654,54	\$ 20.763,51	\$ 21.945,23
Sueldo Administrador y Vendedor	\$ 7.106,10	\$ 8.059,33	\$ 8.606,33	\$ 9.190,46	\$ 9.814,23
Sueldo Dependiente	\$ 5.984,25	\$ 6.627,88	\$ 7.077,73	\$ 7.558,11	\$ 8.071,09
Gastos Marketing Publicidad	\$ 3.840,00	\$ 3.926,50	\$ 3.970,47	\$ 4.014,94	\$ 4.059,91
UTILIDAD NETA VENTAS	\$ 53.588,93	\$ 56.554,57	\$ 60.443,04	\$ 64.559,83	\$ 68.917,44
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 12.679,28	\$ 13.274,09	\$ 13.614,48	\$ 12.718,33	\$ 13.096,77
Sueldo Bioquímico	\$ 3.366,60	\$ 3.799,06	\$ 4.056,91	\$ 4.332,26	\$ 4.626,30
Dep. Muebles y Enseres	\$ 548,45	\$ 548,45	\$ 548,45	\$ 548,45	\$ 548,45
Dep. Equipos de oficina	\$ 41,87	\$ 41,87	\$ 41,87	\$ 41,87	\$ 41,87
Dep. Equipos de Computación	\$ 1.254,96	\$ 1.254,96	\$ 1.254,96	\$ -	\$ -
Gasto Amortización	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00
Permisos de funcionamiento	\$ 92,00	\$ 94,07	\$ 95,13	\$ 96,19	\$ 97,27
Servicios Básicos	\$.032,00	\$ 1.055,25	\$ 1.067,07	\$ 1.079,02	\$ 1.091,10
Arriendo	\$ 3.600,00	\$ 3.681,09	\$ 3.722,32	\$ 3.764,01	\$ 3.806,17
Suministros de oficina	\$ 1.157,40	\$ 1.183,47	\$ 1.196,73	\$ 1.210,13	\$ 1.223,68
Útiles de Aseo	\$.326,00	\$ 1.355,87	\$ 1.371,05	\$ 1.386,41	\$ 1.401,94
Utilidad Operacional	\$ 40.909,65	\$ 43.280,48	\$ 46.828,56	\$ 51.841,50	\$ 55.820,66
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.356,74	\$ 1.531,91	\$ 574,49		
Utilidad antes de Impuestos	\$ 38.552,91	\$ 41.748,57	\$ 46.254,07	\$ 51.841,50	\$ 55.820,66
15% Trabajadores	\$ 5.782,94	\$ 6.262,29	\$ 6.938,11	\$ 7.776,22	\$ 8.373,10
Utilidad de Impuestos	\$ 32.769,98	\$ 35.486,29	\$ 39.315,96	\$ 44.065,27	\$ 47.447,56
25% Impuestos	\$ 8.192,49	\$ 8.871,57	\$ 9.828,99	\$ 11.016,32	\$ 11.861,89
Utilidad Final	\$ 24.577,48	\$ 26.614,71	\$ 29.486,97	\$ 33.048,95	\$ 35.585,67

10% Reserva Legal	\$ 2.457,75	\$ 2.661,47	\$ 2.948,70	\$ 3.304,90	\$ 3.558,57
Utilidad de Dividendos	\$ 22.119,73	\$ 23.953,24	\$26.538,27	\$29.744,06	\$32.027,11

Nota: Descripción el Estado de Pérdidas y Ganancias de la farmacia proyectados para cinco años, fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

5.3.8. Flujo de caja

El Flujo de Caja es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado.

