



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA
COMUNITARIA EN LA URBANIZACIÓN LA JOSEFINA, PARROQUIA
CARCELÉN, DMQ, PERÍODO 2016

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

Autora: Gavilanes Cadme Sofía Pamela

Tutor: Eco. Gustavo X. Paredes P.

Quito, Diciembre 2016



DECLARATORIA

Declaro que la investigación realizada es absolutamente original, auténtica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Sofía Pamela Gavilanes Cadme

CC 172002355-3



CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Sofía Pamela Gavilanes Cadme portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 172002355-3 de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: *“La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”*; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: “Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia comunitaria en la urbanización La Josefina, parroquia Carcelén, DMQ, período 2016” facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

FIRMA

NOMBRE

Sofía Pamela Gavilanes Cadme

CÉDULA

172002355-3

Quito, a los 19 días de diciembre de 2016

AGRADECIMIENTO

Al término de este espacio de la vida, es grato para mí, extender mis agradecimientos a mi familia por brindarme el apoyo emocional y económico que han favorecido para la consecución del objetivo planeado hace ya tres años.

Además, agradecer a los docentes que han impartido sus conocimientos de forma desinteresada, conservando siempre el respeto hacia mi persona, desde el primer momento que asistí a las aulas de esta institución.



DEDICATORIA

A mi abuelita por darme más de una oportunidad, después de haber fallado mil veces.

A mi madre por haber ofrendado su vida a trabajar para el bienestar de su única hija.

A todos aquellos compañeros estudiantes que se esfuerzan por conocer algo más cada día.



ÍNDICE DE CONTENIDO

Título	Página
DECLARATORIA.....	ii
CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN EJECUTIVO	xx
ABSTRACT.....	xxii
CAPÍTULO I.....	1
1.01 Justificación.....	1
1.02 Antecedentes	3
CAPÍTULO II	7
2.01 Ambiente Externo	7
2.01.01 Factor Económico.	7
2.01.02 Factor social.	12
2.01.03 Factor legal.....	18
2.01.04 Factor tecnológico.....	24
2.02 Entorno local	26
2.02.01 Las Cinco Fuerzas de Porter.	27
2.03 Análisis interno	33



2.03.01 Cadena de valor.....	33
2.03.02 Propuesta estratégica.....	46
2.03.03 Gestión administrativa.....	50
2.03.04 Gestión operativa.....	52
2.03.05 Gestión comercial.....	54
2.04 Análisis FODA.....	60
2.04.01 Matriz MEFI.....	61
2.04.02 Matriz MEFE.....	63
2.04.03 Matriz MAFE.....	66
2.04.04 Matriz MCPE.....	68
CAPÍTULO III.....	71
3.01 Análisis del consumidor.....	71
3.01.01 Determinación de la población y muestra.....	71
3.01.02 Técnicas de obtención de información.....	73
3.01.03 Análisis de la información.....	73
3.02 Oferta.....	89
3.02.01 Oferta histórica.....	90
3.02.02 Oferta actual.....	90
3.02.03 Oferta proyectada.....	91
3.03 Oferta de productos sustitutos.....	92
3.03.01 Oferta histórica de productos sustitutos.....	92



3.03.02 Oferta actual de productos sustitutos.	94
3.03.03 Oferta proyectada de productos sustitutos	96
3.04 Oferta global.....	97
3.05 Demanda	98
3.05.01 Demanda histórica.....	98
3.05.02 Demanda actual.....	100
3.05.03 Demanda proyectada.....	101
3.06 Balance oferta-demanda.....	103
3.06.01 Balance actual.	103
3.06.02 Balance proyectado.	104
CAPÍTULO IV.....	105
4.01 Tamaño del proyecto.....	105
4.01.01 Capacidad instalada.....	105
4.01.02 Capacidad óptima.....	108
4.02 Localización	110
4.02.01 Macro localización.	110
4.02.02 Micro localización.....	112
4.02.03 Localización óptima.	112
4.03 Ingeniería del producto	114
4.03.01 Definición del B y S.....	114
4.03.02 Distribución de planta	116



4.03.03 Proceso productivo.....	116
4.03.04 Muebles y Equipos.....	125
CAPÍTULO V	127
5.01 Ingresos operacionales y no operacionales	127
5.02 Costos y gastos.....	128
5.02.01 Costos directos	128
5.02.02 Gastos administrativos	129
5.02.03 Gastos de ventas.....	132
5.02.04 Gastos financieros	135
5.02.05 Costos fijos y variables.	136
5.03 Inversiones	136
5.03.01 Inversión fija.	136
5.03.02 Capital de trabajo.	138
5.03.03 Fuentes de financiamiento.....	139
5.03.04 Amortización.....	141
5.03.05 Depreciaciones.	143
5.03.06 Estado de Situación Inicial.....	144
5.03.07 Estado de Resultados proyectado (a cinco años).	145
5.03.08 Flujo de caja.	146
5.04 Evaluación.....	147
5.04.01 Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR).....	147



5.04.02 Valor actual neto (VAN).....	148
5.04.03 Tasa interna de rendimiento (TIR).....	149
5.04.04 Periodo de recuperación de la inversión (PRI).	150
5.04.05 Relación beneficio costo (RBC).	150
5.04.06 Punto de equilibrio.	151
5.04.07 Análisis de índices financieros.....	153
CAPÍTULO VI.....	154
6.01 Impacto Ambiental.....	154
6.02 Impacto Económico	155
6.03 Impacto Social.....	155
CAPÍTULO VII	157
7.01 Conclusiones	157
7.02 Recomendaciones.....	158
ANEXOS	160
REFERENCIAS.....	175

ÍNDICE DE TABLAS

Título	Página
Tabla N° 1. PIB Sector Social y Salud del Ecuador.....	8
Tabla N° 2. Inflación del Ecuador.....	9
Tabla N° 3. Tasa de Interés Activa del Ecuador	11
Tabla N° 4. Desempleo en Quito.....	13
Tabla N° 5. Pobreza del Ecuador	14
Tabla N° 6. Población Económicamente Activa del Ecuador.....	16
Tabla N° 7. Robos a locales comerciales en Ecuador	17
Tabla N° 8. Número de personas que utilizan internet en Ecuador	25
Tabla N° 9. Logística interna.....	35
Tabla N° 10. Operaciones	37
Tabla N° 11. Logística externa.....	38
Tabla N° 12. Marketing y ventas.....	40
Tabla N° 13. Servicios post venta.	41
Tabla N° 14. Infraestructura	42
Tabla N° 15. Recursos humanos.	43
Tabla N° 16. Desarrollo de la tecnología	44
Tabla N° 17. Abastecimiento	45
Tabla N° 18. Matriz MEFI	62



Tabla N° 19. Matriz MEFE.	64
Tabla N° 20. Matriz MCPE	69
Tabla N° 21. ¿Qué es lo primero que toma en cuenta al comprar en una farmacia? .	74
Tabla N° 22. ¿Qué artículos compra mayoritariamente en una farmacia?	75
Tabla N° 23. ¿Cuánto consume mensualmente en una farmacia?	77
Tabla N° 24. ¿Con qué forma de pago cancela en una farmacia?	78
Tabla N° 25. ¿Qué servicios le gustaría recibir de la farmacia de su barrio?	80
Tabla N° 26. ¿Recibe información adecuada acerca de cómo administrar el medicamento que adquiere?	81
Tabla N° 27. ¿Está satisfecho con el servicio que recibe en la farmacia de su barrio?	83
Tabla N° 28. ¿Le gustaría tener una nueva farmacia en su barrio?	84
Tabla N° 29. ¿En qué horario le gustaría que la farmacia atienda?	85
Tabla N° 30. ¿Consume usted productos naturales?	87
Tabla N° 31. ¿En qué establecimiento compra productos naturales?	88
Tabla N° 32. Oferta actual	90
Tabla N° 33. Oferta proyectada	92
Tabla N° 34. Oferta histórica de productos sustitutos	93
Tabla N° 35. Oferta actual de productos sustitutos (Farmanatural)	94
Tabla N° 36. Oferta actual de productos sustitutos (Xtralife)	95
Tabla N° 37. Oferta proyectada de productos sustitutos... ..	96
Tabla N° 38. Oferta global actual	97



Tabla N° 39. Oferta global proyectada.....	98
Tabla N° 40. Inflación y tasa de crecimiento poblacional.....	99
Tabla N° 41. Demanda histórica	100
Tabla N° 42. Promedio de consumo mensual.	100
Tabla N° 43. Demanda actual.....	101
Tabla N° 44. Demanda proyectada.....	103
Tabla N° 45. Balance actual.	104
Tabla N° 46. Balance proyectado	104
Tabla N° 47. Capacidad óptima.	109
Tabla N° 48. Gastos de sueldos y beneficios sociales.....	110
Tabla N° 49. Localización óptima.....	113
Tabla N° 50. Muebles y enseres	125
Tabla N° 51. Equipo de oficina	126
Tabla N° 52. Equipo de computación	126
Tabla N° 53. Ingresos operacionales	127
Tabla N° 54. Costos directos	129
Tabla N° 55. Gastos administrativos	130
Tabla N° 56. Permisos de funcionamiento	130
Tabla N° 57. Servicios básicos, teléfono e internet.....	131
Tabla N° 58. Suministros de oficina	131
Tabla N° 59. Útiles de aseo	132



Tabla N° 60. Gastos de ventas.....	132
Tabla N° 61. Gastos de promoción y publicidad.....	133
Tabla N° 62. Presupuesto administrador	133
Tabla N° 63. Presupuesto dependiente	134
Tabla N° 64. Sueldos básicos 2011-2016.....	134
Tabla N° 65. Sueldos básicos proyectados 2017-2020	135
Tabla N° 66. Gastos financieros	135
Tabla N° 67. Costos fijos y variables	136
Tabla N° 68. Activos fijos	137
Tabla N° 69. Gastos de constitución	138
Tabla N° 70. Capital de trabajo	138
Tabla N° 71. Caja	139
Tabla N° 72. Fuentes de financiamiento	140
Tabla N° 73. Tabla de amortización (préstamo bancario).....	142
Tabla N° 74. Amortización gastos de constitución	143
Tabla N° 75. Depreciación muebles y enseres	143
Tabla N° 76. Depreciación equipo de oficina	144
Tabla N° 77. Depreciación equipo de computación	144
Tabla N° 78. Estado de Situación Inicial	145
Tabla N° 79. Estado de Resultados proyectado.....	146
Tabla N° 80. Flujo de caja.....	147



Tabla N° 81. TMAR.....	148
Tabla N° 82. VAN.....	149
Tabla N° 83. TIR.....	149
Tabla N° 84. PRI.....	150
Tabla N° 85. Relación beneficio costo.....	151
Tabla N° 86. Datos para el cálculo del punto de equilibrio.....	151



ÍNDICE DE CUADROS

Título	Página
Cuadro N° 1. Organigrama estructural de Farmacia Salud Vital.	50
Cuadro N° 2. Gestión operativa.	53
Cuadro N° 3. Análisis FODA.	60
Cuadro N° 4. Matriz MAFE.	67
Cuadro N° 5. Aprovisionamiento.	117
Cuadro N° 6. Adquisición.	118
Cuadro N° 7. Recepción.	119
Cuadro N° 8. Almacenamiento.	120
Cuadro N° 9. Perchado.	121
Cuadro N° 10. Dispensación y expendio.	122
Cuadro N° 11. Facturación.	123
Cuadro N° 12. Control de inventario.	124



ÍNDICE DE FIGURAS

Título	Página
Figura N° 1. Logotipo	55
Figura N° 2. Isotipo	55
Figura N° 3. Imagotipo.....	56
Figura N° 4. Tarjeta de presentación.....	59
Figura N° 5. Volante (Flyer)	59
Figura N° 6. Macrolocalización	111
Figura N° 7. Microlocalización	112
Figura N° 8. Localización óptima	114
Figura N° 9. Distribución de planta.....	116

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Título	Página
Gráfico N° 1. PIB Sector Social y Salud.....	8
Gráfico N° 2. Inflación del Ecuador.....	10
Gráfico N° 3. Tasa de Interés Activa del Ecuador	11
Gráfico N° 4. Desempleo en Quito	13
Gráfico N° 5. Pobreza del Ecuador	15
Gráfico N° 6. Población Económicamente Activa del Ecuador.....	16
Gráfico N° 7. Robos a locales comerciales en Ecuador	18
Gráfico N° 8. Número de personas que utilizan internet en Ecuador	26
Gráfico N° 9. ¿Qué es lo primero que toma en cuenta al comprar en una farmacia?.....	74
Gráfico N° 10. ¿Qué artículos compra mayoritariamente en una farmacia?.....	76
Gráfico N° 11. ¿Cuánto consume mensualmente en una farmacia?	77
Gráfico N° 12. ¿Con qué forma de pago cancela en una farmacia?.....	79
Gráfico N° 13. ¿Qué servicios le gustaría recibir de la farmacia de su barrio?	80
Gráfico N° 14. ¿Recibe información adecuada acerca de cómo administrar el medicamento que adquiere?	82
Gráfico N° 15. ¿Está satisfecho con el servicio que recibe en la farmacia de su barrio?	83



Gráfico N° 16. ¿Le gustaría tener una nueva farmacia en su barrio?.....	84
Gráfico N° 17. ¿En qué horario le gustaría que la farmacia atienda?	86
Gráfico N° 18. ¿Consume usted productos naturales?	87
Gráfico N° 19. ¿En qué establecimiento compra productos naturales?	89
Gráfico N° 20. Oferta global actual.....	97
Gráfico N° 21. Fuentes de financiamiento	140
Gráfico N° 22. Punto de equilibrio.....	152



RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto de inversión presentado en estas páginas, indica el proceso para la realización de un estudio de factibilidad para la creación de una farmacia comunitaria en la urbanización La Josefina, parroquia Carcelén, Distrito Metropolitano de Quito.

El proyecto consta de siete capítulos. En el inicio, se detallan la justificación del estudio y las investigaciones previas que se han realizado sobre el tema. Se continúa con un análisis del ambiente externo e interno; para conocer el entorno en el que se desarrollará el negocio propuesto, considerando los factores que impulsarán o bloquearán la realización del mismo. Además se establece la propuesta estratégica formada por la misión, visión, objetivos, políticas y valores que servirán de fundamento para desempeñar las actividades de la empresa.

En la sección medular del proyecto, se procede a realizar un estudio de mercado tomando en cuenta la oferta y la demanda histórica, actual y proyectada para determinar la demanda insatisfecha, también se analizará el comportamiento del consumidor tomando como fuente de información una encuesta. Luego, se procede a

la ejecución de un estudio técnico para especificar el tamaño y la localización óptima de la futura empresa. A continuación, un estudio financiero en el que se analizarán los ingresos, costos e inversiones con el objetivo de determinar la rentabilidad económica del proyecto mediante ciertos indicadores.

En los últimos capítulos, se tratan los impactos ambientales, económicos y sociales que se prevé surgirán como consecuencia de la ejecución del proyecto. Finalmente, se cierra con conclusiones y recomendaciones referentes a la investigación efectuada.

ABSTRACT

The investment project presented in these pages, outlines the process for conducting a feasibility study for the creation of a community pharmacy in La Josefina, parish Carcelén, Metropolitan District of Quito.

The project consists of seven chapters. In the beginning, the rationale for the study and previous research has been done on the subject are detailed. It continues with an analysis of the external and internal environment; to understand the environment in which the proposed business will be developed, considering the factors that drive or block the realization. Besides, it describes the strategic proposal made by the mission, vision, objectives, policies and values that serve as the basis for the activities of the company.

In the core section of the project, it is necessary to conduct a market study taking into consideration the historical, current and projected offer and demand, to determine the unmet demand. Consumer behavior taking as a source of information, a survey will also be discussed. Then we proceed to the execution of a technical

study to specify the size and the optimal location of the future company. Next, a financial study analyzes revenues, costs and investments in order to determine the economic viability of the project through certain indicators.

In the last chapters, environmental, economic and social impacts, as a result of project implementation, are discussed. Finally, it closes with conclusions and recommendations on the research carried out.

CAPÍTULO I

1.01 Justificación

La salud es un derecho fundamental de todo ser humano. El acceso a servicios del área de salud debe ser prioridad en la gestión de toda sociedad civilizada.

El incremento de la tasa poblacional y el aumento de la esperanza de vida determinan mayor demanda de hospitales, clínicas y servicios médicos en general; además de establecimientos farmacéuticos al por menor, como puntos esenciales en el tratamiento de enfermedades, al ser las entidades encargadas de la dispensación de medicamentos de todo tipo.

Los galenos a su vez, en la práctica de su profesión; prestan atención médica a los pacientes para determinar un diagnóstico y posteriormente prescriben fármacos para alcanzar el objetivo primordial de los servicios médicos: prevenir y curar una enfermedad. De esta manera surge la necesidad de la existencia de farmacias como áreas importantes dentro del proceso de atención integral al paciente.

Pibernat, Ventura y Silva (2013) exponen que “la farmacia comunitaria se define como aquel establecimiento que tiene una amplia aptitud de ayuda a su comunidad por su interacción con el ambiente social y por los servicios que se ofrecen a los pacientes.” (p. 153)

Ante esto, surge la necesidad de desarrollar farmacias cuya actividad principal sea dar soporte profesional farmacéutico a sus clientes mediante un servicio de excelencia en un ambiente de seguridad; evidenciado a través de la experiencia del personal que debe caracterizarse por brindar sus conocimientos farmacológicos al servicio de la comunidad.

La urbanización La Josefina, en la parroquia Carcelén; ubicada al norte de Quito, no es ajena a las características poblacionales indicadas anteriormente. La creciente población del sector requiere de servicios de todo tipo y de forma particular del servicio farmacéutico al que tiene un acceso limitado. Los habitantes de La Josefina no cuentan con una farmacia de atención continua donde puedan adquirir medicamentos de prescripción médica (receta) y de venta libre. Los medicamentos de prescripción médica deben ser vendidos únicamente en un establecimiento farmacéutico autorizado (farmacia); en cambio los productos OTC pueden ser adquiridos en locales comerciales no farmacéuticos (tiendas), conllevando cierto peligro para la población, considerando que estos últimos no tienen procedimientos ni personal calificado para su dispensación.

Es por ello que se pretende realizar un estudio de factibilidad para la creación de una farmacia comunitaria que ofrezca una amplia variedad de medicamentos acorde a las necesidades de la zona; sin embargo, la mayor ventaja será contar con un establecimiento que sea considerado un lugar de promoción de la salud, donde los clientes se sientan con la confianza de manifestar sus inquietudes sobre cualquier aspecto relacionado con el consumo responsable de fármacos y de esta forma, mejorar la calidad de vida de los pobladores de La Josefina y zonas aledañas.

1.02 Antecedentes

Existen varias investigaciones relacionadas a la apertura de nuevos negocios vinculados al campo farmacéutico, entre ellas, es importante mencionar a los siguientes trabajos:

Cazar (2014), en su trabajo titulado “Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia comunitaria en la parroquia La Esperanza del cantón Ibarra, provincia de Imbabura”, indicó lo siguiente, como objetivos del proyecto: realizar un diagnóstico situacional, establecer un marco teórico como apoyo a la propuesta, conocer la aceptación de la futura farmacia mediante un estudio de mercado y determinar su factibilidad mediante una evaluación financiera.

Entre los puntos importantes, tratados en aquel proyecto, se destacan: la descripción de la industria farmacéutica ecuatoriana, la preparación de un glosario de términos técnicos que serán de utilidad para la comprensión del texto en conjunto, la

presentación del listado de productos del negocio englobados en cuatro categorías: rehabilitación, cuidado personal, bebés y productos de aseo.

El análisis financiero del “Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia comunitaria en la parroquia La Esperanza del cantón Ibarra, provincia de Imbabura” evidenció que la inversión total fue de \$ 130.514,14. Luego de indicar los ingresos y gastos proyectados y aplicar los métodos de evaluación se concluyó que el negocio, propuesto por el mencionado proyecto, fue factible.

Vásquez (2015) expuso el proceso para la creación de una farmacia en su trabajo denominado “Estudio de factibilidad para la apertura de la primera sucursal de Farmacia Inglesa en el Distrito Metropolitano de Quito”.

El objetivo del trabajo fue extender la empresa “Farmacia Inglesa” mediante la creación de una sucursal.

El estudio de mercado para la apertura de una sucursal de Farmacia Inglesa, se realizó en el sector de San Bartolo. Se utilizaron encuestas para determinar la frecuencia de compra de los habitantes en las farmacias y el gasto promedio que se realiza en cada una de ellas.

El análisis financiero del “Estudio de factibilidad para la apertura de la primera sucursal de Farmacia Inglesa en el Distrito Metropolitano de Quito” señaló que la inversión total fue de \$65.520,53. La realización del Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado permitió verificar que la utilidad para el año uno fue de \$58.632,65 y para el año quinto ascendería a \$103.904,09; al calcular los parámetros financieros correspondientes se dedujo que es un negocio viable.

Bósquez (2012) desarrolló un proyecto cuyo nombre es “Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia municipal en la parroquia de Tabacundo del cantón Pedro Moncayo” con el objetivo de crear una farmacia sin fines de lucro.

La investigación inició con un profundo análisis y descripción del cantón donde se emprenderá el nuevo negocio, lo que permitió tener una amplia visión de los factores social y cultural de los habitantes.

En el estudio técnico, del citado antecedente, se señaló que la macro localización de la farmacia fue en la provincia de Pichincha, cantón Pedro Moncayo, parroquia Tabacundo; mientras que la micro localización se indicó en la calle Principal Simón Bolívar s/n y 26 de Septiembre, dirección que ha sido tomada en cuenta debido a que allí se encuentra la mayor concentración de la población y por las facilidades de acceso a servicios básicos y transporte público.

En el análisis financiero del “Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia municipal en la parroquia de Tabacundo del cantón Pedro Moncayo” se detalló una inversión de \$73.320, siendo las utilidades del primer año de \$2.287,06 y del quinto año de \$17.183,74. Después de la evaluación pertinente se determinó que el proyecto es viable, aunque no en gran medida, lo que no ocasiona alarma por su naturaleza sin fines de lucro; además se tiene la certeza de que se producirían los recursos necesarios para cubrir con los costos y gastos de operación.

Estos trabajos, descritos como antecedentes, aportan al estudio a realizarse como fuentes de consulta en las diferentes etapas del proyecto porque los objetivos mencionados en ellos son similares a los del actual trabajo.

Tomando tal punto en consideración, se realizará un análisis situacional para describir factores económicos, sociales y legales que influyen en las operaciones del proyecto, además un análisis del mercado farmacéutico mediante las Cinco Fuerzas de Porter y la determinación de posibles fortalezas y debilidades del negocio. En el estudio de mercado se procederá a la utilización de una encuesta para conocer el comportamiento del consumidor. El estudio técnico indicará el tamaño y la localización que produzca mayores réditos. En el estudio financiero se aplicarán los métodos del VAN, TIR, PRI, Relación costo/beneficio y punto de equilibrio para evaluar la rentabilidad del negocio.

CAPÍTULO II

2.01 Ambiente Externo

También denominado como macroentorno, se define como el conjunto de factores ajenos a la empresa, cuyo comportamiento queda fuera del control de la dirección organizacional; sin embargo, influyen en sus operaciones positiva o negativamente.

2.01.01 Factor Económico.

Se refiere a ciertas medidas que muestran el comportamiento de un determinado sector, utilizadas para pronosticar situaciones futuras.

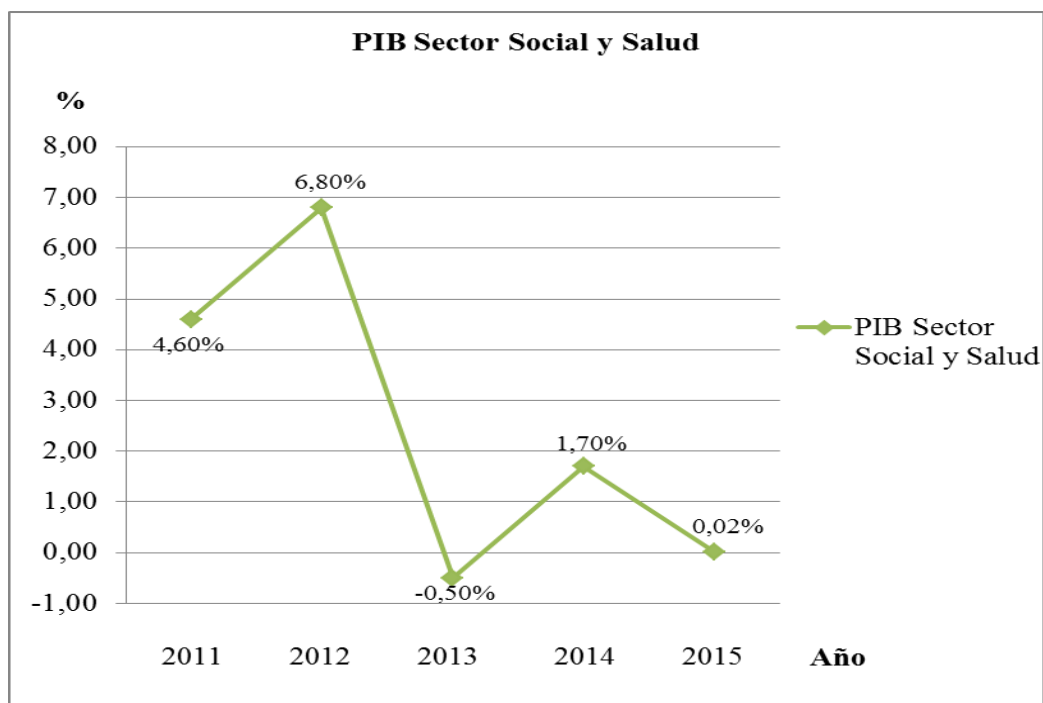
2.01.01.01 PIB Sector Social y Salud del Ecuador.

El producto interno bruto del sector social y salud es el valor total de los bienes y servicios producidos dentro de este ámbito en un determinado período de tiempo que generalmente es de un año.

Tabla N° 1

PIB Sector Social y Salud del Ecuador

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

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* BCE*Gráfico N° 1. PIB Sector Social y Salud del Ecuador**Elaborado por:* Sofía Gavilanes*Fuente:* BCE

Análisis

Los años 2011 y 2012 presentan porcentajes altos de variación de manera positiva; sin embargo a partir del año 2013 hay un decrecimiento del PIB; existiendo una ligera recuperación en el 2014 y en el 2015 este crecimiento del sector salud ha sido casi nulo. Se concluye que el factor analizado es una amenaza porque el movimiento en el sector salud ha disminuido, posiblemente por la actual crisis económica que afronta el país.

2.01.01.02 Inflación del Ecuador.

Según el Banco Mundial (2016), muestra la variación porcentual anual del costo de los productos y servicios, también indica la pérdida de valor de la moneda.

Tabla N° 2

Inflación del Ecuador

Año	Porcentaje
2011	4,50%
2012	5,10%
2013	2,70%
2014	3,60%
2015	4,00%
2016	2,17%

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: BCE

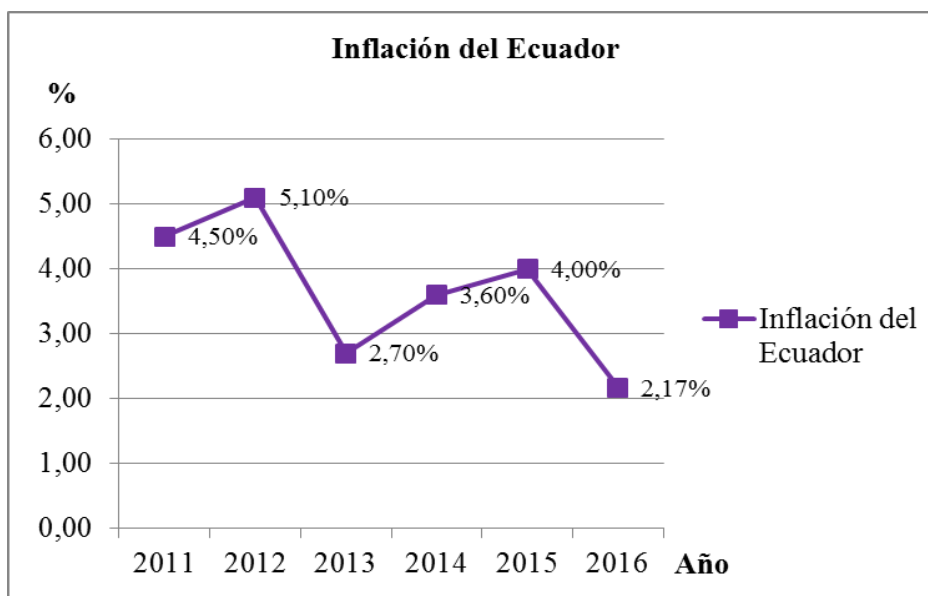


Gráfico N° 2. Inflación del Ecuador

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: BCE

Análisis

En el 2011 y 2012 se presentan elevados niveles de inflación, en el 2013 existe una baja importante, durante el 2014 y 2015 se ha incrementado y en el primer semestre del 2016 se registra un decremento. En un artículo del diario El Universo (2016) se explica que este comportamiento se debe a la contracción de la economía que está acompañada por una disminución del circulante; sin embargo se considerará como una oportunidad porque al ser el porcentaje de inflación bajo se preserva el poder adquisitivo de la gente.

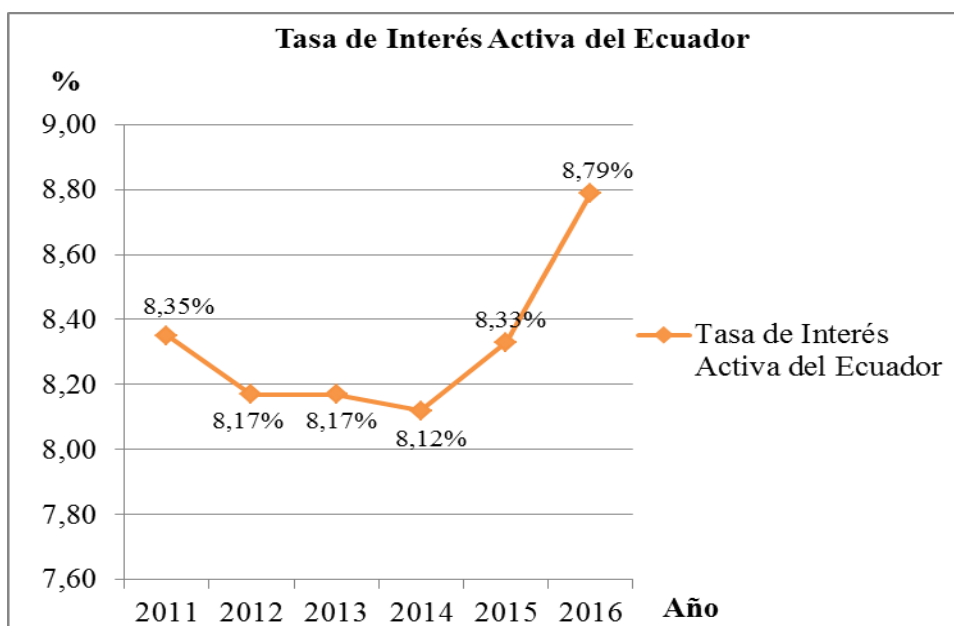
2.01.01.03 Tasa de Interés Activa del Ecuador.

La tasa de interés activa es el porcentaje que los bancos cobran a sus clientes por concepto de préstamos otorgados.

Tabla N° 3

Tasa de Interés Activa del Ecuador

Año	Porcentaje
2011	8,35%
2012	8,17%
2013	8,17%
2014	8,12%
2015	8,33%
2016	8,79%

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* BCE**Gráfico N° 3. Tasa de Interés Activa del Ecuador***Elaborado por:* Sofía Gavilanes*Fuente:* BCE

Análisis

En la figura se puede apreciar tasas relativamente bajas entre los años 2012 y 2014; mientras que en el 2015 y en el primer semestre del 2016 se observa un incremento posiblemente por la disminución de circulante; por lo que se infiere que este factor es una amenaza porque los intereses a cancelar, por el préstamo que se realizará para el financiamiento del proyecto, serán mayores al depender de la tasa de interés activa.

2.01.02 Factor social.

El factor social señala los aspectos que describen la forma de vida de las personas que habitan un determinado lugar.

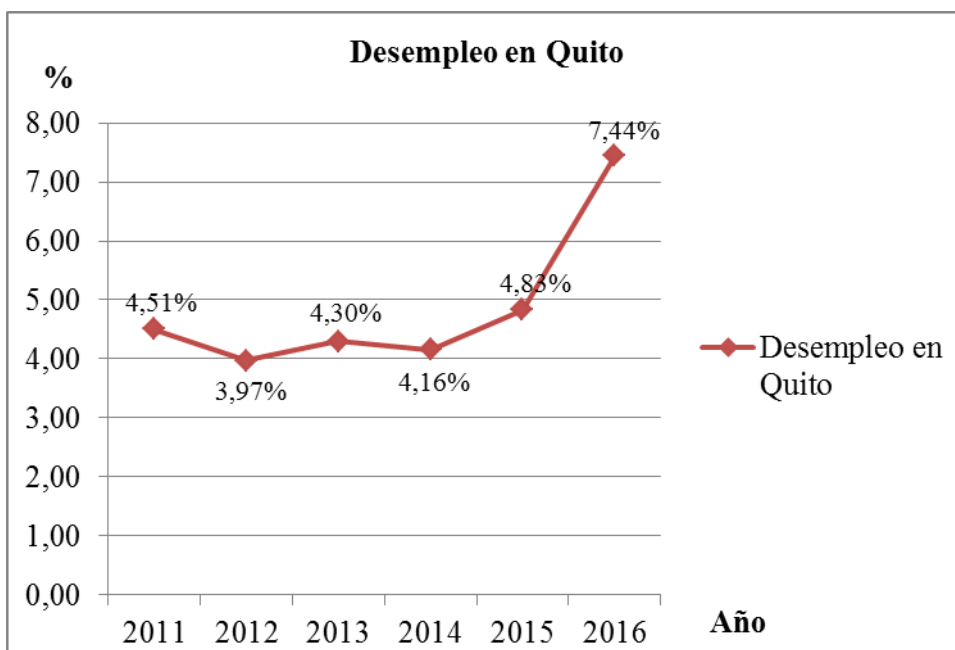
2.01.02.01 Desempleo.

El Banco Mundial (2016) menciona al desempleo como la cantidad de personas pertenecientes a la población económicamente activa que, estando en condiciones de trabajar, no cuenta con un empleo.

Tabla N° 4

Desempleo en Quito

Año	Porcentaje
2011	4,51%
2012	3,97%
2013	4,30%
2014	4,16%
2015	4,83%
2016	7,44%

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* BCE*Gráfico N° 4. Desempleo en Quito**Elaborado por:* Sofía Gavilanes*Fuente:* BCE

Análisis

Los porcentajes de desempleo del 2011 al 2015 son similares; mientras que en el primer semestre del 2016 se registra un incremento notable de personas que no cuentan con un trabajo como resultado de la desaceleración económica actual; constituyéndose una amenaza porque el desempleo impide que las personas que se encuentran en esta situación, cuenten con recursos propios, trayendo como consecuencia un limitado poder adquisitivo.

2.01.02.02 Pobreza del Ecuador.

Es el estado en el que un grupo específico de personas, carecen de los recursos económicos suficientes para satisfacer las necesidades elementales para su subsistencia, en otras palabras, no tienen la capacidad de sustentar la canasta básica.

Tabla N° 5

Pobreza del Ecuador

Año	Porcentaje
2011	28,60%
2012	27,30%
2013	25,60%
2014	22,50%
2015	23,28%
2016	23,70%

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: INEC

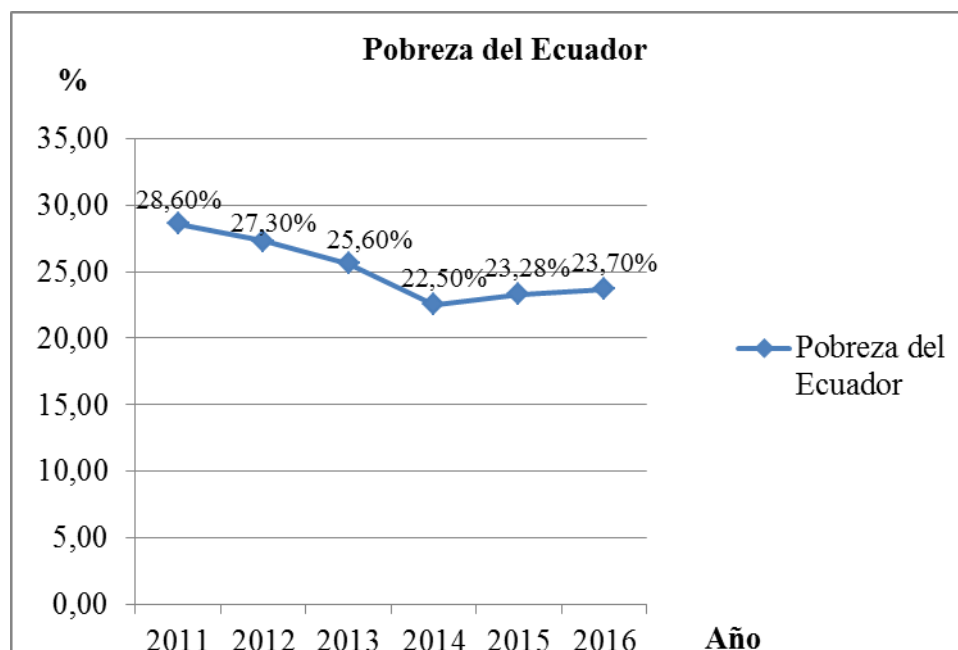


Gráfico N° 5. Pobreza del Ecuador

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: INEC

Análisis

Del año 2011 al 2014 se observa una reducción del porcentaje de la pobreza; sin embargo, los años subsiguientes se caracterizan por un incremento siendo una amenaza para la apertura de una nueva farmacia porque la pobreza limita el acceso a productos y servicios incluidos aquellos provenientes del sector farmacéutico.

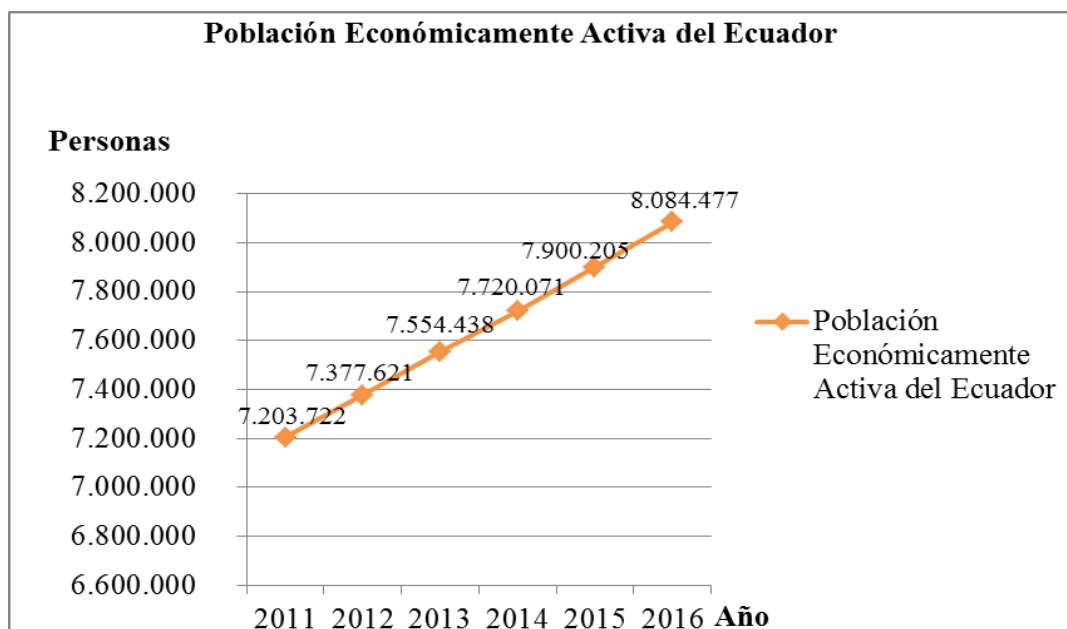
2.01.02.03 Población Económicamente Activa del Ecuador.

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2016) define a la Población Económicamente Activa como aquellas personas que tienen la capacidad de trabajar, contiene tanto a las personas que tienen un empleo, como a aquellas que no lo tienen.

Tabla N° 6

Población Económicamente Activa del Ecuador

Año	N° de personas
2011	7'203.722
2012	7'377.621
2013	7'554.438
2014	7'720.071
2015	7'900.205
2016	8'084.477

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* INEC**Gráfico N° 6. Población Económicamente Activa del Ecuador***Elaborado por:* Sofía Gavilanes*Fuente:* INEC

Análisis

En la figura se puede determinar un incremento anual de la PEA; este comportamiento contempla una oportunidad por considerar que existirá mayor número de personas que tendrán la potencialidad de trabajar y por lo tanto, de generar ingresos destinados al consumo trayendo como consecuencia un aumento de la demanda.

2.01.02.04 Robos a locales comerciales en Ecuador.

Constituye el delito de apropiamiento de dinero, mercadería o activos fijos dentro de un establecimiento dedicado a la compra y venta de productos, generalmente mediante acciones violentas.

Tabla N° 7

Robos a locales comerciales en Ecuador

Año	N° de robos
2011	5.248
2012	5.216
2013	4.881
2014	4.461
2015	4.229

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Ministerio del Interior

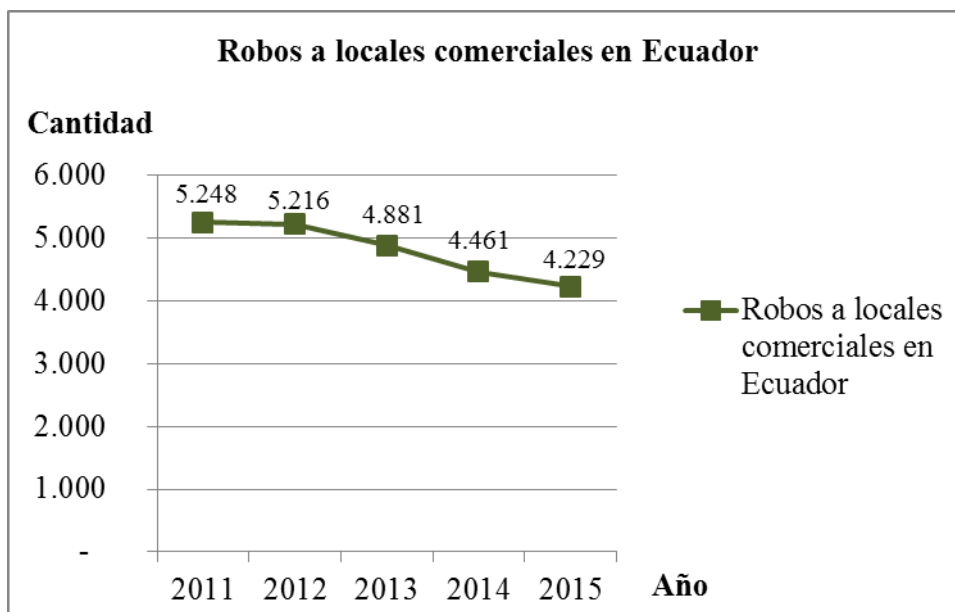


Gráfico N° 7. Robos a locales comerciales en Ecuador

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Ministerio del Interior

Análisis

En los años analizados se evidencia una disminución del número de delitos a locales comerciales en Ecuador, lo que representa una oportunidad porque los datos expuestos disminuyen la incertidumbre al momento de emprender un negocio y reducen la inseguridad o miedo de perder el capital invertido en un atraco.

2.01.03 Factor legal.

El factor legal está formado por el conjunto de leyes y reglamentos que rigen el funcionamiento de la empresa a constituirse. Mencionarlos es importante para asegurar que el proyecto no infrinja ninguna de ellas.

Según lo indica la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA, 2016), la creación de nuevas farmacias está sujeta a las siguientes normativas:

- Ley Orgánica de Salud
- Reglamento de Control y Funcionamiento de Establecimientos Farmacéuticos.

2.01.03.01 Ley Orgánica de Salud.

Los artículos representativos sobre medicamentos y establecimientos farmacéuticos mencionados en la Ley Orgánica de Salud (2006) se describen a continuación:

Art. 153.- Todo medicamento debe ser comercializado en establecimientos legalmente autorizados. Para la venta al público se requiere de receta emitida por profesionales facultados para hacerlo, a excepción de los medicamentos de venta libre, clasificados como tales con estricto apego a normas farmacológicas actualizadas, a fin de garantizar la seguridad de su uso y consumo.

Art. 166.- Las farmacias deben atender al público mínimo doce horas diarias, ininterrumpidas y cumplir obligatoriamente los turnos establecidos por la autoridad sanitaria nacional. Requieren obligatoriamente para su

funcionamiento la dirección técnica y responsabilidad de un profesional químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico, quien brindará atención farmacéutica especializada.

Art. 171.- Es prohibida la venta de medicamentos que contengan sustancias psicotrópicas y estupefacientes que no cuenten con receta emitida por profesionales autorizados para prescribirlas. Cuando se requiera la prescripción y venta de medicamentos que contengan estas sustancias, se realizará conforme a las normas emitidas por la autoridad sanitaria nacional y la Ley de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas. (p. 14-15)

2.01.03.02 Reglamento de Control y Funcionamiento de Establecimientos Farmacéuticos (Acuerdo Ministerial 813).

El Reglamento de Control y Funcionamiento de Establecimientos Farmacéuticos (2015) establece los criterios para la revisión de las actividades realizadas por botiquines y farmacias en todo el país. Es importante mencionar los siguientes artículos:

Art. 10.- Para obtener el permiso de funcionamiento se presentará lo siguiente:

- Código del uso de cupo asignado por el Sistema Nacional para la Planificación de Farmacias y Botiquines.

-
- Solicitud suscrita por el representante legal y el profesional técnico responsable, donde constarán los siguientes datos:
 - Nombre del propietario.
 - Nombre del establecimiento.
 - Cédula de ciudadanía del representante legal.
 - Ubicación.
 - Nombre del químico-farmacéutico responsable;
 - Plano del local, a escala 1:50, que deberá tener un área mínima de cuarenta metros cuadrados;
 - Documentos que acrediten la personería jurídica;
 - Contrato de trabajo con el químico farmacéutico;
 - Certificado ocupacional de salud del personal de la farmacia;
 - Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos

Art. 13.- Los requerimientos del local son los siguientes:

- a) El local estará destinado exclusivamente para la farmacia;
- b) Deberá poseer luz natural y artificial y una ventilación adecuada;
- c) Los pisos deben ser impermeables y lisos, de baldosa, vinyl u otro material que pueda lavarse, paredes de superficie lisa y tratadas con material impermeabilizante;
- d) El cielo raso ofrecerá una superficie limpia;
- e) Deberá poseer una ventanilla para atención nocturna;
- f) Aprovechamiento de agua potable;

-
- g) Baterías sanitarias y lavabo de manos en buen estado de funcionamiento;
 - h) Dispositivos para la eliminación de desechos;
 - i) Ventanas protegidas con malla anti-insectos, cuando sea necesario;
 - j) Instalación eléctrica, de acuerdo a lo establecido convencionalmente;
 - k) Extintor de incendios; y,
 - l) Rótulo con el nombre de la farmacia, y otro letrero adicional, luminoso, con la palabra TURNO, ubicado en el exterior del local. (p. 2-3-4)

2.01.03.03 Requisitos generales para la apertura de nuevas farmacias.

2.01.03.03.01 Registro Único de Contribuyentes (RUC).

El Servicio de Rentas Internas (SRI, 2016) explica que el RUC es el número de identificación personal e intransferible de personas naturales y jurídicas para que puedan ejercer actividades económicas de forma legal. Los requisitos para la inscripción en el RUC son: original de la cédula de identidad, original del certificado de votación y original y copia de una planilla de servicios básicos.