(Navarro, 2008)

Tabla 94

Flujo de caja

Flujo de Caja	0	1	2	3	4	5
Utilidad		\$24.577,48	\$26.614,71	\$29.486,97	\$33.048,9	\$35.585,67
Depreciación		\$ 1.845,28	\$ 1.845,28	\$ 1.845,28	\$ 590,32	\$ 590,32
Amortización		\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00
Gasto Financiero		\$ 2.356,74	\$ 1.531,91	\$ 574,49		
Flujo Operacional		\$29.039,50	\$30.251,90	\$32.166,74	\$33.899,27	\$36.435,99
Inversiones						
Capital de trabajo	\$(33.765,76)					\$ 5.064,86
Activos Fijos	\$ (9.668,06)					\$ 1.450,21
Flujo Neto	\$(43.433,83)	\$29.039,50	\$30.251,90	\$32.166,74	\$33.899,27	\$42.951,07

Nota: Descripción del el Flujo de Caja de la farmacia proyectados para cinco años, fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

5.4. Evaluación Financiera

5.4.1. Tasa de Descuento o Tasa mínima de retorno T (MAR)

Es la tasa de oportunidad en el mercado costo del capital que las fuentes que financian el proyecto pueden esperar obtener para invertir su dinero.

Se tomará en cuenta tres parámetros que son:

- ✓ Tasa Financiera
- ✓ Inflación
- ✓ Riesgo País

$$T (\text{MAR}) = \quad \quad \quad \text{TI+RP+INF}$$

$$T (\text{MAR}) = \quad \quad \quad 15\%+7,94+1,12\%$$

$$T (\text{MAR}) = \quad \quad \quad 24,06\%$$

5.4.2. Valor Actual Neto (VAN)

Es la expresión, en términos actuales, de los ingresos y egresos que se producen durante el horizonte de vida del proyecto y representa el total de los recursos líquidos que quedan a favor de la empresa al final de su vida útil.

Fórmula:

$$\text{VAN} = -\text{Inversión Inicial} + \frac{FN1}{(1+i)^1} + \frac{FN2}{(1+i)^2} + \frac{FN3}{(1+i)^3} + \frac{FE4}{(1+i)^4} + \frac{FE5}{(1+i)^5}$$

Tabla 95

Cálculo del VAN

CÁLCULO DEL VAN		
	FN	VAN
0	\$ (43.433,83)	\$ (43.433,83)
1	\$ 29.039,50	\$ 23.407,62
2	\$ 30.251,90	\$ 19.655,73
3	\$ 32.166,74	\$ 16.846,58
4	\$ 33.899,27	\$ 14.310,78
5	\$ 42.951,07	\$ 14.615,55
	VAN	\$ 45.402,42

Nota: Descripción del cálculo del VAN proyectados para cinco años, fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

Se determina que el VAN es mayor a cero que al final de la vida útil de la empresa, por lo tanto en cinco años generara un total de \$45. 402,42 se puede decir que el proyecto es rentable.

5.4.3. TIR (Tasa Interna de Retorno)

Es una herramienta o medida usada como indicador al cuantificar la eficiencia de una inversión determinada, es decir es la tasa compuesta de retorno anual que se puede ganar de una inversión.

Fórmula:

$$VAN = -\text{Inversión Inicial} + \frac{FN1}{(1+i)^1} + \frac{FN2}{(1+i)^2} + \frac{FN3}{(1+i)^3} + \frac{FE4}{(1+i)^4} + \frac{FE5}{(1+i)^5}$$

Tabla 96

Cálculo del TIR

CÁLCULO DEL TIR			
	FN	VAN	TIR
0	\$ (43.433,83)	\$ (43.433,83)	\$ (43.433,83)
1	\$ 29.039,50	\$ 23.407,62	\$ 17.504,28
2	\$ 30.251,90	\$ 19.655,73	\$ 10.991,66
3	\$ 32.166,74	\$ 16.846,58	\$ 7.044,87
4	\$ 33.899,27	\$ 14.310,78	\$ 4.475,19
5	\$ 42.951,07	\$ 14.615,55	\$ 3.417,83
		TIR	65,90%

Nota: Descripción del cálculo del TIR proyectados para cinco años, fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

En conclusión se puede decir que La tasa interna de retorno es superior al T (MAR) que es de 24,06 y el TIR de 65,90%, por lo que el proyectó indica que, tiene una buena rentabilidad