2.01.03.03.02 Patente municipal.

El Municipio de Quito, mediante la Dirección Metropolitana Tributaria (2016), da a conocer que la patente municipal es una declaración anual de impuesto que debe ser cancelado por todas las personas naturales y jurídicas que ejerzan actividades comerciales, industriales y financieras dentro del Distrito Metropolitano de Quito.

Los requisitos del trámite son: formulario de inscripción de la patente, acuerdo de responsabilidad de uso de medios electrónicos, copia de la cédula de identidad y certificado de votación y copia del RUC.

2.01.03.03.03 Licencia Única para Actividades Económicas.

La LUAE (Licencia Única de Actividades Económicas), según la Empresa Pública Metropolitana de Gestión (2016), es el documento habilitante para el ejercicio de cualquier actividad económica dentro del Distrito Metropolitano de Quito. La LUAE incluye tres tipos de permisos: bomberos, medioambiental y sanitario. Los requisitos para su obtención son: formulario único de solicitud de LUAE y el pago de la patente municipal.

2.01.03.03.04 Autorización y permiso de funcionamiento otorgado por el ARCSA.

La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) es el organismo delegado por el Ministerio de Salud Pública para realizar las correspondientes revisiones a fin de autorizar y otorgar permisos de funcionamiento para la apertura de nuevas farmacias. Los requisitos a presentar para el inicio del trámite se encuentran descritos en el artículo 10 del Reglamento de Control y Funcionamiento de Establecimientos Farmacéuticos.

Análisis

Para la apertura de una farmacia se necesitan ciertos requerimientos especiales dictados por las autoridades a través de los reglamentos mencionados anteriormente; sin embargo, en la actualidad; al factor legal se lo considera una oportunidad porque los cupos para la creación de este tipo de negocios están disponibles, lo que facilita en gran medida la consecución de este proyecto.

2.01.04 Factor tecnológico.

2.01.04.01 Software de gestión.

El artículo *Los consumidores, clientes y usuarios* (s.f.) señala la disponibilidad de programas informáticos exclusivos para la gestión de farmacia. Aquellos permiten el registro y control de datos de los clientes, productos y proveedores; además de facilitar la obtención de históricos de ventas, información sobre medicamentos y el control del stock.

Análisis

La era informática facilita la gestión de datos de todo tipo de empresa, incluido el sector farmacéutico. Ventajosamente, existen programas especializados en administración de farmacias, esta situación determina una oportunidad porque se da

solución a problemas específicos de esta área de negocio, donde se requiere tener registros de clientes, consumos, datos sobre los fármacos y control de inventarios.

2.01.04.02 Uso de internet en Ecuador.

Vallejos (s.f.) considera que el internet “es una compilación de miles de redes de ordenadores que han ocasionado una nueva forma de concebir las comunicaciones gracias a los millones de personas que acceden a ésta e inducen un continuo traslado de información” (p. 2).

Tabla N° 8

Número de personas que utilizan internet en Ecuador

Año	Personas
2011	4'793.659
2012	5'447.862
2013	6'372.999
2014	6'891.810
2015	7'488.268

Elaborado por: Sofía Gavilanes
Fuente: INEC

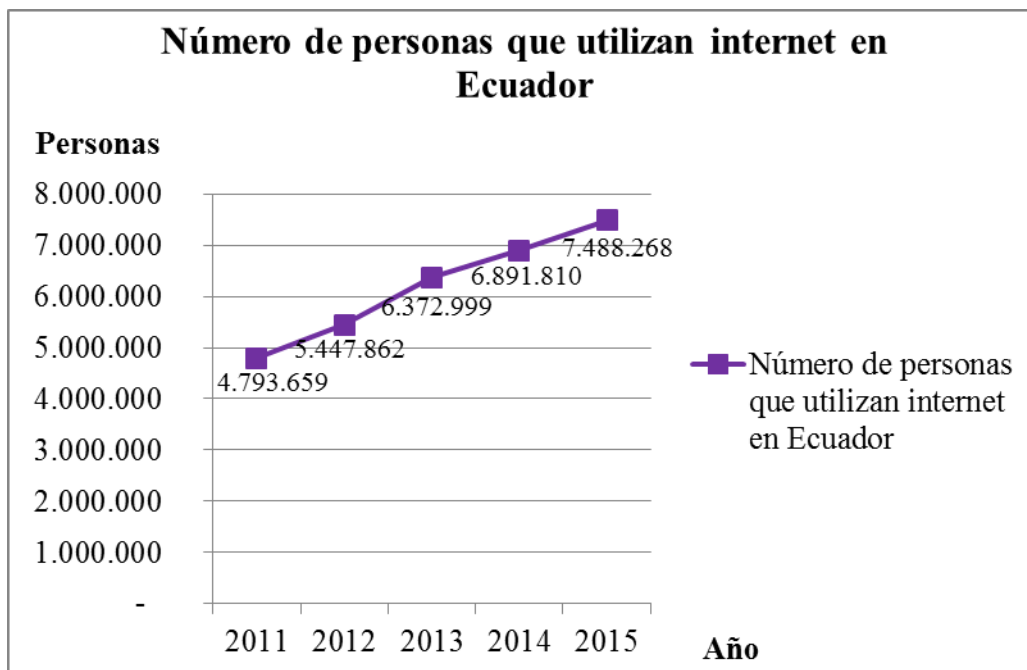


Gráfico N° 8. Número de personas que utilizan internet en Ecuador

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: INEC

Análisis

Cada vez más personas utilizan internet, constituyéndose en una oportunidad para la creación de una farmacia, al contar con una red cuyo alcance es generalizado en la que se pueden emitir mensajes publicitarios de la empresa y facilitar su posicionamiento en la mente de futuros clientes.

2.02 Entorno local

También denominado como microentorno, se fundamenta en el análisis de tres factores: clientes, competencia y proveedores. Estos aspectos pueden ser estudiados en base a una herramienta idealizada por Michael Porter, llamada “Las Cinco Fuerzas de Porter”.

2.02.01 Las Cinco Fuerzas de Porter.

Las Cinco Fuerzas de Porter, en su conjunto, constituyen una herramienta que permite verificar la rentabilidad de un mercado en particular, además de ser la base para formular estrategias organizacionales.

2.02.01.01 Rivalidad entre competidores.

Ayala (2014) manifiesta que “en los últimos años los puntos de venta de las cadenas de farmacias han aumentado, pues ofrecen al consumidor final facilidades, mejores servicios y mejores precios” (p. 24).

Es inevitable considerar la peligrosa competencia que representan las cadenas farmacéuticas para los pequeños empresarios. Desde el inicio del año 2000, las cadenas han tomado la posta del mercado, algunas de ellas son:

- Corporación GPF. Grupo empresarial formado por varias marcas, entre las que destacan las pertenecientes al sector farmacéutico: Fybeka y Sana-Sana. Vistazo (2016) la situó en el puesto 12 de las mayores empresas del país.
- Grupo Difare. Entre sus divisiones de negocio se hallan las farmacias Pharmacys, Comunitarias y Cruz Azul. Vistazo (2016) la ubicó en el puesto 13 de entre las mayores empresas del país.
- Farmaenlace. Es propietaria de Medicity, Farmacias Económicas y Farmadescuentos. Se encuentra situada en el puesto 65 (Vistazo 2016).

Análisis

Las cadenas de farmacias en los últimos años han absorbido gran parte del mercado farmacéutico de venta al por menor. Se concluye que son una amenaza considerable para la formación de una farmacia independiente porque su marca está posicionada en la mente del consumidor, además al abastecerse de productos en gran volumen, pueden ofrecer precios más bajos al público, a esto se suma su variedad de productos, mejores promociones y mayor tecnología.

2.02.01.02 Amenaza de entrada de nuevos competidores.

Para el análisis de esta fuerza se requiere conocer las barreras de entrada del sector farmacéutico. Porter define a las barreras de entrada (según se cita en Mata, 2008) como “todo aquello que impide o dificulta el acceso de los competidores potenciales a un sector” (p. 2).

El conocimiento del área permite identificar barreras de entrada en el campo de estudio. Entre ellas se encuentran:

- Estrictos controles gubernamentales para las farmacias.
- Requerimiento de conocimientos técnicos para el eficaz manejo del negocio.
- Fuerte inversión de capital.
- Experiencia en la administración farmacéutica.

Análisis

La apertura de una farmacia independiente tiene un comportamiento particular en relación con otro tipo de negocio, por los conocimientos específicos que se requieren para su correcta gestión; es decir, un emprendedor que decida crear una farmacia debe contar con la preparación adecuada para el manejo de un establecimiento de esta naturaleza, o a su vez correr en gastos para contratar a un administrador farmacéutico que lo asesore. A esto se suma la gran inversión que se debe realizar, no sólo para la compra de mercadería, sino también para competir frente a las cadenas de farmacias que tienen su marca registrada en la mente del consumidor. Es por ello que la incorporación de nuevos competidores al sector es difícil, constituyéndose en una amenaza para el proyecto al tener que enfrentar y superar las barreras de entrada mencionadas para poder ingresar y mantenerse en el mercado farmacéutico.

2.02.01.03 Amenaza de productos sustitutos.

Un producto sustituto es aquel que satisface las mismas de necesidades de los consumidores pero mediante un mecanismo diferente.

La función de un fármaco es prevenir o curar una determinada enfermedad, básicamente, es utilizado dentro de la medicina convencional. Se puede considerar como sustituto de un fármaco a los productos naturistas que se expenden en tiendas específicas las que aseguran a sus clientes, la mejoría de una dolencia con el

consumo de estos. Algunas empresas comercializadoras de este tipo de productos en el país son:

- Herbalife. Es una compañía de alcance internacional dedicada a la comercialización de productos para el cuidado personal y nutricional; sus ventas se realizan principalmente, bajo el sistema de redes de mercadeo.
- Nature`s Garden. Es una empresa productora y comercializadora de productos naturales OTC. Se encuentra presente en varios puntos de venta en todo el país.
- Renase. Empresa ecuatoriana desarrolladora y comercializadora de productos naturales fabricados con elementos como: miel, valeriana, sangre de drago, uña de gato, etc.

Las investigaciones científicas de la medicina convencional han permitido realizar avances significativos en el tratamiento de enfermedades con resultados positivos, en la mayoría de los casos. Este factor ha incidido en la preferencia de los pacientes por acudir a un médico antes que preferir utilizar productos naturistas; sin embargo existen personas que prefieren a los últimos.

Análisis

Esta fuerza es una oportunidad porque la población urbana, segmento al que va dirigido la farmacia del proyecto, prefiere la medicina convencional a la alternativa por la facilidad de acceso a servicios de salud públicos y privados que

mayoritariamente manejan fármacos como principal tratamiento a las enfermedades de sus pacientes.

2.02.01.04 Poder de negociación de los consumidores.

El poder de negociación de los consumidores es directamente proporcional al número de empresas de un sector; es decir, en el caso de este proyecto mientras más establecimientos farmacéuticos al por menor existan, los consumidores tendrán mayor poder de negociación y decisión, asumiendo que tienen la libertad de elegir dónde comprar y en qué condiciones.

Actualmente, existe una cantidad considerable de farmacias en el mercado, según datos de la plataforma Sí Emprende del INEC (2016), en el cantón Quito existen 850 farmacias, de las cuales el 70% (595 farmacias) son de cadena y el 30% (255 farmacias) son independientes.

Análisis

Se deduce que el poder de negociación de los consumidores es alto, siendo una amenaza para el proyecto porque los compradores del sector farmacéutico tienen una gran variedad de farmacias a su disposición, de las que pueden escoger aquella que se acople mejor a sus necesidades.

2.02.01.05 Poder de negociación de los proveedores.

Se refiere al poder de los proveedores del sector para incrementar sus precios y establecer las condiciones que estos deseen. El sector farmacéutico consta de varios proveedores de medicamentos, entre ellos, se puede mencionar a:

- **Leterago.** Es una distribuidora de medicamentos, presente en varios países latinoamericanos por más de 40 años.
- **Ecuafarmacias.** Empresa dedicada a la venta al por mayor de productos farmacéuticos en el país.
- **Ecuaquímica.** Inició sus operaciones en los años 50, actualmente se ha convertido en una empresa líder en el área farmacéutica.
- **Bayer.** Empresa fundada en Alemania, de alcance mundial, conocida por la producción de la famosa aspirina.
- **Roche.** Empresa pionera en el sector salud, caracterizada por sus divisiones diagnóstica y farmacéutica.
- **Bagó.** Laboratorio dedicado a la producción y comercialización de productos farmacéuticos.
- **Grünenthal.** Compañía alemana con operaciones en el país desde hace 40 años, ofrece a la población medicamentos innovadores y de calidad.
- **Sanofi.** Es una de las compañías líderes en el mercado farmacéutico que ofrece productos para varias áreas terapéuticas.

Análisis

Esta fuerza es una amenaza. El proyecto determina la creación de una farmacia independiente, esto implica la solicitud de pedidos a los proveedores únicamente para abastecer de mercadería a un solo punto de venta; es decir las compras serán en pequeños volúmenes en comparación con los pedidos de una cadena de farmacias. Los proveedores podrán imponer sus condiciones fácilmente a una pequeña farmacia, considerando que sus ventas a aquella representan un corto porcentaje de sus ingresos.

2.03 Análisis interno

El análisis interno consiste en estudiar diversos aspectos que tendrán lugar dentro de la empresa para valorarlos como fortalezas o debilidades con el objetivo de establecer estrategias organizacionales.

2.03.01 Cadena de valor.

El análisis interno de una organización se la realiza mediante el desarrollo de la cadena de valor, herramienta creada por Michael Porter, en la que se analizan las principales actividades de la empresa responsables de la generación de valor que permitan la creación de una ventaja competitiva.

La cadena de valor divide a las actividades en dos grupos: actividades primarias y actividades de apoyo. Cada grupo se subdivide en varios subgrupos de la siguiente manera:

Actividades primarias:

- Logística interna
- Operaciones
- Logística externa
- Marketing y ventas
- Servicios post venta

Actividades de apoyo:

- Infraestructura
- Recursos humanos
- Desarrollo de la tecnología
- Abastecimiento

Las actividades pertenecientes a cada subgrupo deben ser valoradas bajo tres parámetros: perfil competitivo, importancia y posición competitiva.

El perfil competitivo es calificado en base a la realidad de la empresa por conformarse en una escala del 1 al 4, donde 1 es poco relevante y 4 es muy relevante. La importancia determina cuál debería ser la situación óptima a llevar a

cabo; a cada actividad se le asigna un porcentaje de acuerdo a su importancia, de modo que al sumar los porcentajes parciales se obtenga 100%. La posición competitiva resulta de la multiplicación del perfil competitivo por la importancia.

2.03.01.01 Actividades primarias.

Son el conjunto de actividades que permiten la comercialización del producto.

2.03.01.01.01 Logística interna.

Engloba las actividades dedicadas a la recepción y almacenamiento de productos.

Tabla N° 9

Logística interna

Actividades	Perfil competitivo				Importancia	Posición competitiva
	1	2	3	4		
Realización del pedido al proveedor.				X	13%	52
Recepción de mercadería con los documentos apropiados (factura, orden de compra).				X	14%	56
Verificar que los elementos físicos coincidan con la factura.				X	15%	60
Verificar fechas de caducidad.				X	15%	60
Ingresar al sistema				X	15%	60
Ubicar la mercadería en el área de almacenamiento.				X	13%	52
Buenas prácticas de almacenamiento.				X	15%	60
Total					100%	400

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

Análisis

Todas las actividades tienen un perfil competitivo de 4, esto en cuanto a que para la empresa la recepción técnica de medicamentos y el cumplimiento de Buenas Prácticas de Almacenamiento es esencial para ofrecer productos de calidad a sus clientes. El mayor porcentaje de importancia la tienen 4 actividades; entre estas están: verificar que los elementos físicos coincidan con la factura para cerciorarse de que los proveedores están entregando los productos con las características y las cantidades solicitadas; verificar que las fechas de caducidad sean mayores a un año desde la fecha de recepción para procurar que estas no se caduquen rápidamente tanto dentro del establecimiento como en manos de los consumidores; el ingreso de los nuevos productos al sistema es fundamental para conocer las existencias y en la realización de inventarios; y la implementación de buenas prácticas de almacenamiento es fundamental para la conservación apropiada del principio activo. Luego de estas, se presenta con el 14% de importancia la recepción de mercadería con los documentos apropiados (factura y orden de compra) con el fin de verificar que el proveedor haya facturado lo que está presentado en la orden de compra. Las actividades con menor porcentaje, pero no por ello menos indispensables, están la realización del pedido al proveedor lo cual debe ser claro, especificando lo que realmente la empresa requiere para completar su stock y ubicar la mercadería en el área de almacenamiento para conservar el orden dentro del local.

2.03.01.01.02 Operaciones.

Al ser la farmacia una empresa comercializadora, este eslabón se refiere al cumplimiento de las políticas organizacionales.

Tabla N° 10

Operaciones

Actividades	Perfil competitivo				Importancia	Posición competitiva
	1	2	3	4		
Perchado de productos.				x	21%	84
Realización de inventarios				x	21%	84
Limpieza de las instalaciones				x	21%	84
Control de fechas de caducidad				x	21%	84
Ubicación de caducados en percha de cuarentena.				x	16%	64
Total					100%	400

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

Análisis

Todas las actividades inmersas en las operaciones tienen el más alto perfil competitivo para la empresa porque serán realizadas de forma minuciosa tomando en cuenta que son parte de las políticas empresariales. La mayor importancia se deposita en las cuatro primeras actividades mencionadas: el perchado de productos para mantener un orden lógico de la mercadería en las perchas que facilite su rápida ubicación; la realización de inventarios con el fin de mantener un control sobre las existencia y que estas coincidan con lo expresado en el sistema; la limpieza de las instalaciones como norma para conservar una cultura de salud y buena imagen

empresarial y el control de fechas de caducidad para evitar expender productos próximos a caducarse o peor aún caducados. La ubicación de caducados en la percha de cuarentena tiene una importancia del 16% al ser una actividad secundaria o que se deriva de una principal que es el control de fechas de caducidad.

2.03.01.01.03 Logística externa.

Abarca las actividades que permiten que el producto llegue al cliente.

Tabla N° 11

Logística externa

Actividades	Perfil competitivo				Importancia	Posición competitiva
	1	2	3	4		
Saludo al cliente.				X	15%	60
Recepción del pedido del cliente.				X	15%	60
Búsqueda en el sistema del producto solicitado.				X	14%	56
Tomar el producto de la percha correspondiente.				X	12%	48
Brindar al cliente el respectivo consejo farmacéutico.				X	15%	60
Efectuar el cobro				X	14%	56
Entregar el producto				X	15%	60
Total					100%	400

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

Análisis

Las actividades de logística externa tienen un perfil competitivo de cuatro; es decir que serán desempeñadas con los mayores estándares de calidad posibles considerando que son aquellas en las que se tiene contacto directo con el cliente. El mayor porcentaje de importancia recae sobre las actividades en las que se interactúa con el consumidor para la satisfacción de su necesidad, estas son: saludo al cliente de forma amigable para fomentar al desarrollo de un clima de confianza con el fin de motivarlo a expresar claramente lo que necesita; la recepción del pedido del cliente al escuchar con atención su requerimiento; brindar al cliente el respectivo consejo farmacéutico para asegurar la correcta administración y manejo del medicamento dispensado y entregar el producto bajo un sistema de doble chequeo para evitar errores. Le siguen a estas, las siguientes actividades con un 14% de importancia al no incidir directamente sobre el pedido del cliente: búsqueda en el sistema del producto solicitado para determinar su existencia y la realización del cobro como punto fundamental para la continuidad de la farmacia al recuperar su inversión y obtener una ganancia. La actividad con el menor porcentaje es: tomar el producto de la percha correspondiente por ser una tarea elemental en la atención al cliente.

2.03.01.01.04 Marketing y ventas.

Implica las actividades destinadas a dar a conocer el producto.

Tabla N° 12

Marketing y ventas

Actividades	Perfil competitivo				Importancia	Posición competitiva
	1	2	3	4		
Entrega de volantes				x	19%	76
Elaboración de tarjetas de presentación.				x	19%	76
Uso de redes sociales.			x		32%	96
Creación de una página web.			x		30%	90
Total					100%	338

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* Investigación propia**Análisis**

La entrega de volantes y la elaboración de tarjetas de presentación tienen una importancia menor al uso de redes sociales y a la creación de una página web porque, tomando en cuenta las circunstancias tecnológicas actuales, se llega más rápidamente y a mayor número de personas mediante el internet. El uso de redes sociales y la creación de una página web tienen un perfil competitivo de 3 tomando en cuenta que las habilidades del administrador en el uso de estos medios no son las suficientes.

2.03.01.01.05 Servicios post venta.

Actividades relacionadas con el soporte al cliente.

Tabla N° 13

Servicios post venta

Actividades	Perfil competitivo				Importancia	Posición competitiva
	1	2	3	4		
Plan de medicación frecuente.				X	50%	200
Buzón de sugerencias.				X	50%	200
Total					100%	400

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* Investigación propia**Análisis**

Las dos actividades mencionadas tienen un alto perfil competitivo por ser tareas necesarias para la fidelización de clientes. Ambas son igualmente importantes; el plan de medicación frecuente motiva al cliente que padece de una enfermedad crónica a comprar en la farmacia considerando que sus compras acumuladas le darán beneficios posteriores. La implementación de un buzón de sugerencias permite atender reclamos, brindando a los clientes la seguridad de recibir un servicio de calidad con la presentación de soluciones a los inconvenientes que podrían presentarse.

2.03.01.02 Actividades de apoyo.

Son aquellas que dan soporte a las actividades primarias y que no están directamente relacionadas con la comercialización del producto.

2.03.01.02.01 Infraestructura.

Incluye a las gerencias de la empresa.

Tabla N° 14

Infraestructura

Actividades	Perfil competitivo				Importancia	Posición competitiva
	1	2	3	4		
Gerencia Administrativa.			X		100%	300
Total					100%	300

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

Análisis

La Gerencia Administrativa se encargará de la eficiente gestión de recursos físicos y financieros. Esta actividad es muy relevante para la empresa; sin embargo recibe una calificación en el perfil competitivo de 3 considerando que la persona encargada tiene el conocimiento pero no la experiencia para dicha actividad. Esta gerencia engloba toda la importancia (100%) por ser la única que tendrá la empresa.

2.03.01.02.02 Recursos humanos.

Menciona a las actividades que se relacionan con la selección, contratación y capacitación de personal.

Tabla N° 15

Recursos humanos

Actividades	Perfil competitivo				Importancia	Posición competitiva
	1	2	3	4		
Selección y contratación de personal.				X	33%	132
Capacitación constante del personal.				X	33%	132
Evaluación al personal				X	34%	136
Total					100%	400

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* Investigación propia**Análisis**

La selección, contratación, capacitación y evaluación al personal tienen el mayor perfil competitivo dentro de la empresa porque, en primera instancia, se contratará únicamente a los aspirantes con experiencia demostrada en el área; la capacitación será primordial para mantener actualizados los conocimientos de los colaboradores, la misma que será impartida por el administrador; mientras que la evaluación al personal se realizará constantemente para asegurar que su desempeño vaya en concordancia con los valores y políticas empresariales. Las tres actividades mencionadas tienen una importancia casi igualitaria, la evaluación al personal se distingue en un punto porcentual sobre el resto por ser esencial para la mejora continua de la empresa.