5.4.4. PRI (Período de la recuperación de la inversión)

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial

Tabla 97

Cálculo PRI

PRI	
0	\$ (43.433,83)
1	\$ 23.407,62
	\$ (20.026,21)
2	\$ 19.655,73
	\$ (370,48)
3	\$ 16.846,58
	\$ 16.476,10
4	\$ 14.310,78
	\$ 30.786,88
5	\$ 14.615,55

Nota: Descripción del cálculo del PRI para saber en qué año se recuperara la inversión, fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

El período de recuperación de la inversión se da en: 2 años, cero meses, 7 días y 24 horas

5.4.5. RBC (Relación Costo /Beneficio)

La razón Costo / Beneficio se calcula dividiendo, el valor presente de los beneficios entre el valor presente de los costos.

$$\text{Relación B/C} = \frac{\text{VAN Beneficio}}{\text{VAN Costo}}$$

$$\text{RB/C} = \frac{\$88.836,25}{\$43.433,83}$$

$$\text{RB/C} = 2,045324007$$

Nos indica que el proyecto es rentable ya que sus beneficios superan a sus costos esto nos indica que por cada dólar invertido se obtiene \$ 2,04

5.4.6. Punto de Equilibrio

Se realiza con el objeto de conocer el volumen físico de producción, el monto de ventas o el porcentaje de la capacidad utilizada requerida para que los costos totales se igualen a los ingresos y por lo tanto la empresa no tenga ni utilidades ni pérdidas.

PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑOS	2018	
VENTAS	\$ 176.298,19	
COSTO DE VENTAS	\$ 105.778,92	V
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 70.519,28	
GASTO DE VENTAS	\$ 16.930,35	
Sueldo Administrador y Vendedor	\$ 7.106,10	F
Sueldo Dependiente	\$ 5.984,25	F
Gastos Marketing PUBLICIDAD	\$ 3.840,00	V
UTILIDAD NETA VENTAS	\$ 53.588,93	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 12.679,28	
Sueldo Bioquímico	\$ 3.366,60	F
Dep. Muebles y Enseres	\$ 548,45	F
Dep. Equipos de oficina	\$ 41,87	F
Dep. Equipos de Computación	\$ 1.254,96	F
Gasto Amortización	\$ 260,00	F
Permisos de funcionamiento	\$ 92,00	F

Servicios Básicos	\$ 1.032,00	F
Arriendo	\$ 3.600,00	F
Suministros de oficina	\$ 1.157,40	F
Útiles de Aseo	\$ 1.326,00	F
Utilidad Operacional	\$ 40.909,65	
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.356,74	F
Utilidad antes de Impuestos	\$ 38.552,91	
15% Trabajadores	\$ 5.782,94	
Utilidad de Impuestos	\$ 32.769,98	
25% Impuestos	\$ 8.192,49	
Utilidad Final	\$ 24.577,48	
10% Reserva Legal	\$ 2.457,75	
Utilidad de Dividendos	\$ 22.119,73	

Tabla 98

Costos Fijos y Variables

Cuentas	Costos Fijos	Costos Variables	Costos Totales
Costos de ventas	\$ -	\$ 105.778,92	\$ 105.778,92
Gastos de ventas	\$ 13.090,35	\$ 3.840,00	\$ 16.930,35
Gastos Administrativos	\$ 12.679,28	\$ -	\$ 12.679,28
Gastos Financieros	\$ 2.356,74		\$ 2.356,74
Total	\$ 28.126,36	\$ 109.618,92	\$ 137.745,28

Nota: Descripción de los costos fijos y variables dentro del estado de pérdidas y ganancias, fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

Ingresos = \$ 176.298,19

Número en días = 360 días

Precio valor unitario Pvu = \$ 489,72 (Diarios)

Costo variable unitario Cvu = \$ 304,50

P.E. = Costos Fijos

$\frac{\text{Costos Fijos}}{\text{P.v.u} - \text{C.v.u}}$

P.E.= \$ 28.126,36

\$ 185,22

P.E. = 151,85 días

P.E MONETARIO = Costo Fijo

1-(C.v.u/ P.v.u)