2.03.01.02.03 Desarrollo de la tecnología.

Involucra a las actividades destinadas al desarrollo de la tecnología necesaria para la empresa.

Tabla N° 16

Desarrollo de la tecnología

Actividades	Perfil competitivo				Importancia	Posición competitiva
	1	2	3	4		
Implementación de un software de gestión (Infamed).			x		100%	300
Total					100%	300

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

Análisis

La farmacia adquirirá un programa informático para poder controlar su stock y tener registros de sus clientes y proveedores; sin embargo en un inicio se dificultará su uso hasta que se consiga la habilidad suficiente para manejarlo, por lo que se le ha asignado un perfil competitivo de 3. La importancia es del 100% al ser vital para la gestión de la empresa.

2.03.01.02.04 Abastecimiento.

Se refiere a aquellas acciones realizadas en los procesos de compras.

Tabla N° 17

Abastecimiento

Actividades	Perfil competitivo				Importancia	Posición competitiva
	1	2	3	4		
Clasificación de medicamentos de acuerdo a la Ley de Pareto.				X	17%	68
Cálculo del número de usuarios.				X	17%	68
Cálculo del presupuesto para dotación.				X	25%	100
Selección del proveedor.				X	24%	96
Cálculo de stock mínimo				X	17%	68
Total					100%	400

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* Investigación propia**Análisis**

Las actividades de abastecimiento tienen la calificación más alta dentro del perfil competitivo porque serán llevadas a cabo por el administrador quien tiene los conocimientos necesarios para efectuarlas de forma eficiente. La actividad con mayor importancia es el cálculo del presupuesto para verificar cual es el monto de dinero que se debe destinar para la compra de productos; la actividad que le sigue en importancia es la selección del proveedor de acuerdo con la calidad de su servicio. Le siguen a ésta, la clasificación de medicamentos de acuerdo a la Ley de Pareto para conocer qué porcentaje de dinero se destinará para cada tipo de producto; el cálculo de número de usuarios que servirá de base para calcular el presupuesto y el cálculo del stock mínimo para evitar periodos de desabastecimiento.

2.03.02 Propuesta estratégica.

La propuesta estratégica es un conjunto de pautas que muestran el camino a seguir y la forma de actuar para conseguir las metas establecidas.

2.03.02.01 Misión.

Farmacia Salud Vital es un establecimiento dedicado a la comercialización, al por menor, de medicamentos, productos de cuidado personal, dermocosméticos y productos para bebés; brindando una atención profesional y personalizada a cada uno de sus clientes, mediante un grupo humano capacitado para ejercer su trabajo con calidad.

2.03.02.02 Visión.

Farmacia Salud Vital proyecta, a cinco años, ser reconocida por los habitantes de la parroquia Carcelén, como el mejor establecimiento farmacéutico al por menor del sector, caracterizado por la variedad y calidad de los productos expendidos, complementado con una excelente atención al cliente y la actitud de mejora continua.

2.03.02.03 Objetivos.

2.03.02.03.01 Objetivo general.

Crear un establecimiento farmacéutico de venta al por menor en la urbanización La Josefina que ofrezca un stock variado de medicamentos y otros productos relacionados con la salud, además de servicios farmacéuticos profesionales para la satisfacción de las necesidades de la población y, al mismo tiempo, generar rentabilidad.

2.03.02.03.02 Objetivos específicos.

- Comercializar productos farmacéuticos de calidad.
- Fomentar la atención al cliente basada en las buenas prácticas de dispensación.
- Fidelizar a los consumidores mediante un servicio de excelencia.
- Establecer estrategias para asegurar la rentabilidad del negocio y su permanencia en el mercado.

2.03.02.04 Principios y/o valores.

- Responsabilidad. Atender cada tarea asignada con minuciosidad y cuidado para asegurar que sea realizada correctamente.
- Amabilidad. Proceder agradablemente en todo momento y ante cualquier circunstancia.

-
- Trabajo en equipo. Reunir esfuerzos y capacidades para utilizarlos en beneficio de la organización.
 - Honestidad. Dar a conocer al cliente acerca de las características positivas y negativas del producto que se expende para formar confianza y credibilidad.
 - Comunicación. Resolver problemas a través de la escucha efectiva de diferentes puntos de vista y la emisión de comentarios razonados.

2.03.02.05 Políticas.

2.03.02.05.01 Políticas del establecimiento.

- Farmacia Salud Vital atenderá al público 12 (doce) horas diarias de forma ininterrumpida, de lunes a domingo de 09:00 a 21:00.
- El local de Farmacia Salud Vital debe mantenerse en óptimas condiciones de limpieza en cada momento, para ello se contará con útiles de aseo y tachos de basura en perfecto estado.
- Los medicamentos que se venden bajo receta médica deben estar ubicados en perchas fuera del alcance de la vista del cliente.
- Los medicamentos de venta libre, productos de cuidado personal, cosméticos y productos para bebés se presentarán en perchas y vitrinas iluminadas de manera que sean observados fácilmente por el público.
- Los inventarios de productos deben ser realizados semanalmente.
- Hacer un control periódico de fechas de caducidad de medicamentos para separar aquellos con fechas de expiración menores a 90 días y ubicarlos en la percha de cuarentena.

-
- Farmacia Salud Vital debe contar con dos botellones de agua purificada; uno para uso del personal y otro para los clientes.

2.03.02.05.02 Políticas de personal.

- Los trabajadores de Farmacia Salud Vital deben vestir un mandil blanco en el que se halle bordado el logotipo de la empresa y el nombre del colaborador.
- El uso de celular durante la jornada laboral queda prohibido, a excepción de casos de emergencia que deben ser avisados previamente al administrador.
- Si un trabajador requiere faltar a un turno asignado debe comunicar con anterioridad al administrador, a fin de que se tomen las medidas pertinentes para cubrir su inasistencia; de no cumplirse esta normativa el trabajador será sancionado económicamente.
- El sueldo de los trabajadores será depositado en su cuenta personal el último día laborable de cada mes.
- En caso de requerir nuevo personal, el administrador será el encargado de seleccionar, de entre los aspirantes, a aquel que demuestre mayor formación y experiencia en el área farmacéutica.

2.03.02.05.03 Políticas de atención al cliente.

- El cliente es el elemento esencial para Farmacia Salud Vital, por tal razón, se lo debe atender de forma cordial y con una amplia sonrisa.

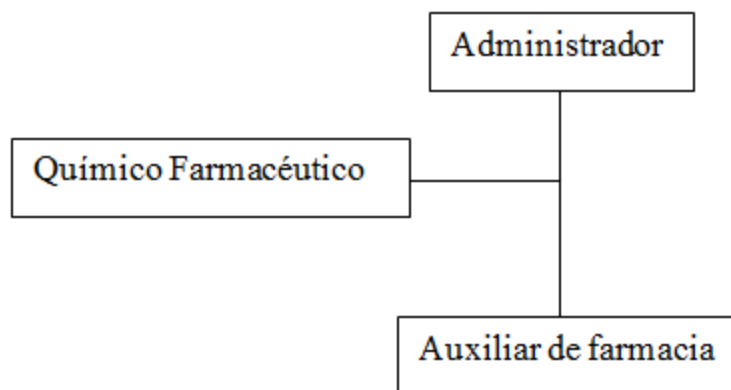
-
- Al momento de dispensar un medicamento, asegurarse de que el cliente conoce la manera correcta de administración, de lo contrario, explicar según las indicaciones de la receta.
 - Indicar al cliente los efectos adversos del medicamento que está adquiriendo.
 - Priorizar la atención a clientes con necesidades especiales, adultos mayores, mujeres embarazadas y con niños en brazos.

2.03.03 Gestión administrativa.

Chicas (2008) menciona que la gestión administrativa se refiere a la ejecución de actividades para alcanzar los objetivos empresariales mediante procesos de planeación, organización, dirección y control; además, involucra la definición de cargos y la descripción de sus funciones.

Cuadro N° 1

Organigrama estructural de Farmacia Salud Vital



Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

2.03.03.01 Funciones del Administrador.

- Controlar el abastecimiento.
- Hacer pedidos a proveedores.
- Ingresar al sistema la mercadería recibida.
- Gestionar las devoluciones a proveedores.
- Atención al cliente (dispensación, facturación).
- Manejo de correos electrónicos.
- Realizar trámites (permisos, contratos, etc.).
- Control de personal (selección, capacitación, evaluación).
- Solución de problemas.
- Generar estrategias para incrementar las utilidades.

2.03.03.02 Funciones del Químico Farmacéutico.

- Supervisar que se cumplan con Buenas Prácticas de Almacenamiento.
- Verificar que se cumplan las Buenas Prácticas de Dispensación de medicamentos.
- Hacerse responsable del control y registro de recetas especiales para medicamentos estupefacientes y psicotrópicos.
- Presentar informes mensuales al CONSEP sobre el movimiento de medicamentos sujetos a fiscalización.

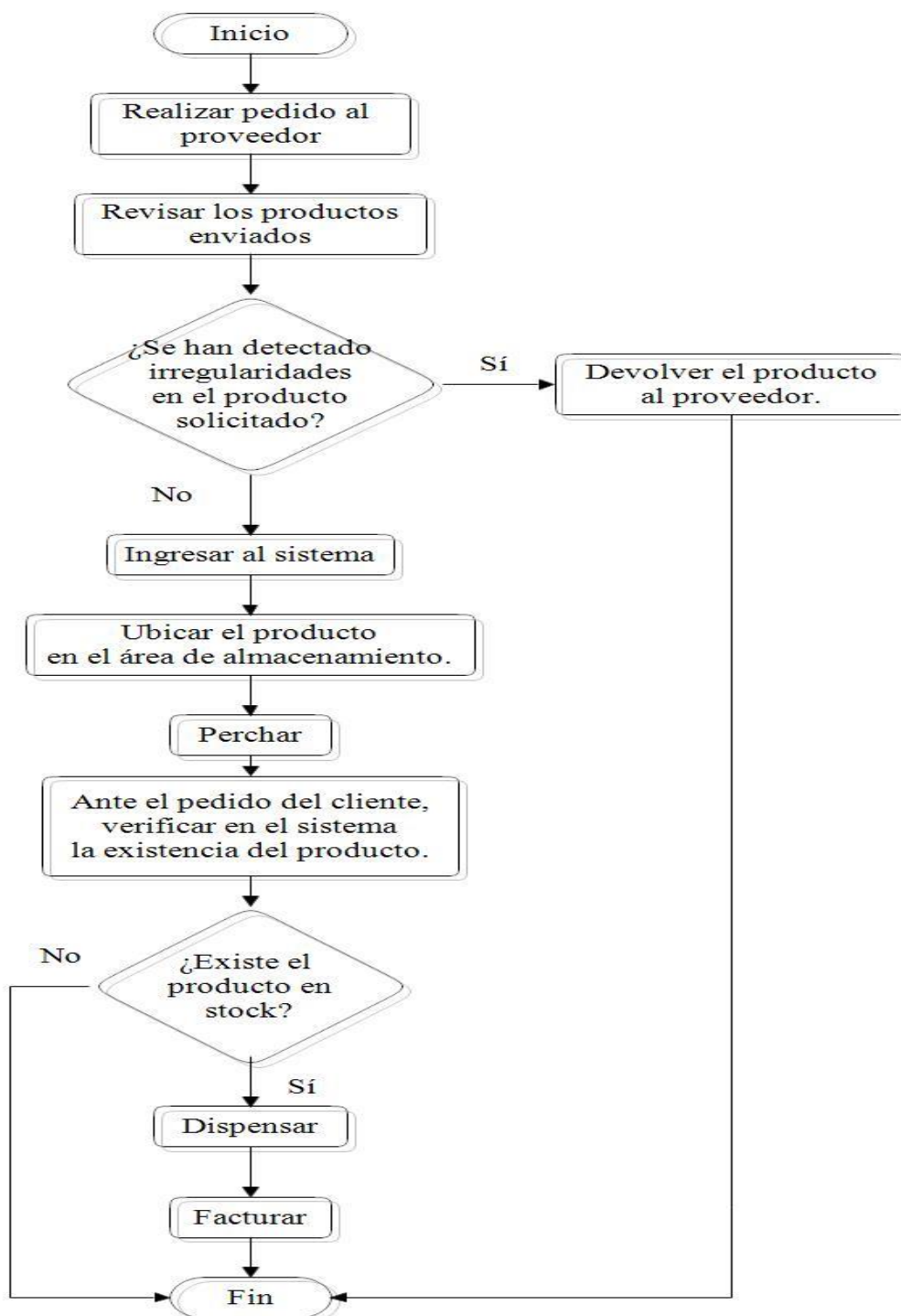
2.03.03.03 Funciones del Auxiliar de Farmacia.

- Atención al cliente.
- Dispensar y facturar.
- Perchar los productos.
- Encargarse de la limpieza del establecimiento.
- Realizar inventarios semanales.
- Revisión de fechas de caducidad de medicamentos.
- Cierres de caja diarios.
- Revisión y registro de los valores de temperatura.

2.03.04 Gestión operativa.

La gestión operativa, según lo señalado por Torres (2012), se fundamenta en realizar de forma eficaz y eficiente los procesos de la organización, generalmente conformados por tareas rutinarias planificadas con anterioridad.

A continuación se describirá, de forma general, el proceso que se ejecutará en Farmacia Salud Vital.

Cuadro N° 2**Gestión operativa**

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

Análisis

El diagrama de flujo representa las actividades generales que se realizarán en la farmacia, iniciando con el pedido al proveedor, seguido por la revisión de los productos enviados para examinar que contengan todos los parámetros solicitados (fecha de caducidad, forma farmacéutica, cantidad), luego de recibidos, se procede al almacenamiento y perchado; cuando un cliente se acerca a la farmacia a solicitar un producto, se verifica su existencia en el sistema para luego proceder a la dispensación y facturación del mismo.

2.03.05 Gestión comercial.

La gestión comercial (Borja, 2008) es una función esencial para el correcto desempeño de las organizaciones, que debe definir los productos a vender, sus precios, puntos de venta y demás estrategias para dar a conocer a la empresa y sus productos.

2.03.05.01 Nombre de la empresa.

“Farmacia Salud Vital”

El nombre de la empresa ha sido concebido mediante la combinación de dos palabras clave (salud y vital) que denotan una percepción de bienestar en el potencial cliente, manteniendo implícito un servicio que garantizará el abastecimiento de

medicamentos para la curación de enfermedades y por lo tanto la entrega de un impulso para vivir.

2.03.05.02 Logotipo.

Farmacia Salud Vital

Figura N° 1. Logotipo

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

Es el texto que identifica a la empresa. Se puede apreciar el nombre de la farmacia en letras azules para dar una sensación de confianza y tranquilidad al público.

2.03.05.03 Isotipo.



Figura N° 2. Isotipo

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

El isotipo está formado por un símbolo en el que se hallan dos elementos: el frasco de pastillas representado la solución a los problemas de salud, y el corazón en muestra de vida. Se puede observar que el color azul es el predominante, el mismo que fue escogido para transmitir responsabilidad y seguridad.

2.03.05.04 Imagotipo.

El imagotipo es la combinación del logotipo e isotipo como elemento clave para la formación de la marca corporativa.



Figura N° 3. Imagotipo

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

2.03.05.05 Eslogan.

“Atención profesional farmacéutica cerca de usted”

El eslogan es una frase corta en la que se describen las cualidades de la empresa, para que permanezcan presentes en la mente del consumidor. El eslogan de la farmacia del proyecto hace referencia a la cercanía de atención farmacéutica profesional que tendrá la población de la urbanización La Josefina, siendo una

comodidad para los habitantes, considerando que en la actualidad tienen un acceso limitado a este servicio.

2.03.05.06 Las 4 P's del Marketing Mix.

2.03.05.06.01 Producto.

Los productos que se expenderán se agrupan en seis categorías:

- Medicamentos. Se tendrá un stock de fármacos de venta libre y bajo prescripción médica.
- Insumos. Como jeringas, gasas, alcohol, agua oxigenada, etc.
- Productos de cuidado personal. Entre los que se encuentran: champús, acondicionadores, cremas de peinar, jabones, pasta y cepillo de dientes, enjuagues bucales, talcos, rasuradoras, toallas higiénicas, etc.
- Dermocosméticos. Se refiere a cremas para el cuidado de la piel y protectores solares en general.
- Productos para bebés. Incluye leches maternizadas, biberones, chupones, pañales de toda talla, paños húmedos, colonias, aceites, entretenedores, etc.
- Productos naturales. Se contará con artículos provenientes de diferentes marcas como Nature`s Garden y Natural Vitality.

2.03.05.07 Precio.

El precio de medicamentos irá en concordancia con lo fijado por el Consejo Nacional de Salud. En cuanto al resto de artículos que se venderán en la farmacia, se

establecerá el precio basándose en obtener un margen de rentabilidad para la empresa, además de tomar en cuenta los precios de mercado.

2.03.05.08 Plaza.

El proyecto contempla la creación de un solo punto de venta que se ubicará en la urbanización La Josefina, parroquia Carcelén. El local donde funcionará el establecimiento farmacéutico se encontrará en la calle principal del sector para que sea fácilmente ubicado por todos los habitantes de la zona. El sitio cuenta con acceso peatonal y vehicular.

2.03.05.09 Promoción y publicidad.

Se planea una inauguración de la farmacia y una reactivación de la marca cada tres meses en la que se prevé contar con un arco de globos, un zanquero y caritas pintadas para llamar la atención de los consumidores y motivarlos a comprar en la farmacia.

Se entregarán volantes (flyers) mensualmente a los consumidores y se elaborarán tarjetas de presentación que serán distribuidas a los clientes frecuentes para que se sientan en la libertad de llamar ante alguna inquietud. Además se implementará un plan de medicación continua con el objetivo de incrementar la venta de medicamentos. Considerando que el internet es un medio eficaz de comunicación, se tomarán en cuenta las redes sociales y una página web para dar a conocer la farmacia.



Figura N° 4. Tarjeta de presentación

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia



Figura N° 5. Volante (flyer)

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

2.04 Análisis FODA

El FODA es un resumen de los factores que impactarán positiva o negativamente en el negocio como resultado del diagnóstico situacional externo e interno.

Cuadro N° 3

Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
1.- Cumplimiento de políticas empresariales. 2.- Planificación de técnicas publicitarias y de comercialización. 3.- Contratación de personal experimentado. 4.- Conocimiento de los procesos administrativos y operativos que deben llevarse a cabo en una farmacia.	1.- Inexperiencia del propietario en la administración del negocio. 2.- Recursos económicos insuficientes. 3.- Poco uso de la tecnología por parte del propietario. 4.- Al ser un negocio nuevo, la farmacia no es conocida por los habitantes del sector.
Oportunidades	Amenazas
1.-Disminución de la inflación 2.-Crecimiento de la PEA. 3.- Disminución de robos a locales comerciales. 4.-Disponibilidad de cupos por parte del ARCSA. 5.-Poca competencia de productos sustitutos.	1.- Disminución del PIB del sector salud. 2.- Incremento de la tasa de interés activa. 3.- Mayor índice de desempleo. 4.- Crecimiento de la pobreza. 5.- Alta rivalidad entre competidores. 6.- Los consumidores pueden elegir entre varias farmacias. 7.- Los proveedores pueden imponer sus condiciones.

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

Análisis

La actual situación económica del país y la presencia de cadenas de farmacia consolidadas son determinantes para la existencia de varias amenazas para la creación del proyecto. Las oportunidades se enfocan en diversos factores como: la disminución de la inflación lo que permite que los precios se mantengan estables preservando el poder adquisitivo de las personas, el crecimiento de la PEA porque se prevé que se incrementará la demanda, habrá mayor seguridad con la disminución de robos, a nivel legal se facilitará la apertura de la nueva farmacia al existir disponibilidad de cupos por parte del ARCSA reduciendo significativamente el costo de su obtención, y hay poca competencia de productos sustitutos tomando en cuenta que los centros naturistas son escasos. Las fortalezas se enmarcan en el cumplimiento de políticas, planificación de técnicas de comercialización y publicitarias, contratación de personal experimentado para que sus habilidades sean usadas en beneficio de la empresa y el conocimiento de los procesos que se deben llevar a cabo en una farmacia. Las debilidades se reflejan en la inexperiencia del propietario, escasos recursos económicos, pocas habilidades para el uso de la tecnología disponible y el hecho de que la farmacia al ser un nuevo establecimiento será poco conocido por los habitantes del sector.

2.04.01 Matriz MEFI.

La Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI) permite sintetizar y valorar a las fortalezas y debilidades de una empresa. Cada factor debe ser evaluado

en tres columnas, en la primera se determina el peso tomando en consideración la realidad de la empresa, el valor asignado puede ir desde 0 (no importante) hasta 1 (muy importante), al sumar los resultados parciales de cada factor debe dar como resultado 1; en la segunda columna se califican los factores de acuerdo a su relevancia en un rango del 1 (irrelevante) al 4 (muy relevante); en la última columna se calcula el peso ponderado al multiplicar el peso por la calificación. Finalmente se suman los pesos ponderados para obtener el total ponderado de la empresa.

Tabla N° 18**Matriz MEFI**

Fortalezas	Peso	Calificación	Peso ponderado
1.- Cumplimiento de políticas empresariales.	0,14	4	0,56
2.- Planificación de técnicas publicitarias y de comercialización.	0,12	4	0,48
3.- Contratación de personal experimentado.	0,14	4	0,56
4.- Conocimiento de los procesos administrativos y operativos que deben llevarse a cabo en una farmacia.	0,12	4	0,48
Subtotal			2,08
Debilidades	Peso	Calificación	Peso ponderado
1.- Inexperiencia del propietario en la administración del negocio.	0,12	4	0,48
2.- Recursos económicos insuficientes.	0,14	4	0,56
3.- Poco uso de la tecnología por parte del propietario.	0,11	4	0,44
4.- Al ser un negocio nuevo, la farmacia no es conocida por los habitantes del sector.	0,11	4	0,44
Subtotal			1,92
Total			4

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

Análisis

Las fortalezas alcanzan un subtotal mayor al de las debilidades; por tal motivo, los factores internos, en su mayoría, son favorables para la consecución del proyecto. Todos los factores son muy relevantes para el correcto funcionamiento de una farmacia por lo que han recibido una calificación de 4. Los factores con mayor peso ponderado son: el cumplimiento de políticas empresariales como eje para la correcta marcha del negocio, contratación de personal experimentado considerado el elemento esencial para la buena atención, y recursos económicos insuficientes que de no aplicar una estrategia para reducir su impacto, impedirá la consecución del proyecto. Le siguen en importancia la aplicación de técnicas publicitarias y de comercialización, el conocimiento de los procesos de una farmacia y la inexperiencia del propietario. Los factores de menor peso ponderado para la organización son las pocas habilidades del administrador para usar la tecnología disponible y el desconocimiento de la existencia de la farmacia por parte de la población, se les ha otorgado el menor peso por ser debilidades fácilmente superables.

2.04.02 Matriz MEFE.

La Matriz de Evaluación de los Factores Externos (MEFE) genera un estudio cuantitativo de las oportunidades y amenazas del entorno de la empresa. La forma de evaluación de cada factor es igual a la efectuada en la matriz MEFI.