P.E MONETARIO = \$ 28.126,36

0,378218722

P.E MONETARIO = \$ 74.365,34

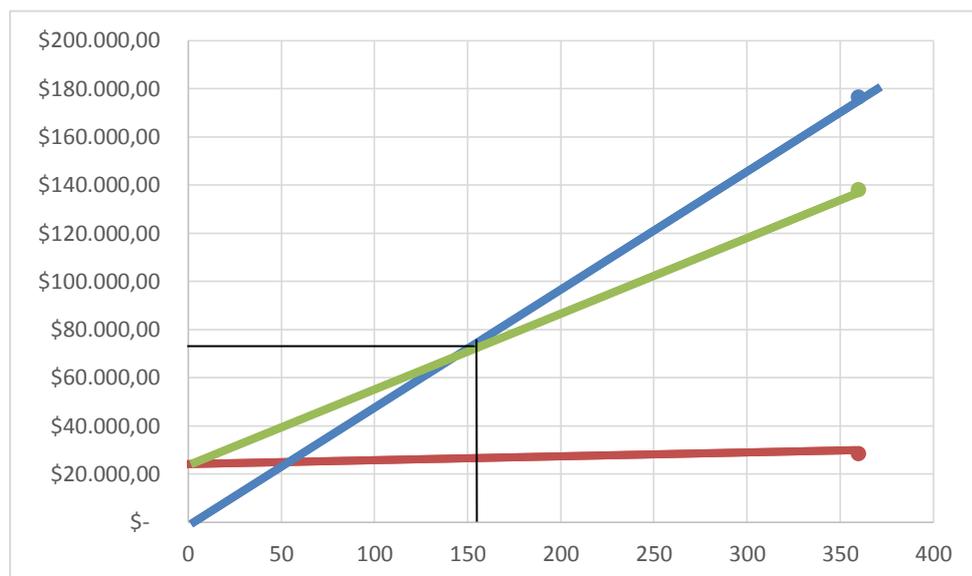


Figura 43: Punto de Equilibrio, fuente de investigación propia y elaborada por Franklin Quinchiguango

Capítulo VI

6. Análisis de impactos

6.1. Impacto Ambiental

El impacto ambiental es la alteración del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por un proyecto o actividad en un área determinada, es decir la modificación del ambiente ocasionada por la acción del hombre o de la naturaleza. (Caviedes, 2014)

Por esta razón se considera que el impacto que generará la Farmacia FRANK PHARMACY será un nivel muy bajo debido a que no se trabajara con desechos tóxicos.

Para ayudar a la comunidad con respecto contra el impacto ambiental la farmacia dispondrá de basureros reciclables a fuera del establecimiento.

Referente a los medicamentos caducados que la farmacia disponga será entrega a los laboratorios para su respectivo tratamiento.

6.2. Impacto Económico

Los estudios de impacto económico sirven para medir la repercusión y los beneficios de inversiones en infraestructuras, organización de eventos, así como de cualquier otra actividad susceptible de generar un impacto socioeconómico, incluyendo cambios legislativos y regulatorios. (PwC, 2012, pág. 3)

Se considera muy importante debido a que se generara fuentes de trabajo para los moradores a su vez generará ingresos económicos para la farmacia siendo beneficioso para el propietario.

6.3. Impacto Social

El impacto se refiere a los efectos que la intervención planteada tiene sobre la comunidad en general, mediante el análisis, monitoreo y administración de consecuencias sociales intencionadas o no, positivas y negativas de intervenciones planificadas (Caviedes, 2014)

El impacto social positivo debido a que farmacia FRANK PHARMACY brindara un apoyo a los moradores del sector en al ámbito de la salud.

Se brindarán un protocolo farmacéutico y a su vez se logrará satisfacer las necesidades los moradores.