Tabla N° 19

Matriz MEFE

Oportunidades	Peso	Calificación	Peso ponderado
1.- Disminución de la inflación	0,10	4	0,40
2.- Crecimiento de la PEA.	0,05	3	0,15
3.- Disminución de robos a locales comerciales.	0,09	4	0,36
4.-Disponibilidad de cupos por parte del ARCSA.	0,10	4	0,40
5.-Poca competencia de productos sustitutos.	0,10	4	0,40
Subtotal			1,71
Amenazas	Peso	Calificación	Peso ponderado
1.- Disminución del PIB del sector salud.	0,09	4	0,36
2.- Incremento de la tasa de interés activa.	0,09	4	0,36
3.- Mayor índice de desempleo.	0,05	3	0,15
4.- Crecimiento de la pobreza.	0,05	3	0,15
5.- Alta rivalidad entre competidores.	0,10	4	0,40
6.- Los consumidores pueden elegir entre varias farmacias.	0,09	4	0,36
7.- Los proveedores pueden imponer sus condiciones.	0,09	4	0,36
Subtotal			2,14
Total			3,85

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* Investigación propia

Análisis

Las amenazas presentan un subtotal ponderado mayor al de las oportunidades; es decir, los factores externos, en gran parte, son desfavorables para la creación de la farmacia. Los factores con mayor peso ponderado son: la disponibilidad de cupos por parte del ARCSA que facilita la creación de una farmacia; la baja competencia de productos sustitutos permitirá al negocio tener mayores oportunidades en ventas,

la disminución de la inflación que permitirá preservar el poder adquisitivo de los consumidores; por otro lado, se tiene la presencia de grandes cadenas de farmacias que se encuentran muy bien consolidadas en el mercado considerándose una amenaza potente para el proyecto. En importancia le siguen los siguientes factores: disminución de robos a locales comerciales que reducirá la incertidumbre frente a posibles atracos, el poco movimiento dentro del sector se evidencia mediante la disminución del PIB en salud, los intereses a cancelar por un préstamo bancario aumentarán considerando el incremento de la tasa de interés activa; la alta competencia permite a los consumidores elegir entre varias opciones; además los proveedores pueden imponer sus condiciones al ser los montos de compra bajos en relación con las cadenas. Los factores de menor peso ponderado son: el crecimiento de la PEA porque no sólo basta con que haya mayor número de potenciales consumidores sino que además se debe tener la capacidad de atraerlos a la farmacia; por último, el incremento del desempleo y la pobreza son una amenaza levemente reducida, tomando en cuenta que los habitantes del sector en el que se llevará a cabo el proyecto pertenecen a una clase social media por lo que estos factores no tienen un gran impacto sobre los mismos.

2.04.03 Matriz MAFE.

La Matriz Analítica de Formación de Estrategias (MAFE) relaciona a las fortalezas y las debilidades con las oportunidades y las amenazas para formular cuatro clases de estrategias:

- Las estrategias FO. Se fundamentan en la utilización de las fortalezas para poder aprovechar las oportunidades.
- Las estrategias DO. Se desarrollan para neutralizar las debilidades aprovechando las oportunidades.
- Las estrategias FA. Basadas en la aplicación de las fortalezas para disminuir el efecto de las amenazas.
- Las estrategias DA. Buscan reducir las debilidades con el fin de que el efecto de las amenazas sea menor.

Cuadro N° 4**Matriz MAFE**

	Fortalezas	Debilidades
MAFE	1.- Cumplimiento de políticas empresariales. 2.- Planificación de técnicas publicitarias y de comercialización. 3.- Contratación de personal experimentado. 4.- Conocimiento de los procesos administrativos y operativos que deben llevarse a cabo en una farmacia.	1.- Inexperiencia del propietario en la administración del negocio. 2.- Recursos económicos insuficientes. 3.- Poco uso de la tecnología por parte del propietario. 4.- Al ser un negocio nuevo, la farmacia no es conocida por los habitantes del sector.
Oportunidades 1.- Disminución de la inflación. 2.-Crecimiento de la PEA. 3.- Disminución de robos a locales comerciales. 4.-Disponibilidad de cupos por parte del ARCSA. 5.-Poca competencia de productos sustitutos.	FO - Elaboración de volantes y tarjetas de presentación para que sean entregadas a los consumidores. (F2-O2) - Ofrecer un stock variado de productos naturales e impulsar su venta argumentando los beneficios de los mismos. (F2-O5)	DO - Capacitarse en el manejo de redes sociales y páginas web para dar a conocer la farmacia por estos medios al mayor número de personas posible. (D3-O2) - El negocio será ubicado cerca de un consultorio médico con el que se generará una alianza estratégica. (D2-O4)
Amenazas 1.- Disminución del PIB del sector salud. 2.- Incremento de la tasa de interés activa. 3.- Mayor índice de desempleo. 4.- Crecimiento de la pobreza. 5.- Alta rivalidad entre competidores. 6.- Los consumidores pueden elegir entre varias farmacias. 7.- Los proveedores pueden imponer sus condiciones.	FA - Generar plazas laborales para personas con experiencia en el área. (F3-A3) - Desarrollar un proceso estandarizado de atención al cliente basado en un servicio de excelencia como medio de distinción frente a la competencia. (F1-A5)	DA - Realizar un préstamo al plazo más corto posible para evitar el pago prolongado de intereses. (D2- A2) - Planificar una inauguración para la farmacia con el fin de que los consumidores conozcan de su existencia.(D4-A6)

Elaborado por: Sofía Gavilanes**Fuente:** Investigación propia

Análisis

Las estrategias FO se enfocan a la generación de actividades que impulsen la comercialización de productos. Las estrategias DO incluyen el uso del internet para dar a conocer la farmacia; además se propone ubicar el negocio cerca de un consultorio médico como una opción para incrementar las ventas y por tanto el nivel de ingresos. Las estrategias FA engloban a la creación de plazas laborales para personal con experiencia y el diseño de un proceso de atención al cliente personalizado. Las estrategias DA involucran la realización de un préstamo para contar con los recursos económicos suficientes que permitan llevar a cabo el proyecto; y la planificación de una inauguración para dar a conocer la farmacia.

2.04.04 Matriz MCPE.

La Matriz Cuantitativa de Planificación Estratégica evalúa a las estrategias formuladas para determinar cuál es la más óptima.

Primero se deben seleccionar las cuatro estrategias más importantes de acuerdo al peso ponderado mostrado en las anteriores matrices. Luego se transcriben todos los factores externos e internos de forma vertical y se añaden los pesos ponderados. A cada factor se califica según el atractivo de cada estrategia en una escala del 1 al 4, donde 1 es nada atractivo y 4 es muy atractivo. Se procede a multiplicar el peso ponderado por la calificación para obtener la calificación total. Al final se suman las calificaciones totales para verificar que estrategia obtuvo la mayor puntuación.

Tabla N° 20
Matriz MCPE

		Estrategia 1		Estrategia 2		Estrategia 3		Estrategia 4	
Factores críticos para el éxito	Peso	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA
Fortalezas									
1.- Cumplimiento de políticas empresariales.	0,56	-	-	4	2,24	-	-	-	-
2.- Planificación de técnicas publicitarias y de comercialización.	0,48	4	1,92	4	1,92	3	1,44	4	1,92
3.- Contratación de personal experimentado.	0,56	3	1,68	4	2,24	3	1,68	3	1,68
4.- Conocimiento de los procesos administrativos y operativos.	0,48	3	1,44	4	1,92	3	1,44	3	1,44
Debilidades									
1.- Inexperiencia del propietario en la administración del negocio.	0,48	-	-	-	-	-	-	-	-
2.- Recursos económicos insuficientes.	0,56	4	2,24	3	1,68	4	2,24	3	1,68
3.- Poco uso de la tecnología por parte del propietario.	0,44	-	-	-	-	-	-	-	-
4.- La farmacia no es conocida por los habitantes del sector.	0,44	3	1,32	4	1,76	-	-	-	-
Oportunidades									
1.- Disminución de la inflación	0,40	-	-	-	-	-	-	3	1,20
2.- Crecimiento de la PEA.	0,15	3	0,45	3	0,45	-	-	3	0,45
3.- Disminución de robos a locales comerciales.	0,36	-	-	-	-	-	-	-	-
4.-Disponibilidad de cupos por parte del ARCSA.	0,40	4	1,60	-	-	-	-	-	-
5.-Poca competencia de productos sustitutos.	0,40	3	1,20	3	1,20	-	-	4	1,60
Amenazas									
1.- Disminución del PIB en el sector salud.	0,36	-	-	-	-	-	-	-	-
2.- Incremento de la tasa de interés activa.	0,36	-	-	-	-	4	1,44	-	-
3.- Mayor índice de desempleo.	0,15	-	-	-	-	-	-	-	-
4.- Crecimiento de la pobreza.	0,15	-	-	-	-	-	-	-	-
5.- Alta rivalidad entre competidores.	0,40	3	1,20	4	1,60	3	1,20	4	1,60
6.- Los consumidores pueden elegir entre varias farmacias.	0,36	4	1,44	4	1,44	-	-	4	1,44
7.- Los proveedores pueden imponer sus condiciones.	0,36	-	-	-	-	-	-	-	-
	Total	14,49		16,45		9,44		13,01	

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

Análisis

Las estrategias seleccionadas son:

Estrategia 1. El negocio será ubicado cerca de un consultorio médico con el que se generará una alianza estratégica. (D2-O4)

Estrategia 2. Desarrollar un proceso estandarizado de atención al cliente basado en un servicio de excelencia como medio de distinción frente a la competencia. (F1-A5)

Estrategia 3. Realizar un préstamo al plazo más corto posible para evitar el pago prolongado de intereses. (D2- A2)

Estrategia 4. Ofrecer un stock variado de productos naturales e impulsar su venta argumentando los beneficios de los mismos. (F2-O5)

Luego de calificar las estrategias según su atractivo para cada factor crítico de éxito y haber sumado las calificaciones totales, se ha seleccionado a aquella de mayor puntaje como la más óptima; esta es:

Desarrollar un proceso estandarizado de atención al cliente basado en un servicio de excelencia como medio de distinción frente a la competencia. (F1-A5)

CAPÍTULO III

3.01 Análisis del consumidor

En un trabajo de Kotler y Armstrong (como se cita en Rodríguez, 2012) se indica que el análisis del consumidor “es el estudio del comportamiento que muestran las personas u organizaciones para elegir, obtener y emplear los productos y servicios para la satisfacción de sus necesidades.” (p. 14)

3.01.01 Determinación de la población y muestra.

La población se refiere al conglomerado que se procederá a investigar en el proyecto. La población de la urbanización La Josefina, de acuerdo con lo indicado por la Secretaria de Territorio, Hábitat y Vivienda (2016) del Municipio de Quito, es de 2.550 habitantes. El estudio de la totalidad de la población mencionada resultaría muy costoso y requeriría de un tiempo extendido para su correcta realización; por tal motivo es necesario el cálculo de una muestra.

La muestra es un segmento del universo o población, para su determinación se utiliza la siguiente fórmula:

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

Donde:

n= Tamaño de la muestra.

N= Tamaño de la población o universo.

K= Nivel de confianza.

p= Probabilidad de éxito.

q= Probabilidad de fracaso.

e= Margen de error.

Los datos que se usarán para el cálculo de la muestra son los siguientes:

N= 2.550 habitantes/3,78 promedio de personas por hogar= 674,60 familias

K= 95%; que corresponde al valor de 1,96

p= 50%

q= 50%

e= 5%

Tomando en cuenta lo anterior se procede al cálculo de la muestra:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 675}{0,05^2(675-1) + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5} = 245,06$$

El resultado indica que el tamaño de la muestra es de 245 familias.

3.01.02 Técnicas de obtención de información.

La información que se requiere para iniciar el estudio de mercado debe provenir de los habitantes de la urbanización La Josefina. La técnica que se utilizará para recolectar los datos necesarios es la encuesta.

La encuesta es un medio que permite recoger información a través de un cuestionario en el que los encuestados contestan por escrito a las preguntas formuladas por el investigador.

3.01.03 Análisis de la información.

Luego de aplicar la encuesta a 245 familias de la urbanización La Josefina, se han obtenido los siguientes resultados:

Pregunta 1

Tabla N° 21

¿Qué es lo primero que toma en cuenta al comprar en una farmacia?

Opciones	Número de personas	Porcentaje
Servicio recibido	76	31,02%
Stock y variedad de productos	54	22,04%
Promociones	23	9,39%
Calidad de los productos	33	13,47%
Ubicación	17	6,94%
Precios	42	17,14%
Total	245	100%

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

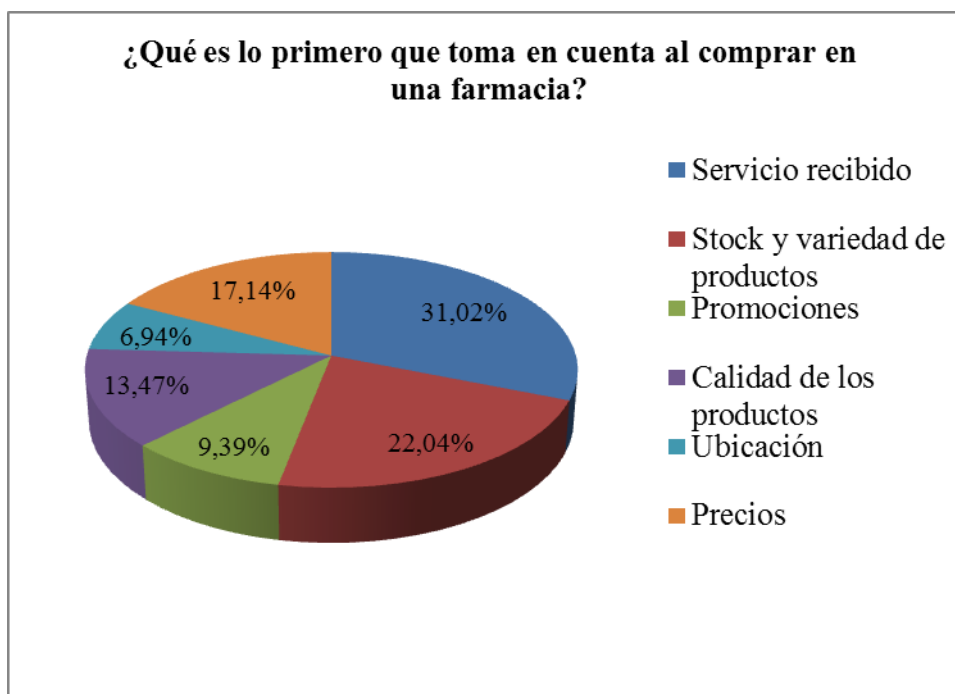


Gráfico N° 9. ¿Qué es lo primero que toma en cuenta al comprar en una farmacia?

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

Análisis

Los encuestados opinan que el servicio recibido y la variedad de productos son elementos fundamentales que toman en cuenta al momento de comprar en una farmacia, lo cual indica que la atención a prestar debe estar enfocada en brindar un excelente servicio y en procurar tener todos los productos que requieren los clientes considerando que estos factores son los más importantes para el consumidor e incluso están por encima de otros aspectos como los precios o la ubicación.

Pregunta 2

Tabla N° 22

¿Qué artículos compra mayoritariamente en una farmacia?

Opciones	Número de personas	Porcentaje
Medicamentos	181	73,88%
Productos de cuidado personal	5	2,04%
Dermocosméticos	2	0,81%
Productos para bebés	7	2,86%
Vitaminas	16	6,53%
Productos naturales	34	13,88%
Otros	0	0%
Total	245	100%

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

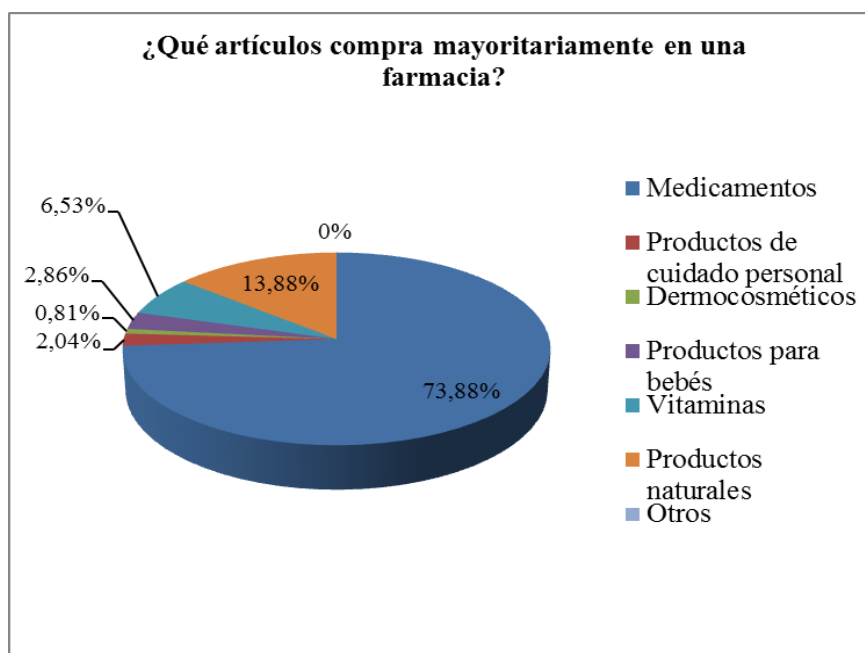


Gráfico N° 10. ¿Qué artículos compra mayoritariamente en una farmacia?

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

Análisis

Los medicamentos, productos naturales y vitaminas son los bienes mayoritariamente adquiridos en una farmacia por los encuestados. Estos datos señalan que se debe contar con una cantidad adecuada de mercadería de este tipo, teniendo un especial cuidado en el control de stocks mínimos para evitar periodos de desabastecimiento mientras se espera la llegada del pedido realizado al proveedor.

Pregunta 3

Tabla N° 23

¿Cuánto consume mensualmente en una farmacia?

Opciones	Número de personas	Porcentaje
\$0-\$20	22	8,98%
\$21-\$40	164	66,94%
\$41-\$60	47	19,18%
\$61-\$80	7	2,86%
\$81-\$100	5	2,04%
Total	245	100%

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

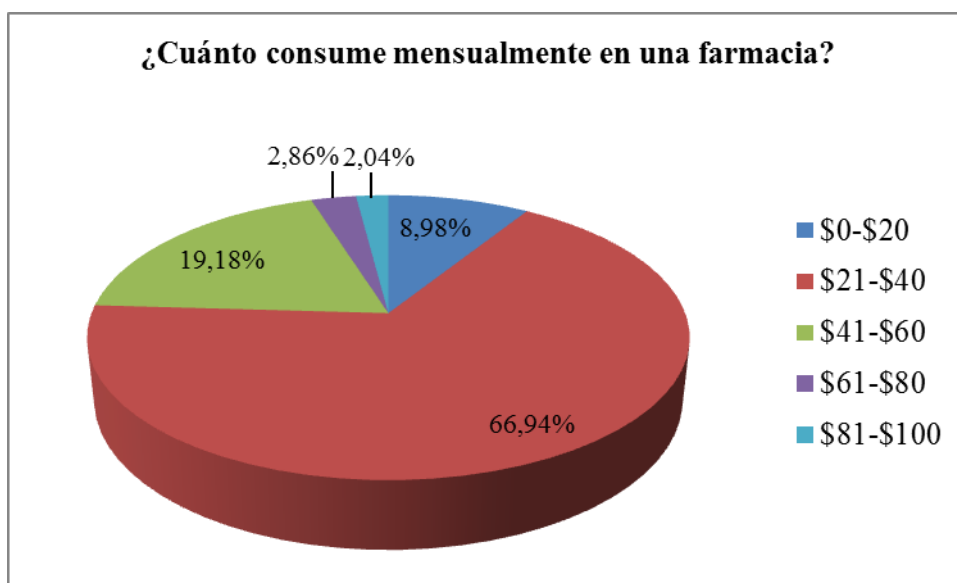


Gráfico N° 11. ¿Cuánto consume mensualmente en una farmacia?

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

Análisis

Las familias encuestadas consumen en su mayoría entre \$21 a \$40 mensualmente en una farmacia. Al relacionar esta pregunta con la anterior se detecta que gran parte de este consumo se concentra en medicamentos, productos naturales y vitaminas. Esta cifra será un dato importante para el cálculo de la demanda de productos farmacéuticos en el sector.

Pregunta 4

Tabla N° 24

¿Con qué forma de pago cancela en una farmacia?

Opciones	Número de personas	Porcentaje
Efectivo	209	85,31%
Tarjeta de crédito	29	11,83%
Tarjeta de débito	7	2,86%
Cheque	0	0%
Crédito personal o corporativo	0	0%
Total	245	100%

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

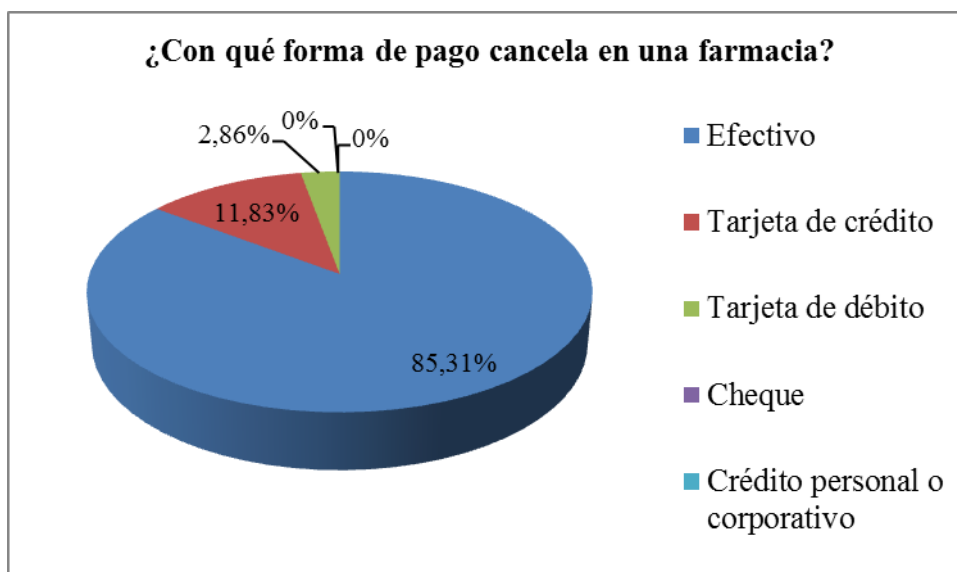


Gráfico N° 12. ¿Con qué forma de pago cancela en una farmacia?

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

Análisis

En el gráfico se puede apreciar que gran parte de las familias encuestadas pagan en efectivo, sin embargo existe cierto porcentaje de familias que cancelan mediante tarjeta lo que conlleva a solicitar el servicio de cobro a través de este medio con el fin de no perder ventas por este motivo.

Pregunta 5

Tabla N° 25

¿Qué servicios le gustaría recibir de la farmacia de su barrio?

Opciones	Número de personas	Porcentaje
Jornadas médicas	29	11,84%
Entrega a domicilio	39	15,92%
Plan de medicación continua	76	31,02%
Días de promociones	101	41,22%
Total	245	100%

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

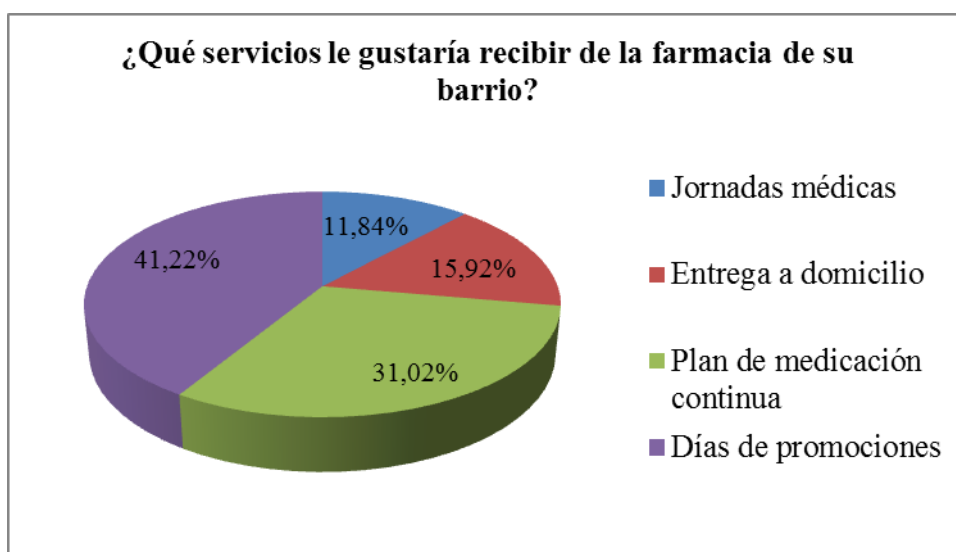


Gráfico N° 13. ¿Qué servicios le gustaría recibir de la farmacia de su barrio?

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

Análisis

De las opciones presentadas las familias prefieren disponer de días de promociones y de un plan de medicación continua. En atención a esta información se planificará las actividades elegidas de manera que resulten convenientes para los clientes, pero al mismo tiempo mantener el beneficio económico para la farmacia.

Pregunta 6

Tabla N° 26

¿Recibe información adecuada acerca de cómo manipular y administrar el medicamento que adquiere?

Opciones	Número de personas	Porcentaje
Siempre	27	11,02%
A veces	64	26,12%
Nunca	154	62,86%
Total	245	100%

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

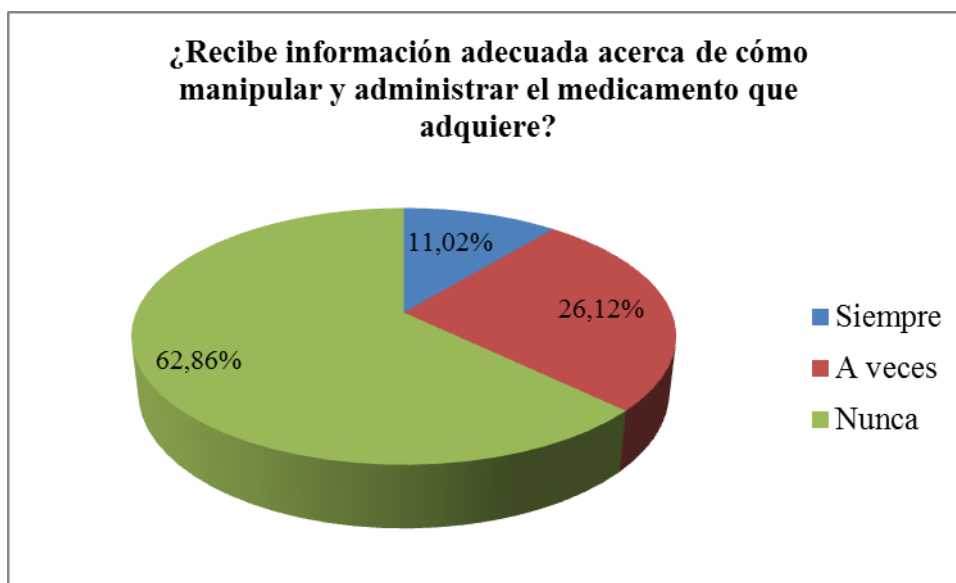


Gráfico N° 14. ¿Recibe información adecuada acerca de cómo manipular y administrar el medicamento que adquiere?

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

Análisis

Por lo general, los encuestados no reciben información adecuada sobre cómo manipular y administrar el medicamento que compran, esto indica que el establecimiento donde adquieren los productos no presta un servicio farmacéutico completo. Esta circunstancia se considera como una ventaja para la farmacia que tendrá la oportunidad de destacarse frente a la competencia al brindar una atención que incluya la información pertinente en relación al medicamento a dispensar.

Pregunta 7

Tabla N° 27

¿Está satisfecho con el servicio que recibe en la farmacia de su barrio?

Opciones	Número de personas	Porcentaje
Sí	54	22,04%
No	191	77,96%
Total	245	100%

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

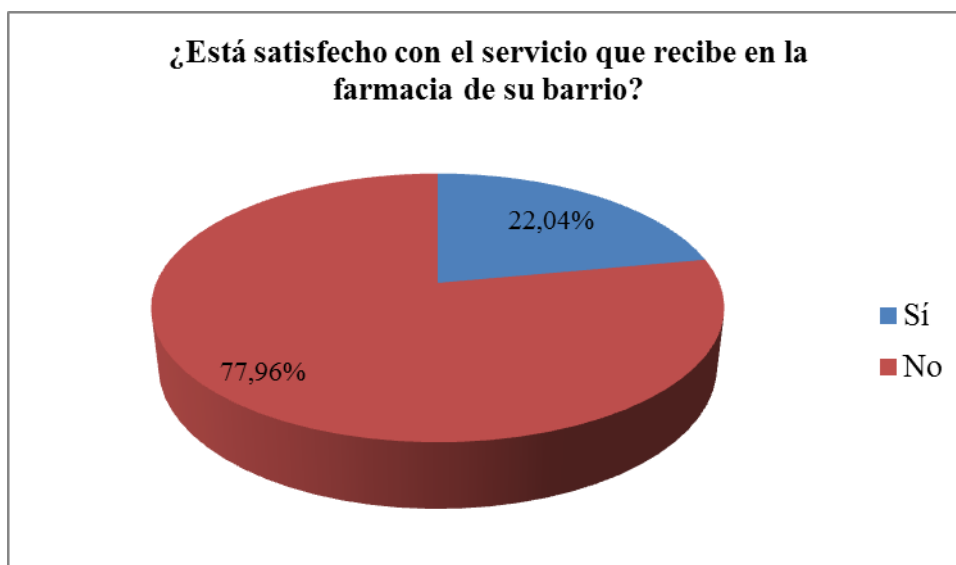


Gráfico N° 15. ¿Está satisfecho con el servicio que recibe en la farmacia de su barrio?

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

Análisis

La mayoría de encuestados demuestran una inconformidad con el servicio de la farmacia de su barrio. Por simple observación se puede deducir que la insatisfacción

es ocasionada por la discontinuidad en los horarios de atención del establecimiento (la farmacia cierra en momentos no habituales), además que no cuenta con todos los productos que necesitan los consumidores.

Pregunta 8

Tabla N° 28

¿Le gustaría tener una nueva farmacia en su barrio?

Opciones	Número de personas	Porcentaje
Sí	198	80,82%
No	47	19,18%
Total	245	100%

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

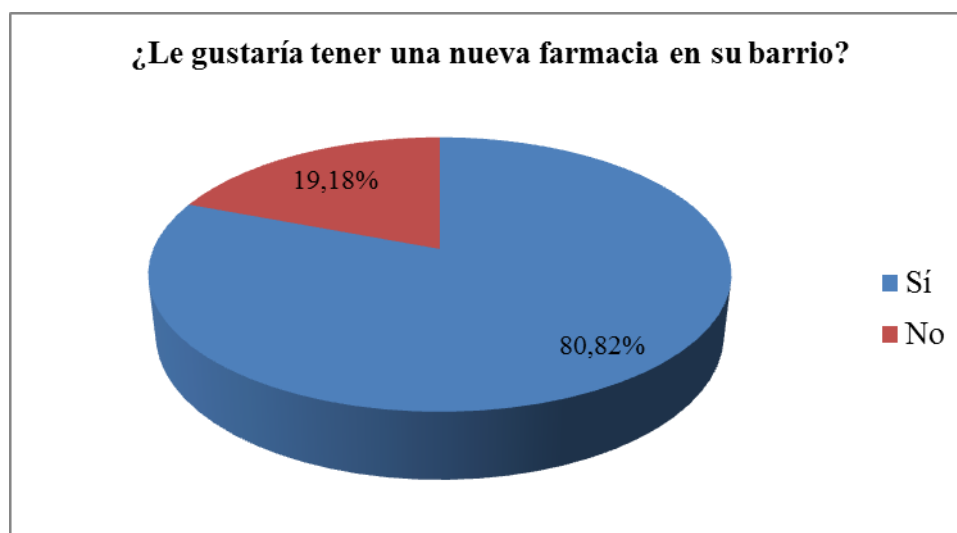


Gráfico N° 16. ¿Le gustaría tener una nueva farmacia en su barrio?

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

Análisis

Un 80,82% de los encuestados respaldan la idea de crear una nueva farmacia en el barrio, si bien no es una mayoría absoluta el porcentaje es bastante alto por lo que se espera que el negocio tenga gran aceptación. Se deduce que gran parte de la población requiere de otra farmacia por su insatisfacción con la ya existente.

Pregunta 9

Tabla N° 29

¿En qué horario le gustaría que la farmacia atienda?

Opciones	Número de personas	Porcentaje
Todos los días de 08h00 a 20h00	83	33,88%
Todos los días de 09h00a 21h00	96	39,18%
De lunes a viernes de 08h00 a 20h00	27	11,02%
De lunes a viernes de 09h00a 21h00	39	15,92%
Otro horario	0	0%
Total	245	100%

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

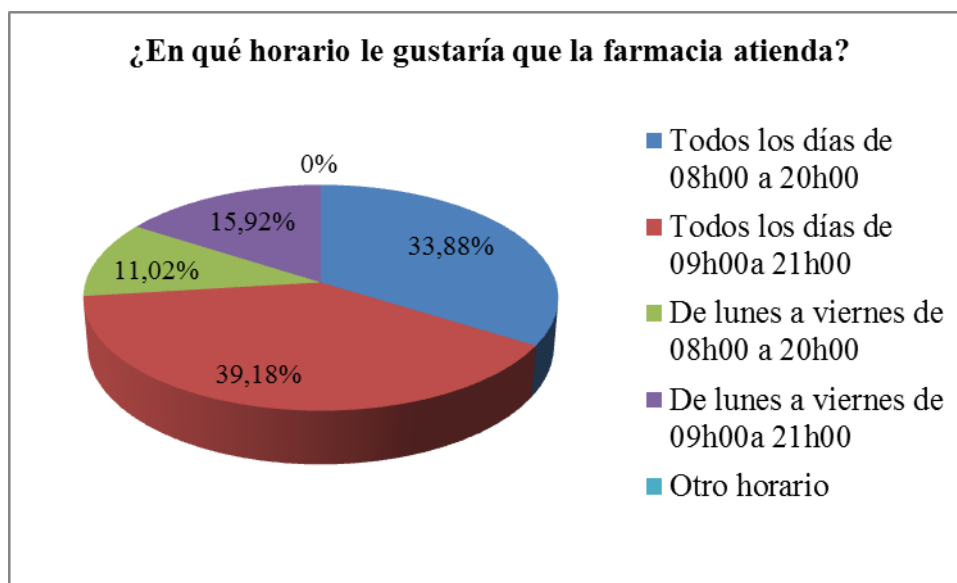


Gráfico N° 17. ¿En qué horario le gustaría que la farmacia atienda?

Elaborado por: Sofía Gavilanes

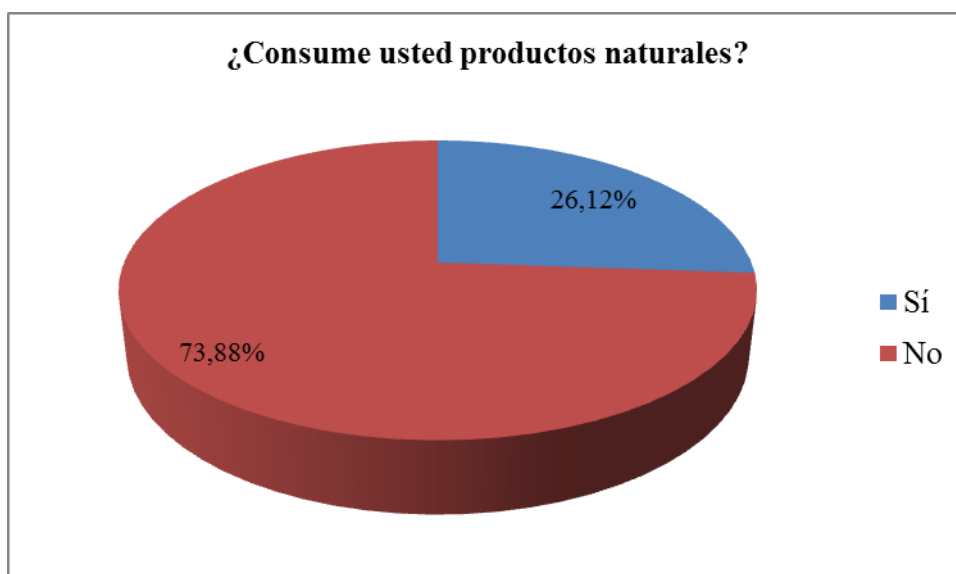
Fuente: Investigación propia

Análisis

Los posibles consumidores prefieren que la farmacia brinde sus servicios todos los días (incluidos los fines de semana) en un horario de 09h00 a 21h00. Esta respuesta indica la necesidad de la población de contar con un lugar donde adquirir medicamentos en un amplio horario, especialmente en la noche para que las personas que laboran en el día puedan conseguir sus productos luego de la jornada de trabajo y cerca de su hogar.

Pregunta 10**Tabla N° 30****¿Consume usted productos naturales?**

Opciones	Número de personas	Porcentaje
Sí	64	26,12%
No	181	73,88%
Total	245	100%

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* Investigación propia**Gráfico N° 18. ¿Consume usted productos naturales?***Elaborado por:* Sofía Gavilanes*Fuente:* Investigación propia

Análisis

La pregunta 10 está direccionada a conocer el porcentaje de personas que consumen productos naturales específicamente en centros naturistas con el fin de conocer en qué medida los productos sustitos influyen en la consecución del proyecto. Es claro notar que la mayoría de personas no consumen este tipo de productos en tiendas especializadas; sin embargo existe un 26,12% que sí lo hace.

Pregunta 11

Tabla N° 31

En caso de que su respuesta en la pregunta anterior haya sido afirmativa, indique: ¿En qué establecimiento compra productos naturales?

Opciones	Número de personas	Porcentaje
Farmanatural	51	79,69%
Xtralife	13	20,31%
Otro	0	0%
Total	64	100%

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

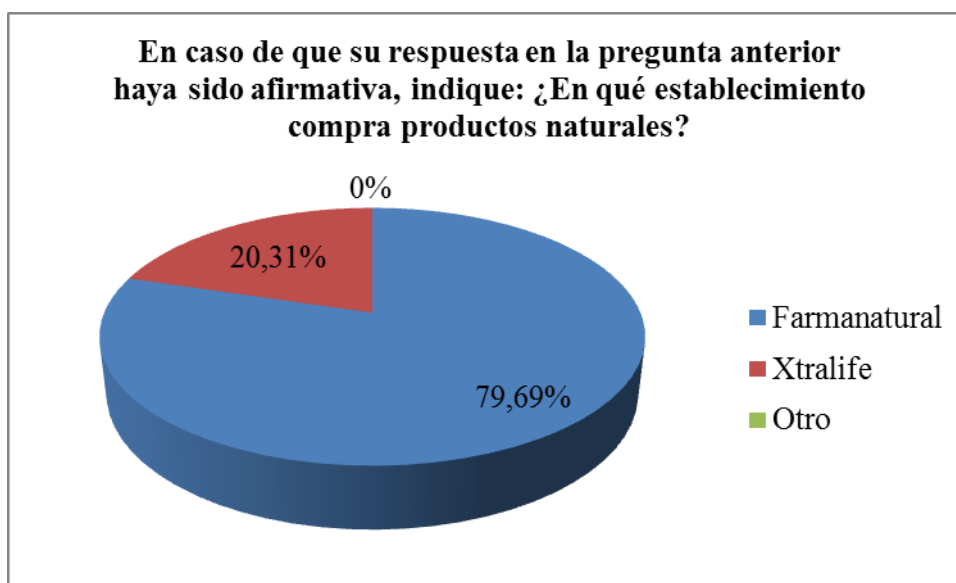


Gráfico N° 19. En caso de que su respuesta en la pregunta anterior haya sido afirmativa, indique: ¿En qué establecimiento compra productos naturales?

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

Análisis

De las 64 familias que afirmaron consumir productos naturales en centros naturistas un 79,69% indicó que adquieren este tipo de productos en el Centro Naturista Farmanatural, mientras que el resto lo hacen en Xtralife. Estos datos ayudarán a conocer la oferta de productos sustitutos.

3.02 Oferta

Maturana (2010) indica que la oferta es la “cantidad de un bien o servicio que los vendedores desean y pueden vender.” (p. 11)

Para el caso del proyecto, se ha tomado en consideración para la oferta a la competencia que tendría la farmacia propuesta. A continuación, se analizará la

oferta histórica, actual y proyectada de Farmacia Valmaf, considerada competencia directa del negocio a establecerse.

3.02.01 Oferta histórica.

La Farmacia Valmaf ha iniciado sus actividades económicas a inicios del año 2016 por lo tanto no se procederá al cálculo de su oferta histórica.

3.02.02 Oferta actual.

Para el cálculo de la oferta actual se ha procedido a consultar directamente a la Farmacia Valmaf sus ventas diarias registradas en su sistema informático. Estos datos se usaron para determinar un promedio de venta diaria.

Tabla N° 32

Oferta actual

Días	Ventas diarias
Lunes	\$ 177,23
Martes	\$ 194,11
Miércoles	\$ 171,59
Jueves	\$ 223,16
Viernes	\$ 227,14
Sábado	\$ 243,87
Domingo	\$ 237,42
SUMA	\$ 1.474,52
PROMEDIO	\$ 210,65

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Farmacia Valmaf

Las ventas diarias promedio de la Farmacia Valmaf son de \$210,65; este dato permite obtener las ventas mensuales que son de \$6.319,50 y la venta anual (oferta actual) correspondiente a \$75.834.

3.02.03 Oferta proyectada.

El cálculo de la oferta proyectada se hace con el propósito de conocer la cantidad futura de bienes o servicios que la competencia brindará al mercado. Para el efecto se ha utilizado la siguiente fórmula:

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

Donde:

C_n = Oferta proyectada.

C_0 = Oferta actual.

i = Promedio de los porcentajes de variación del PIB del sector social y salud.

n = Tiempo

Los valores se han proyectado con el promedio de los porcentajes de variación del PIB del sector social y salud de los años 2011 al 2015 correspondiente al 2,524%.

Desarrollando la fórmula se obtiene la oferta proyectada para el 2017:

$$\$ 75.834 (1+0,02524)^1 = \$77 748,05$$

Para calcular la oferta proyectada de los años subsiguientes se utilizan las mismas cifras en la fórmula a excepción de n que toma los valores de 2, 3, 4 y 5 para los años 2018, 2019, 2020 y 2021 respectivamente.

Tabla N° 33

Oferta proyectada

Años	Ventas proyectadas
2017	\$ 77.748,05
2018	\$ 79.710,41
2019	\$ 81.722,30
2020	\$ 83.784,97
2021	\$ 85.899,71

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Farmacia Valmaf

3.03 Oferta de productos sustitutos

Los productos sustitutos de la farmacia propuesta por el proyecto son los centros naturistas ubicados en zonas aledañas, estos son: Farmanatural y Xtralife.

3.03.01 Oferta histórica de productos sustitutos.

Orjuela y Sandoval (2002) mencionan que “la oferta histórica permite verificar la tendencia de consumo de un determinado sector con el fin de identificar y analizar los efectos positivos y negativos de las decisiones tomadas por los competidores para usar dicha información en el proyecto”. (p. 145)

La oferta histórica se ha calculado con la siguiente fórmula:

$$C_n = \frac{c_0}{1 + i}$$

Donde:

C_n = Oferta histórica.

C_0 = Oferta del año posterior al año de cálculo.

i = Porcentaje de variación del PIB del sector social y salud del año de cálculo.

Por ejemplo, el cálculo de la oferta histórica de 2015 es:

$$\frac{\$ 14.897,50}{1 + 0,0002} = \$ 14.894,52$$

En la siguiente tabla se muestra la oferta histórica para los años 2011-2015.

Tabla N° 34

Oferta histórica de productos sustitutos

Años	Ventas históricas
2011	\$ 13.175,89
2012	\$ 13.781,98
2013	\$ 14.719,15
2014	\$ 14.645,55
2015	\$ 14.894,52

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Farmanatural-Xtralife

3.03.02 Oferta actual de productos sustitutos.

El cálculo de la oferta actual de productos sustitutos se basó en las cifras proporcionadas por los propietarios de los centros naturistas mencionados, con estos datos se determinó un promedio de venta diaria. Cabe recalcar, que la información obtenida corresponde únicamente a aproximaciones por la dificultad presentada al conseguir los datos reales.

Tabla N° 35

Oferta actual de productos sustitutos (Farmanatural)

Días	Ventas diarias
Lunes	\$ 150,00
Martes	\$ 150,00
Miércoles	\$ 150,00
Jueves	\$ 175,00
Viernes	\$ 175,00
Sábado	\$ 200,00
Domingo	\$ 175,00
SUMA	\$ 1.175,00
PROMEDIO	\$ 167,86

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Farmanatural

Las ventas diarias promedio del Centro Naturista Farmanatural son de \$167,86; este dato permite obtener las ventas mensuales que son de \$5.035,80 y la venta anual correspondiente a \$60.429,60. Del total de ventas anuales se tomará en cuenta únicamente el 26,12% correspondiente al porcentaje de familias que consumen

productos naturales en tiendas especializadas, obteniendo un valor de \$ 15.784,21; posteriormente, de este valor se extraerá el 79,69% equivalente al porcentaje de familias que compran este tipo de productos en Farmanatural dando como resultado \$ 12.578,44.

Tabla N° 36

Oferta actual de productos sustitutos (Xtralife)

Días	Ventas diarias
Lunes	\$ 100,00
Martes	\$ 100,00
Miércoles	\$ 100,00
Jueves	\$ 100,00
Viernes	\$ 150,00
Sábado	\$ 150,00
Domingo	\$ 150,00
SUMA	\$ 850,00
PROMEDIO	\$ 121,43

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Xtralife

Las ventas diarias promedio del Centro Naturista Xtralife son de \$121,43, este dato permite obtener las ventas mensuales que son de \$3.642,90 y la venta anual correspondiente a \$43.714,80. Del total de ventas anuales se tomará en cuenta únicamente el 26,12% correspondiente al porcentaje de familias que consumen productos naturales en tiendas especializadas, obteniendo un valor de \$ 11.418,31; posteriormente, de este valor se extraerá el 20,31% equivalente al porcentaje de familias que compran este tipo de productos en Xtralife dando como resultado \$2.319,06.

Para obtener la oferta total de productos sustitutos se ha sumado la oferta de Farmanatural (\$ 12.578,44) y de Xtralife (\$ 2.319,06). El resultado de esta operación es: \$ 14.897,50.

3.03.03 Oferta proyectada de productos sustitutos

La oferta proyectada de productos sustitutos permitirá saber el valor monetario de los bienes totales que los centros naturistas serán capaces de ofrecer al mercado en los próximos 5 años.

La oferta proyectada se ha determinado tomando en cuenta el porcentaje promedio de crecimiento del PIB del sector social y salud correspondiente a 2,524%.

Tabla N° 37

Oferta proyectada de productos sustitutos

Años	Ventas proyectadas
2017	\$ 15.273,51
2018	\$ 15.659,02
2019	\$ 16.054,25
2020	\$ 16.459,46
2021	\$ 16.874,90

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Farmanatural-Xtralife

3.04 Oferta global

Para tener un panorama total de la competencia directa y la oferta de productos sustitutos, a continuación se presenta la suma total de la oferta actual y proyectada.