Capítulo VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.1. Conclusiones

- Una vez realizado el estudio de factibilidad para la creación de la Farmacia FRANK PHARMACY en el Cantón Cayambe parroquia de Cuzubamba se puede concluir lo siguiente:
 - El presente proyecto de inversión para la creación de una farmacia independiente en la Parroquia de Cuzubamba del Cantón Cayambe cumple con cada uno de los objetivos planteados en sus inicios.
 - Al realizar un estudio de mercado en el análisis del consumidor se verificó que el nivel socio económico de los moradores de la parroquia de Cuzubamba fue de un nivel medio, y a su vez se verificó una gran demanda insatisfecha por parte de los mismos, este ítem fue de suma importancia para así conocer que productos se ajustan y satisfacen las necesidades de cada morador.
 - El estudio de localización determinó que la ubicación de la farmacia es idónea y accesible para los moradores de la parroquia de Cuzubamba y así lograr satisfacer sus necesidades

- Se determinó que para obtener el costo de la mercadería para el primer mes se lo realizó tomando la demanda insatisfecha de este valor se lo multiplico por el 60% obteniendo así el monto de inversión para la mercadería.
- Luego de haber realizado el estudio financiero se llegó a determinar que el monto de inversión para la farmacia fue de \$ 43.433,83.
- Con los indicadores financieros se obtuvo los siguientes resultados:
 - Dentro del Valor Actual Neto se determina al final de la vida útil de la empresa es decir en cinco se generara un total de \$ 45.402,42 determinado factible al proyecto.
 - Periodo de recuperación de la inversión se da en 2 años, 0 meses y 7 días y 24 horas.
 - Relación beneficio Costo se determina que por cada dólar invertido se obtiene \$ 2,04USD.
 - Se llegó a determinar que el proyecto es factible y rentable para ponerlo en marcha.

7.2. Recomendaciones

- Una vez verificado que le proyecto es rentable se debería ponerlo en marcha con el fin de que el sector cuente con una farmacia que cumpla con sus expectativas al momento de adquirir un medicamento.
- Al ser una farmacia independiente se debe planificar estrategias con el fin de tratar de posesionarse en la mente del consumidor y así poder fidelizar clientes para la farmacia.

- Es recomendable que el personal que va a trabajar en el establecimiento tenga conocimientos administrativos, operativos y legales con respecto a la industria farmacéutica
- Promocionar productos farmacéuticos ya sean genéricos o de marca con el objetivo de cubrir una gran parte de la demanda insatisfecha que existe en el sector.

Referencias Citadas

- Alomoto Catota, J. A. (2015). *Antecedentes*. Obtenido de Tesis :
<http://www.dspace.cordillera.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/317/0-FARM-14-15-1722574777.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Andrade Herrera, M. A., & Sacoto Fuentes, C. F. (2012). *Antecedentes*. Obtenido de Tesis:
<http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/1018/Estudio%20de%20factibilidad%20para%20la%20creaci%C3%B3n%20de%20una%20farmacia%20con%20franquicia%20de%20la%20cadena%20farmac%C3%A9utica%20Cruz%20Azul%20en%20el%20sector%20de%20la%20av.%>
- BCE. (01 de 01 de 2016). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/763>
- Castillo, D. (20 de Junio de 2015). *Localización Óptima*. Obtenido de <https://prezi.com/8ex0fdijpl52/localizacion-optima-del-proyecto/>
- Caviedes, Y. (9 de Mayo de 2014). *Impacto Ambiental y Social*. Obtenido de <https://prezi.com/rm0xq6qirtag/impacto-ambiental-social-y-economico-del-proyecto/>
- Cisneros Portilla, K. G., & Farinango Vinueza, G. A. (2013). *Antecedentes*. Obtenido de Tesis:
<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/3035/1/02%20ICA%20670%20TESIS.pdf>
- Diego, R. (2016). *Demanda Insatisfecha*. Obtenido de <https://www.emaze.com/@AWLCWZWZ/demanda-insatisfecha>
- Dillon, F. R. (2013). *Academia.edu*. Obtenido de Academia.edu:
http://www.academia.edu/4969230/CAPACIDAD_INSTALADA
- Economipedia. (2015). *Tasa de desempleo*. Obtenido de Economipedia:
<http://economipedia.com/definiciones/tasa-de-desempleo-paro.html>
- Equipo de redacción, R. e. (2016). *Estadística*. Obtenido de Estadística:
http://www.mastiposde.com/tipos_de_muestras_estadisticas.html
- Espinosa, R. (5 de Junio de 2014). *Marketing 4 Ps*. Obtenido de Marketing 4 Ps:
<http://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
- Garcia, H. (13 de Mayo de 2014). *Gastos Administrativos*. Obtenido de <https://prezi.com/4k0ogbikagkg/gastos-administrativos/>
- Gerencie. (12 de junio de 2010). *Costo de Ventas*. Obtenido de <https://www.gerencie.com/costo-de-venta.html>