Tabla N° 38

Oferta global actual

Establecimiento	Ventas anuales	Porcentaje
Farmacia Valmaf	\$ 75.834,00	83,58%
Centro naturista Farmanatural	\$ 12.578,44	13,86%
Centro naturista Xtralife	\$ 2.319,06	2,56%
Total	\$ 90.731,50	100,00%

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Farmacia Valmaf- Farmanatural- Xtralife

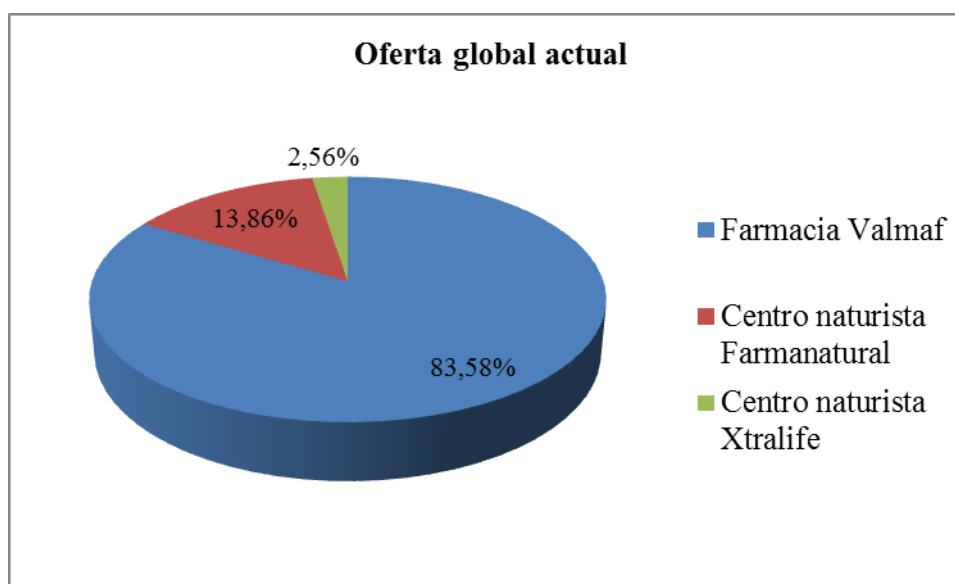


Gráfico N° 20. Oferta global actual

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Farmacia Valmaf- Farmanatural- Xtralife

Tabla N° 39

Oferta global proyectada

Año	Oferta proyectada	Oferta proyectada de productos sustitutos	Total
2017	\$ 77.748,05	\$ 15.273,51	\$ 93.021,56
2018	\$ 79.710,41	\$ 15.659,02	\$ 95.369,43
2019	\$ 81.722,30	\$ 16.054,25	\$ 97.776,55
2020	\$ 83.784,97	\$ 16.459,46	\$ 100.244,43
2021	\$ 85.899,71	\$ 16.874,90	\$ 102.774,61

Elaborado por: Sofia Gavilanes*Fuente:* Farmacia Valmaf- Farmanatural- Xtralife

Los datos de la oferta global actual y la oferta global proyectada permitirán realizar el balance oferta- demanda actual y proyectado.

3.05 Demanda

Maturana (2010) define a la demanda como “la cantidad de un producto o servicio que los consumidores desean y pueden adquirir.” (p. 4)

3.05.01 Demanda histórica.

Orjuela y Sandoval (2002) manifiestan que “el cálculo de la demanda histórica se efectúa para conocer la tendencia del mercado años atrás con el fin de detectar los factores que han influido en los resultados.” (p. 66)

Para su cálculo se utilizó la siguiente fórmula:

$$C_n = \frac{c_0}{1 + i}$$

Donde:

C_n = Demanda histórica.

C_0 = Demanda del año posterior al año de cálculo.

i = Porcentaje de la inflación y crecimiento poblacional del año de cálculo.

Tabla N° 40

Inflación y tasa de crecimiento poblacional

Año	Inflación	Tasa de crecimiento poblacional	Total
2011	4,50%	1,69%	6,19%
2012	5,10%	1,66%	6,76%
2013	2,70%	1,63%	4,33%
2014	3,60%	1,60%	5,20%
2015	4,00%	1,57%	5,57%

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: BCE-INEC

Por ejemplo, el cálculo de la demanda histórica de 2015 es:

$$\frac{\$ 282.366}{1 + 0,0557} = \$ 267.468,03$$

En la siguiente tabla se muestra la demanda histórica para los años 2011-2015.

Tabla N° 41

Demanda histórica

Año	Demanda histórica
2011	\$ 214.958,56
2012	\$ 228.264,50
2013	\$ 243.695,18
2014	\$ 254.247,18
2015	\$ 267.468,03

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* Investigación propia**3.05.02 Demanda actual**

La demanda actual se determina en base al número de familias de la urbanización La Josefina y el promedio de consumo mensual extraído de la encuesta.

Tabla N° 42

Promedio de consumo mensual

Opciones	Promedio	Número de personas	Total
\$ 0 - \$ 20	\$ 10,00	22	\$ 220,00
\$ 21 - \$ 40	\$ 30,50	164	\$ 5.002,00
\$ 41 - \$ 60	\$ 50,50	47	\$ 2.373,50
\$ 61 - \$ 80	\$ 70,50	7	\$ 493,50
\$ 81 - \$ 100	\$ 90,50	5	\$ 452,50
Total personas		245	
		Suma	\$ 8.541,50
		Consumo mensual	\$ 34,86

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* Investigación propia

Tabla N° 43

Demanda actual

Población	2550
Miembros por familia (INEC)	3,78
Número de familias	675
Promedio de consumo mensual	\$ 34,86
Demanda mensual	\$ 23.530,50
Demanda anual	\$ 282.366,00

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* Investigación propia

En la tabla se puede observar que la demanda anual actual es de \$ 282.366.

3.05.03 Demanda proyectada.

Orjuela y Sandoval (2002) sostienen que:

La demanda proyectada se calcula con la intención de conocer las cantidades que los consumidores comprarán del producto o servicio que ofrece el proyecto; es decir se busca determinar si existe o no una necesidad futura que pudiera ser satisfecha por el bien objeto de estudio. (p. 98)

La demanda proyectada se calcula con la siguiente fórmula:

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

Donde:

C_n = Demanda proyectada.

C_0 = Demanda actual.

i = Promedio de las sumatorias de la inflación y la tasa de crecimiento poblacional.

n = Tiempo

Los valores se han proyectado con el promedio de las sumatorias de la inflación y la tasa de crecimiento poblacional de los años 2011 al 2015 correspondiente al 5,61%.

Desarrollando la fórmula se obtiene la demanda proyectada para el 2017:

$$\$ 282.366 (1+0,0561)^1 = \$298.206,73$$

Para calcular la demanda proyectada de los años subsiguientes se utilizan las mismas cifras en la fórmula a excepción de n que toma los valores de 2, 3, 4 y 5 para los años 2018, 2019, 2020 y 2021 respectivamente.

Tabla N° 44

Demanda proyectada

Año	Demanda proyectada
2017	\$ 298.206,73
2018	\$ 314.936,13
2019	\$ 332.604,05
2020	\$ 351.263,13
2021	\$ 370.969,00

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* Investigación propia**3.06 Balance oferta-demanda**

El balance oferta-demanda se refiere a la diferencia entre la oferta y la demanda. Particularmente en este proyecto, dicho cálculo permite determinar el déficit del servicio farmacéutico, para proponer una solución mediante una oferta optimizada.

3.06.01 Balance actual.

El balance actual se calcula restando la oferta global actual menos la demanda actual. Al resultado de esta operación se le extrae el 79,39%, tal valor es el promedio de los porcentajes obtenidos en las preguntas 7 y 8 de la encuesta en las que se conoció que el 77,96% de las familias están insatisfechas con el servicio que presta la farmacia de su barrio, además que a un 80,82% le gustaría tener una nueva farmacia en el sector.

Tabla N° 45

Balance actual

Año	Oferta	Demanda	Demanda insatisfecha	Ventas anuales
2016	\$ 90.731,50	\$ 282.366,00	-\$ 191.634,50	\$ 152.138,63

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* Investigación propia**3.06.02 Balance proyectado.**

El balance proyectado se calcula de la misma forma que el balance actual con la diferencia de que las cantidades a restar corresponden a la oferta global proyectada y demanda proyectada.

Tabla N° 46

Balance proyectado

Año	Oferta global proyectada	Demanda proyectada	Demanda insatisfecha proyectada	Ventas anuales proyectadas
2017	\$ 93.021,56	\$ 298.206,73	-\$ 205.185,17	\$ 162.896,51
2018	\$ 95.369,43	\$ 314.936,13	-\$ 219.566,70	\$ 174.314,00
2019	\$ 97.776,55	\$ 332.604,05	-\$ 234.827,50	\$ 186.429,55
2020	\$ 100.244,43	\$ 351.263,13	-\$ 251.018,70	\$ 199.283,75
2021	\$ 102.774,61	\$ 370.969,00	-\$ 268.194,39	\$ 212.919,53

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* Investigación propia

CAPÍTULO IV

4.01 Tamaño del proyecto

Morcillo (2016) define al tamaño del proyecto como “la capacidad de producción para la cual debe ser creada la empresa. Su importancia radica en conocer la inversión a realizar y por ende permite determinar la rentabilidad que generaría el negocio”. (p. 3-4)

La determinación del tamaño del proyecto debe tomar en cuenta la demanda insatisfecha y la capacidad económica del inversionista.

4.01.01 Capacidad instalada

Baca Urbina (2010) se refiere a la capacidad instalada como “el 100% de la capacidad de la empresa” (p. 75)

Para la ejecución del proyecto se ha seleccionado un local comercial de 40 m².
El establecimiento contará con las siguientes áreas:

4.01.01.01 Área administrativa

El área administrativa cuenta con dos subáreas: el área de archivo y el área de bibliografía. En el área de archivo se conservarán varios documentos distribuidos en distintas carpetas como documentos legales (copia de cédula de identidad y papeleta de votación del propietario, RUC, controles de medicamentos sujetos a fiscalización realizados por el Químico Farmacéutico), además se debe archivar facturas, cierres de caja, inventarios; en otra carpeta se archivan documentos del personal (copias de cédula de identidad y papeleta de votación del personal, copias del título de bachiller, título del Químico Farmacéutico, contratos); por último se deben archivar los documentos de la farmacia (patente, plano 1:50, permiso municipal, permiso de bomberos, permiso de funcionamiento del ARCSA). En el área de bibliografía se debe contar con un vademécum, cuadro nacional de medicamentos básicos, Ley Orgánica de Salud, Ley de Estupefacientes y Psicotrópicos, farmacopeas.

4.01.01.02 Área de recepción

Es el sitio donde se ubican los pedidos que llegan a la farmacia y se procede a verificar que la cantidad solicitada sea la cantidad recibida, además se debe tomar en cuenta el lote, fecha de caducidad y que los productos lleguen en buen estado.

4.01.01.03 Área de cuarentena

En el área de cuarentena se ubican los productos que no se pueden expender debido a que están deteriorados o próximos a vencer.

4.01.01.04 Área de almacenamiento

El área de almacenamiento incluye varias subáreas que son:

- Área de productos controlados. Los productos controlados son los estupefacientes y psicotrópicos. Se debe tener la lista de los productos con los que se cuenta y las recetas archivadas cronológicamente. Estos medicamentos deben encontrarse en un armario con llave bajo responsabilidad del administrador.

- Área de productos refrigerados. Allí se mantienen los productos de cadena de frío. Debe conservarse a una temperatura de 2-8 °C, la que será controlada dos veces al día, las temperaturas detectadas se anotarán en un registro ubicado en la refrigeradora.

- Área de colirios. En la que se almacenan medicamentos para afecciones oculares.

- Área de productos higroscópicos. Se almacenan los productos que tienden a captar fácilmente la humedad del ambiente. La humedad se debe encontrar entre un 60% y 70%. Ejemplos: dapsona en tabletas, metronidazol en tabletas, tinidazol en tabletas, sales de rehidratación.

- Área de productos fotosensibles. Se ubican productos sensibles a la luz. Los medicamentos fotosensibles vienen en recipientes color ámbar. Ejemplos: clozapina, azitromicina, mebendazol.

- Área de insumos. Se almacenan productos como: jeringas, gasas, alcohol, agua oxigenada, etc.

4.01.01.05 Área de dispensación y expendio

El área de dispensación es el sitio donde el dependiente espera al cliente. El área de expendio requiere de perchas y vitrinas. En las vitrinas es importante manejar conceptos de merchandising como el color, la iluminación y ubicación de los productos para llamar la atención de los consumidores y mejorar las ventas.

4.01.02 Capacidad óptima

Morcillo (2016) define a la capacidad óptima del proyecto como “aquella que dirige al resultado más favorable para el proyecto en su conjunto” (p. 60)

En la capacidad óptima se describirá de manera general los activos fijos que se requieren para la apertura de la farmacia y los gastos de sueldos y beneficios sociales del personal de la misma.

Tabla N° 47

Capacidad óptima

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Vitrina panorámica 180 cm-35 cm- 70cm	1	\$ 220,00	\$ 220,00
Silla para recepción 2 puestos	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Mostrador sencillo iluminado 90 cm	3	\$ 200,00	\$ 600,00
Mostrador caja 180 cm	1	\$ 280,00	\$ 280,00
Mesa rectangular	1	\$ 100,76	\$ 100,76
Tablero ranurado	5	\$ 140,00	\$ 700,00
Ganchos	30	\$ 1,50	\$ 45,00
Percha 5 servicios	10	\$ 85,00	\$ 850,00
Percha 3 servicios	3	\$ 50,00	\$ 150,00
Lateral puertas batibles con seguridad	1	\$ 221,70	\$ 221,70
Archivador vertical de 4 gavetas con riel	2	\$ 215,00	\$ 430,00
Puerta de aluminio y vidrio 2,05m x 1,6m	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Silla oficina giratoria	1	\$ 139,40	\$ 139,40
Escritorio madera/metal	1	\$ 279,00	\$ 279,00
Basurero pedal 8 Lt azul	4	\$ 8,99	\$ 35,96
Pallets	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Escalera de aluminio 102 kg comercial	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Letrero grande 1,5 m x 1 m	1	\$ 135,00	\$ 135,00
Letrero pequeño 35 cm x 25 cm	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Teléfono fijo- Daewoo DTC 450	2	\$ 19,99	\$ 39,98
Calculadora Casio fx570MS	2	\$ 17,00	\$ 34,00
Grapadora de escritorio pequeña	2	\$ 4,20	\$ 8,40
Perforadora de escritorio mediana	2	\$ 4,50	\$ 9,00
Buzón acrílico para sugerencias	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Refrigeradora Electrolux 4' blanca	1	\$ 397,00	\$ 397,00
Dispensador de agua white 11	2	\$ 62,99	\$ 125,98
Sistema de alarma de seguridad	1	\$ 220,00	\$ 220,00
Termohigrómetro 20 x15 cm	1	\$ 38,00	\$ 38,00
Candado 70 MM rectangular Viro	4	\$ 39,99	\$ 159,96
Extintor 10 Lbs	1	\$ 28,00	\$ 28,00
Computador todo en 1 Compaq 18-4616	1	\$ 549,00	\$ 549,00
Computador todo en 1 HP 20-E112LA	1	\$ 667,00	\$ 667,00
Impresora Canon MG-2910	1	\$ 72,96	\$ 72,96
Impresora para punto de venta Epson TMU-220	1	\$ 369,00	\$ 369,00
Lector de código de barras Motorola LS1203	1	\$ 123,00	\$ 123,00
Software Infamed	1	\$ 825,00	\$ 825,00
TOTAL			\$ 8.488,10

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* Varios proveedores

Tabla N° 48

Gastos de sueldos y beneficios sociales

	Administrador	Dependiente
Sueldo	\$ 450,00	\$ 366,00
Décimo tercero	\$ 37,50	\$ 30,50
Décimo cuarto	\$ 30,50	\$ 30,50
Vacaciones	\$ 18,75	\$ 15,25
Aporte patronal	\$ 54,68	\$ 44,47
Fondos de reserva	\$ 0,00	\$ 0,00
Total mensual	\$ 591,43	\$ 486,72
Total anual	\$ 7.097,16	\$ 5.840,64

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* Investigación propia

El Químico Farmacéutico contará con un honorario fijo mensual de \$ 200 por concepto de servicios profesionales.

4.02 Localización

Baca Urbina (2010) manifiesta que “la localización establece el lugar donde se instalará el negocio, considerando el sitio donde se genere mayor rentabilidad sobre el capital.” (p. 86)

4.02.01 Macro localización.

En la macro localización se elige el país, provincia, cantón y parroquia donde se instalará el negocio.

La farmacia se ubicará en Ecuador, provincia de Pichincha, cantón Quito, parroquia Carcelén. La ciudad de Quito ha sido elegida por ser la capital del país, la sede administrativa y por ser la segunda ciudad más poblada del Ecuador (INEC 2016); tales características permitirán facilitar el acceso a servicios administrativos, además al existir más de dos millones de habitantes se estima que existen más personas con la profesión y experiencia que se requiere para la farmacia, por lo tanto habrá mayores opciones al momento de seleccionar personal para el negocio. La parroquia Carcelén ha sido seleccionada debido a su amplio crecimiento urbanístico percibido en los últimos años lo que ha producido un incremento considerable de su población que demandan de todo tipo de servicios, incluido el farmacéutico.

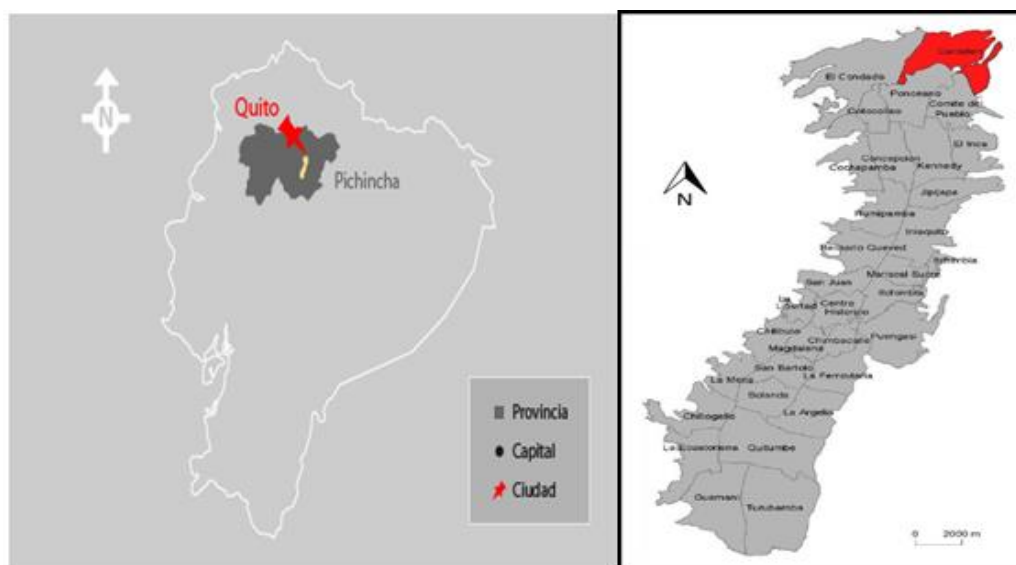


Figura N° 6. Macro localización

Elaborado por: Ecuador Noticias- Transportes Panamericana

Fuente: Ecuador Noticias- Transportes Panamericana

4.02.02 Micro localización.

La micro localización señala la dirección exacta donde se ubicará el negocio. La farmacia será situada en la urbanización La Josefina, calle Diamante (La Principal) OE2-30 y Turquesa. Se ha escogido este sector por su crecimiento poblacional y por la carencia de una farmacia que atienda al público con variedad de productos y en un horario continuo.



Figura N° 7. Micro localización

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Google Maps

4.02.03 Localización óptima.

Para seleccionar la ubicación óptima de la farmacia, se analizó cuál de las dos calles propuestas (Diamante y Turquesa) cumplía de forma más satisfactoria ciertos factores que podrían influir en la rentabilidad del negocio. El análisis se realizó

mediante una tabla de ponderaciones mediante una escala del 1 al 3; donde 1 es nada, 2 es poco y 3 es suficiente.

Tabla N° 49

Localización óptima

Factores	Calle Diamante	Calle Turquesa
Vías de acceso peatonal	3	3
Transporte público	3	3
Servicios básicos	3	3
Afluencia de personas	3	2
Locales de arriendo	3	2
Negocios complementarios	3	1
TOTAL	18	14

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

La calle Diamante cumple de forma más satisfactoria con los factores que incidirían en la rentabilidad del negocio, principalmente por la mayor afluencia de personas en comparación con la calle Turquesa y por la disponibilidad de locales de arriendo que aunque el costo es ligeramente mayor a los de la calle Turquesa presentan mayores beneficios para el arrendador (amplitud y luminosidad); además la calle Diamante presenta negocios complementarios de los que carece la calle Turquesa como la presencia de un consultorio médico que contribuiría al incremento de ventas.

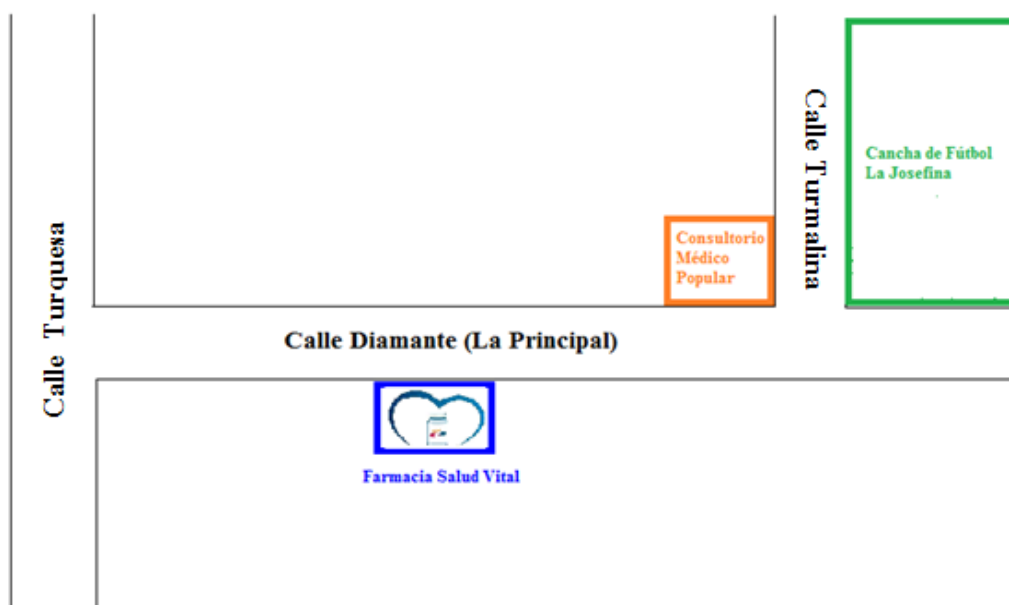


Figura N° 8. Localización óptima

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

4.03 Ingeniería del producto

Baca Urbina (2010) señala que la ingeniería del producto “engloba todo lo relativo a la instalación y funcionamiento de la planta, lo que conlleva la descripción del proceso productivo, la compra de maquinaria y equipos y su distribución en la planta” (p. 86)

4.03.01 Definición del B y S.

El proyecto propone la creación de una farmacia; la Ley Orgánica de Salud (2006), en su artículo 259 define a farmacia como:

Son establecimientos farmacéuticos autorizados para la dispensación y expendio de medicamentos de uso y consumo humano, especialidades farmacéuticas, productos naturales procesados de uso medicinal, productos biológicos, insumos y dispositivos médicos, cosméticos, productos dentales, así como para la preparación y venta de fórmulas oficinales y magistrales. Deben cumplir con buenas prácticas de farmacia. Requieren para su funcionamiento la dirección técnica y responsabilidad de un profesional químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico. (p. 54)

La farmacia comunitaria es un establecimiento con vocación de servicio a la comunidad. Pibernat et al. (2013) sostiene que la farmacia comunitaria debe ofrecer una atención integral, lo que implica no únicamente la dispensación de recetas médicas, sino también la recomendación en el tratamiento de trastornos menores con medicamentos que no requieren prescripción médica y el seguimiento de tratamientos farmacológicos complejos. La dispensación de medicamentos debe garantizar que los clientes usen los fármacos de forma adecuada, en las dosis exactas y durante el tiempo apropiado con la información pertinente para su correcta utilización. Todo ello con el fin de que el cliente encuentre en la farmacia un espacio cercano para solucionar sus dudas en lo concerniente a la salud sin necesidad de largas esperas; sin embargo dichos consejos no deben reemplazar a la consulta médica.