- Giovanny, G. (11 de Abril de 2001). *Contabilidad*. Obtenido de Contabilidad: <https://www.gestiopolis.com/contabilidad-de-costos/>
- Gómez, D. (2017). *Plaza o Distribución*. Obtenido de <http://bienpensado.com/ques-marketing-mix/>
- Horno, V. V. (14 de Enero de 2008). Obtenido de <http://ecovictor-lainflacion.blogspot.com/>
- Jacho, J. F. (2016). *Tesis*. Obtenido de Tesis: <http://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/1475/1/8-FARM-15-16-1722221346.pdf>
- López, B. S. (2016). *Distribución de planta*. Obtenido de Ingeniería Industrial: <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/dise%C3%B1o-y-distribuci%C3%B3n-en-planta/>
- LOS, R. D. (Noviembre de 2013). *Ley Organica de Salud*. Obtenido de Ley Organica de Salud: <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/ESTABLECIMIENTOS-FARMACEUTICOS.pdf>
- Maps, G. (2017). *Google*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/@-0.0479624,-78.2942269,15z>
- Maps, G. (2017). *Google*. Obtenido de <http://mapasamerica.dices.net/ecuador/mapa.php?nombre=Cusubamba&id=16734>
- Montoya, J. D. (2012). *Actividades Económicas*. Obtenido de Economía: <http://www.actividadeseconomicas.org/2012/06/bienes-y-servicios.html>
- Navarrete, D. M. (30 de Mayo de 2011). *Ambiente Externo*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/el-ambiente-externo-de-las-organizaciones-como-gestionarlo/>
- Navarro, J. (Septiembre de 15 de 2008). *Blog Salmón*. Obtenido de Blog Salmón: <https://www.elblogsalmon.com/indicadores-y-estadisticas/que-es-el-producto-interior-bruto>
- negocios, c. (2013). *Análisis del Consumidor*. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/el-analisis-del-consumidor/>
- Nunes, P. (9 de febrero de 2016). *Enciclopedia Temática*. Recuperado el 9 de febrero de 2016, de <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/fuente-de-financiamiento/>
- Orjuela Córdova, S., & Sandoval Medina, P. (12 de 2002). *Tesis*. Obtenido de Tesis: <https://empredeunefa.files.wordpress.com/2008/09/guia-del-estudio-de-mercados-para-la-evaluacion-de-proyectos.pdf>

- Orozco, L. (18 de 9 de 2016). *Productos Sustitutos*. Obtenido de <https://prezi.com/ivqfzbdd8ks7/productos-sustitutos-competencia-y-proveedores/>
- Paesyancia.Ltda. (30 de 10 de 2015). Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1768096390001_PDOT%20CUZUBAMBA%20definitivo%201%20-%20copia_30-10-2015_17-04-52.pdf
- Peralta, M. P. (11 de Noviembre de 2015). *Educación Financiera*. Obtenido de Costos Fijos y Variables: <https://www.crecemujer.cl/capacitacion/ideas-de-negocio/que-son-los-costos-fijos-y-variables-en-mi-emprendimiento>
- Puente, C. I. (2016). Obtenido de <http://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/1488/1/43-FARM-15-16-1724529563.pdf>
- Puente, C. I. (2016). Obtenido de <http://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/1488/1/43-FARM-15-16-1724529563.pdf>
- Puente, C. I. (2016). *google*. Obtenido de <http://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/1488/1/43-FARM-15-16-1724529563.pdf>
- PwC. (2012). *Estudios de Impacto Económico*. Obtenido de <https://www.pwc.es/es/sector-publico/assets/brochure-estudios-impacto-economico.pdf>
- República, S. C. (2015). *Oferta*. Obtenido de Economía: http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/oferta_y_demanda
- Ríos, T. M. (2016). Áreas de la farmacia. *Diapositivas*, 3-4.
- Rojas, F. (14 de Noviembre de 2007). *mailxmail.com*. Obtenido de mailxmail.com: <http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/tamano-proyecto>
- Rojas, J. (12 de 12 de Mayo de 2015). *Micro Localización*. Obtenido de <https://prezi.com/vaezbpn5ji-n/localizacion-del-proyecto/>
- Rosales G, A. O. (2011). *población*. Obtenido de Blogspot.com: <http://estadisticaparaadministracion.blogspot.com/2011/10/poblacion-y-muestra-parametro-y.html>
- Simple, E. (2016). Obtenido de <http://www.economiasimple.net/inflacion-definicion-y-tipos.html>
- Vásquez, C. (2014). *Técnicas de información*. Obtenido de <https://prezi.com/z6zvowxrormp/tecnicas-de-obtencion-de-informacion/>

Villegas, S. A. (2006). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/el-proceso-administrativo-y-sus-funciones-basicas/>

Yépez, K. N. (2015). *Tesis*. Obtenido de Tesis:
<http://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/1485/1/32-FARM-15-16-1719958975.pdf>

zonaeconómica.com. (21 de Septiembre de 2011). *Inversiones*. Obtenido de Economía: <http://www.zonaeconomica.com/concepto-de-inversion>

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: Franklín Quinchiguango.pdf (D30368824)
Submitted: 2017-09-04 18:23:00
Submitted By: lisetfp08@gmail.com
Significance: 9 %

Sources included in the report:

Ronquillo Jessica-Administración de Boticas y Farmacias16-17Urkund.pdf (D26652406)
Quinatoa Myriam .Farmacias. Factibilidad ..pdf (D30355992)
Mauguashca.Melisa.Administración de Boticas y Farmacias.pdf (D30274349)
Jitla Salcedo Jessica Andreina Administración de boticas y farmacia periodo 16-17.pdf (D26679775)
Proyecto de titulación Sofia Gavilanes.pdf (D23359528)
Quinatoa Myriam .Farmacias.pdf (D30273977)
tesis actualizada pdf.cecii.pdf (D26728604)
INFORME DEL ÁREA DE FARMACIA SANDRA DÍAZ.docx (D30147110)
<https://prezi.com/8ex0fdijpl52/localizacion-optima-del-proyecto/>
<https://prezi.com/rm0xq6qirtag/impacto-ambiental-social-y-economico-del->
http://www.mastiposde.com/tipos_de_muestras_estadisticas.html
<http://robertoepinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
<https://prezi.com/4k0ogbikagkg/gastos-administrativos/>
<https://www.gerencie.com/costo-de-venta.html>
<https://www.gestiopolis.com/contabilidad-de-costos/>
<http://www.actividadeseconomicas.org/2012/06/bienes-y-servicios.html>
<https://www.gestiopolis.com/el-ambiente-externo-de-las-organizaciones->
<http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/fuente-de->
<https://prezi.com/vaezbpn5ji-n/localizacion-del-proyecto/>
<https://prezi.com/z6zvowxromp/tecnicas-de-obtencion-de-informacion/>
<http://www.zonaeconomica.com/concepto-de-inversion>

Instances where selected sources appear:

90