4.03.02 Distribución de planta

En la distribución de planta se presenta el layout, es decir el esquema o diseño del espacio físico de la farmacia mostrando la ubicación de las distintas áreas.

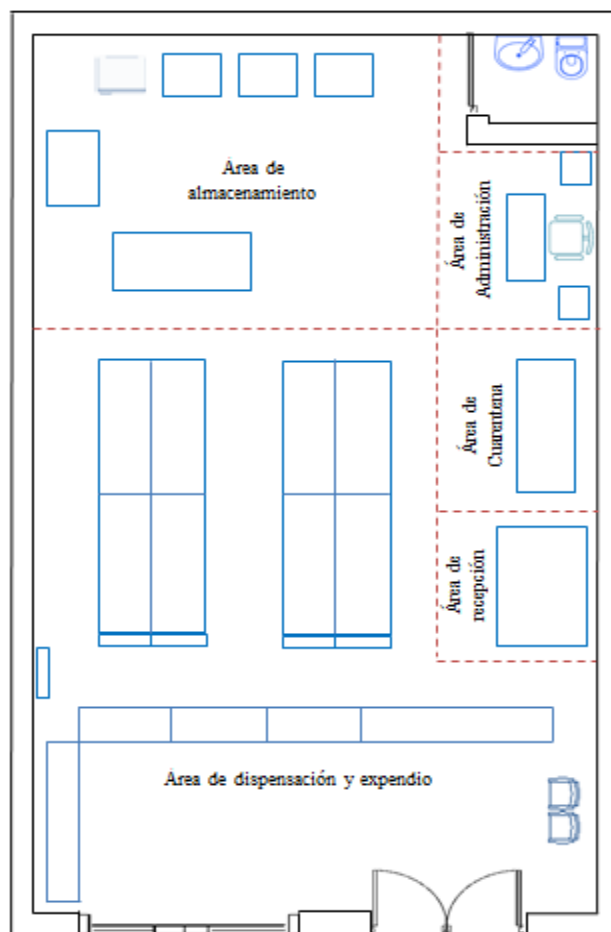


Figura N° 9. Distribución de planta

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

4.03.03 Proceso productivo

Una correcta gestión farmacéutica requiere ejecutar procesos administrativos y operativos. Los procesos administrativos son: aprovisionamiento, adquisición, almacenamiento y control de inventarios. Los procesos operativos son: recepción, perchado, dispensación- expendio y facturación.

A continuación se describen cada uno de los procesos:

Cuadro N° 5

Aprovisionamiento



Elaborado por: Sofía Gavilanes

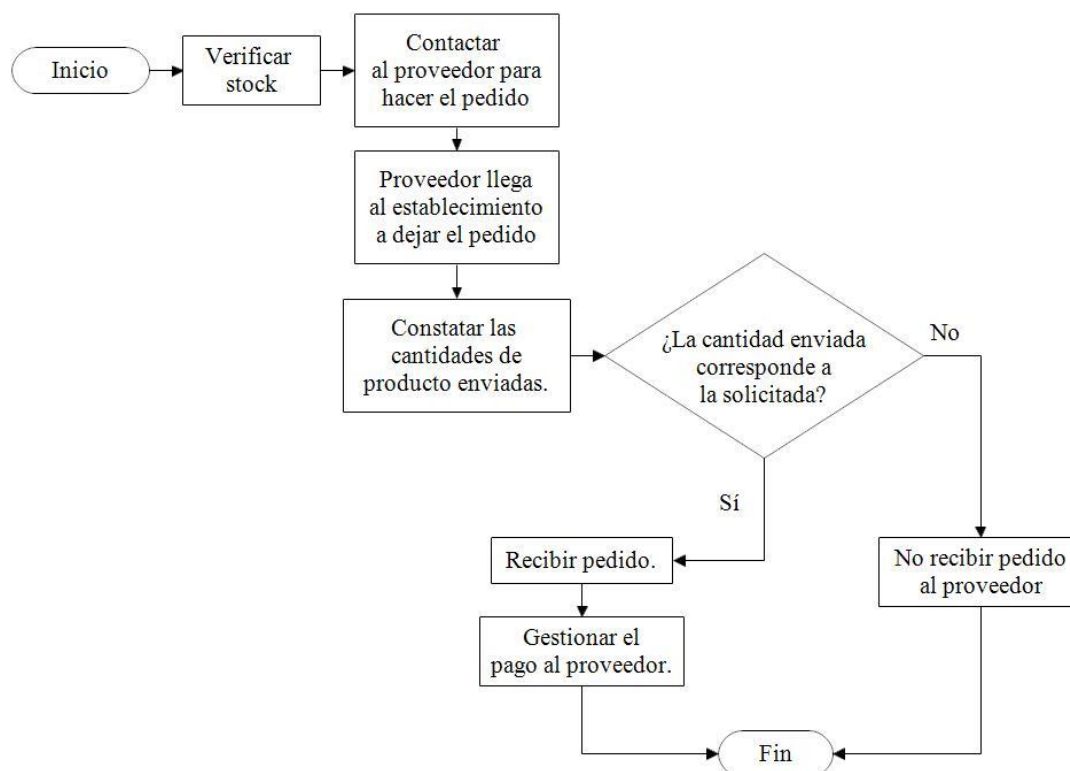
Fuente: Organización Farmacéutica II

La clasificación de medicamentos según la Ley de Pareto consiste en dividir a los fármacos en 3 grupos: Productos de alta rotación A (20%) destinados a cubrir el 80% de la población por lo que se les debe destinar el 80% del dinero, productos de mediana rotación B (30%) que van a cubrir el 15% de la población y se les designa el 15% del dinero y los productos de baja rotación C (50%) que cubrirán al 5% de la población por lo que se les designa el 5% del dinero. Luego se procede al cálculo de usuarios posibles y el presupuesto para dotación; luego se procede a la aplicación de

la Ley de Pareto aplicando los porcentajes correspondientes para cada tipo de medicamento. Se selecciona al proveedor tomando en cuenta referencias de clientes, su tiempo de respuesta frente a un pedido, sus políticas de comercialización (canjes, formas de pago). Para la programación de pedidos se debe considerar el stock mínimo para impedir periodos de desabastecimiento y el stock máximo para evitar que los productos se caduquen.

Cuadro N° 6

Adquisición



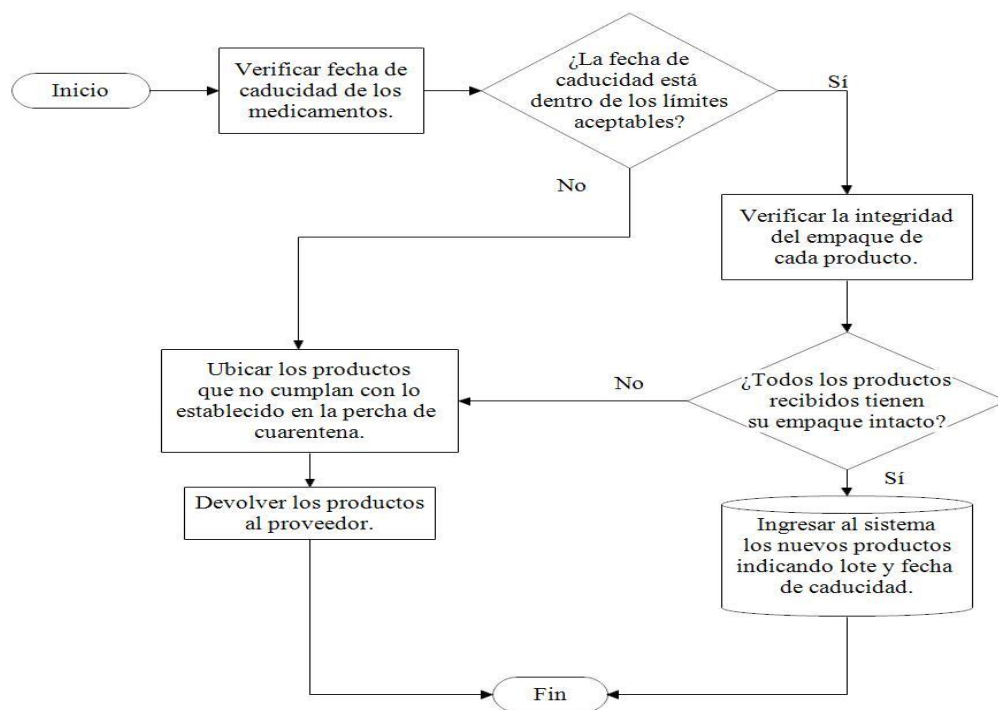
Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

El proceso de adquisición consiste en realizar el pedido al proveedor y verificar en la entrega que el mismo haya cumplido con los precios acordados y con la cantidad solicitada del producto; cuando estos parámetros se hayan constatado mediante facturas, órdenes de compra y proformas se procede a gestionar el pago al proveedor para 30,60 o 90 días según sea el caso.

Cuadro N° 7

Recepción



Elaborado por: Sofía Gavilanes

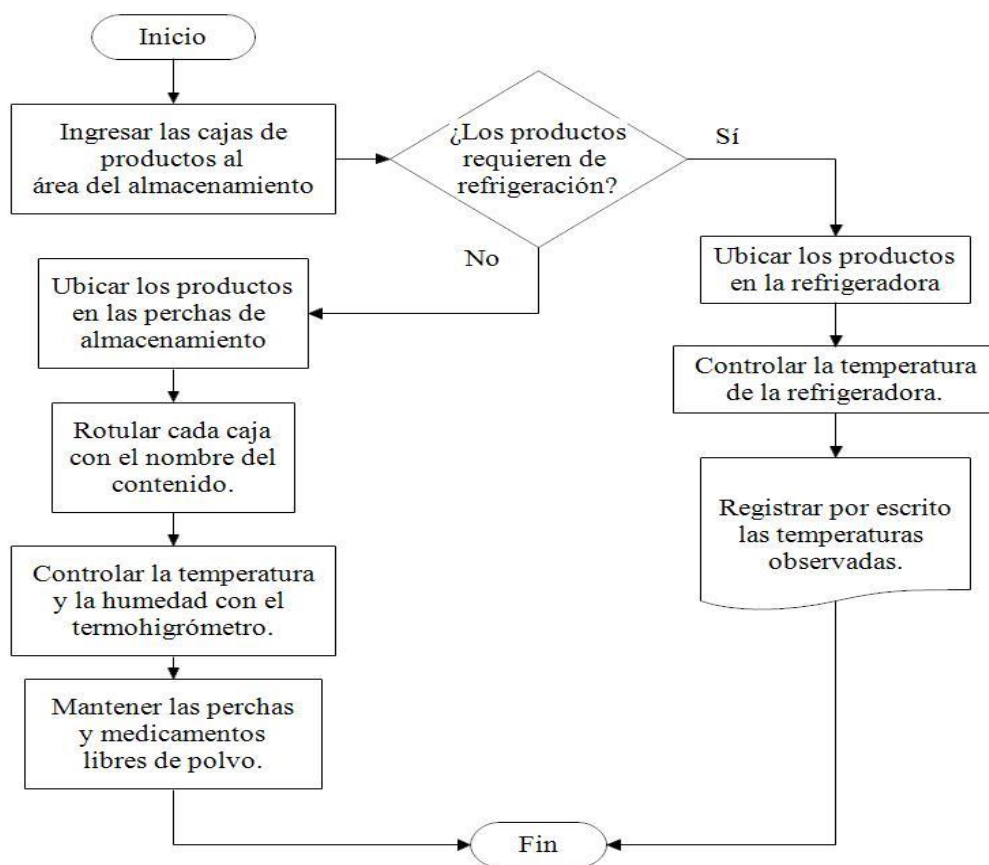
Fuente: Investigación propia

La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA, 2015) menciona que “la recepción es la inspección minuciosa para detectar cualquier

anomalía que podría modificar el principio activo del medicamento” (p. 6). Tomando en cuenta dicho concepto es necesario tomarse el tiempo para verificar fechas de caducidad y la integridad del empaque de los productos que llegan a la farmacia.

Cuadro N° 8

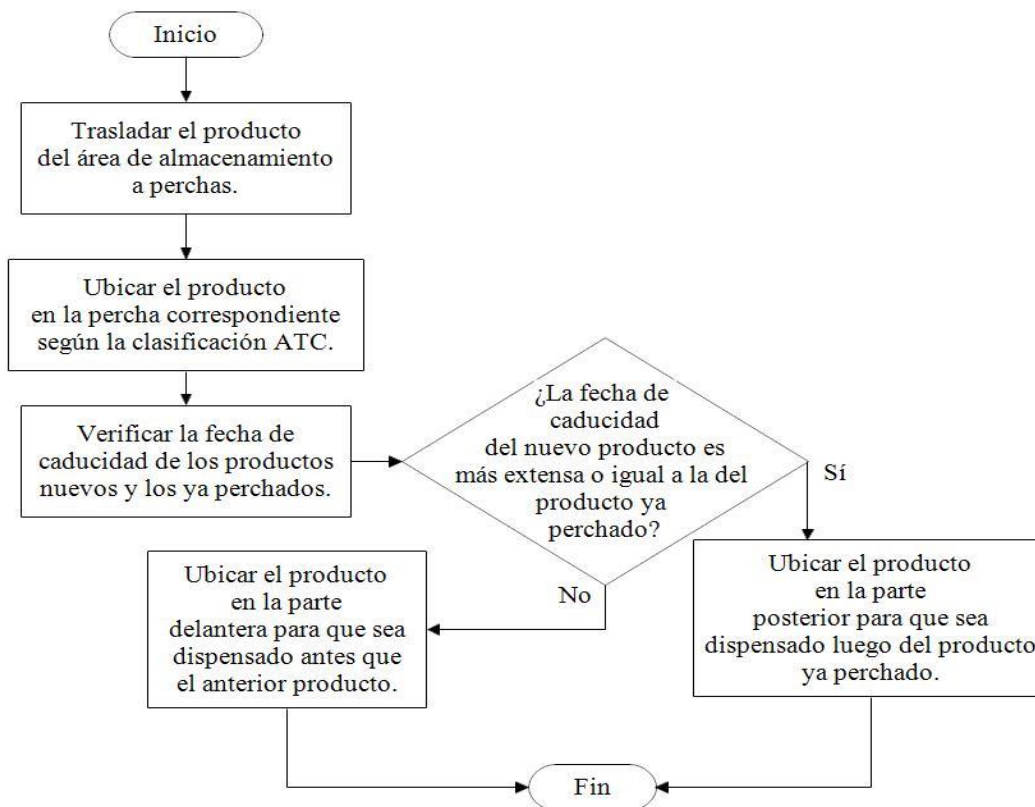
Almacenamiento



Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

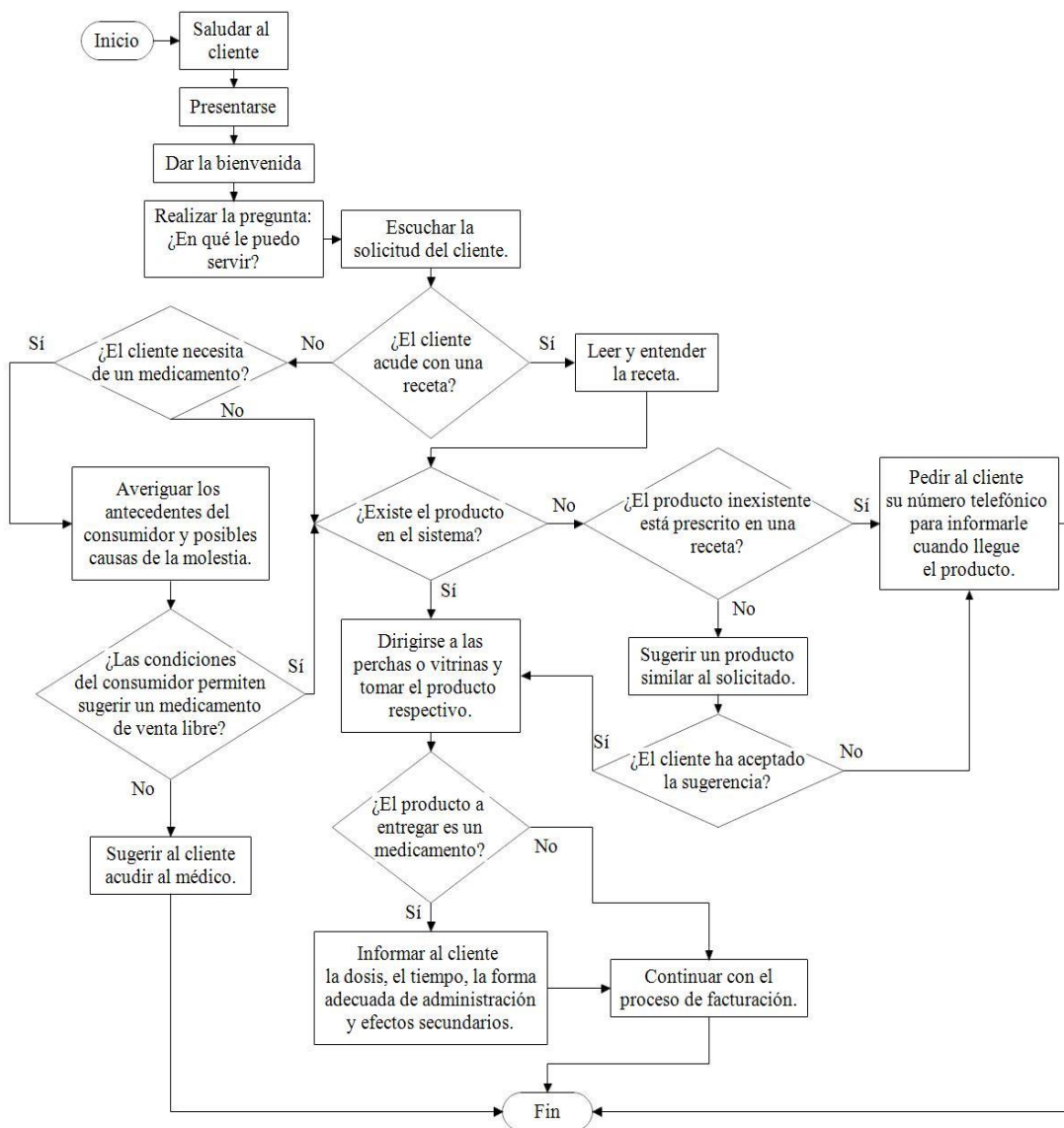
El almacenamiento de medicamentos debe garantizar la conservación de las propiedades del fármaco por lo que se debe tener especial cuidado en controlar las condiciones ambientales en las que debe ser almacenado cada uno, así como mantener la limpieza del área en todo momento.

Cuadro N° 9**Perchado**

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

El orden de los medicamentos en las perchas se establecerá mediante la clasificación ATC (Anatómica, Terapéutica y Química); esta clasificación, según el Consejo Nacional de Salud (CONASA, 2009), “es un sistema de codificación integrado de 5 niveles de acuerdo al sistema u órgano efector, el efecto farmacológico, las indicaciones terapéuticas y la estructura química del fármaco” (p. 130). Es importante mantener el principio PCPS (próximo a caducar, primero en salir); es decir que se debe perchar de tal forma que los productos próximos a vencer estén en la parte frontal de la percha para que sean vendidos antes que el resto.

Cuadro N° 10**Dispensación y expendio**

Elaborado por: Sofía Gavilanes

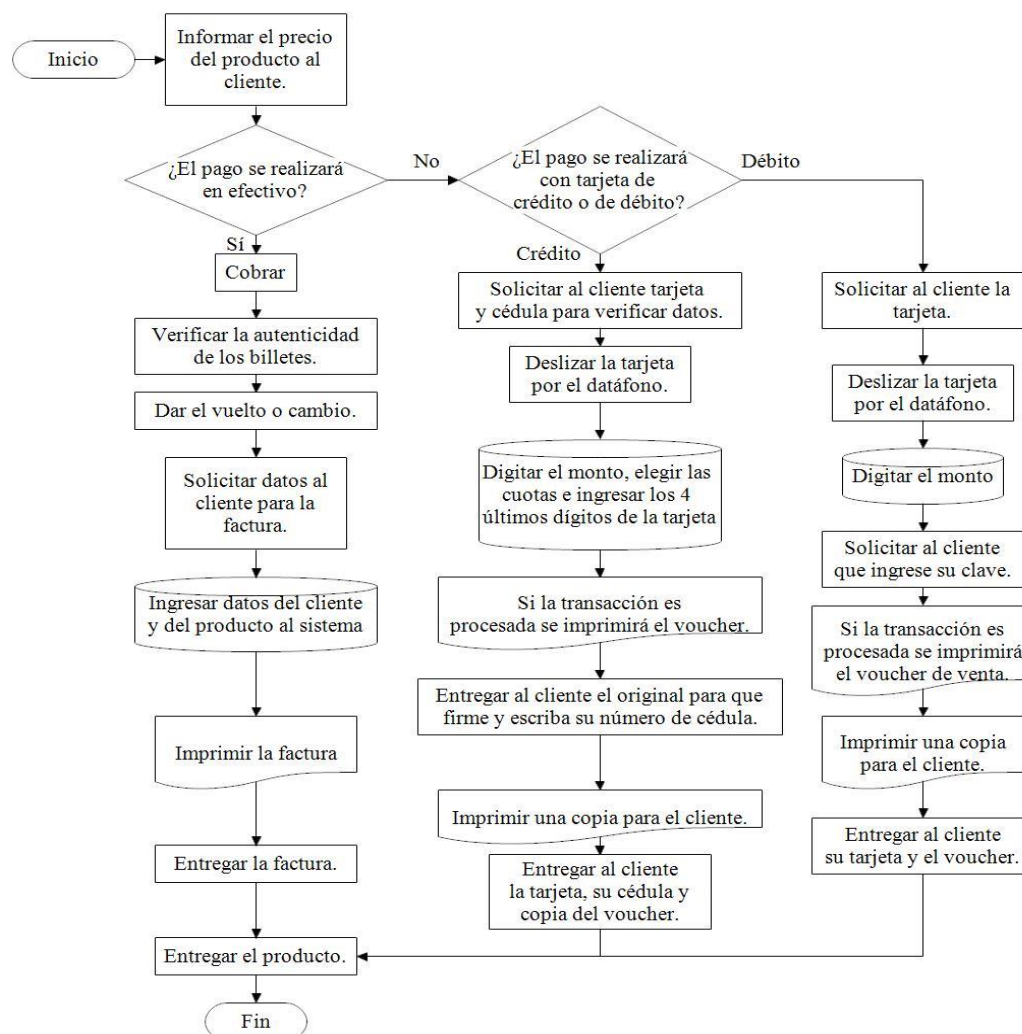
Fuente: Organización Farmacéutica II - Investigación propia

El proceso de dispensación debe centrarse en informar al cliente aspectos importantes sobre el medicamento que adquiere como la dosis, el tiempo por el cual debe administrarse el fármaco, interacciones medicamentosas, cómo tomar el

medicamento en relación con los alimentos, la forma de conservar adecuadamente el fármaco; toda esta información debe proporcionarse para entregar un servicio farmacéutico completo. Se debe asegurar que el cliente haya entendido las recomendaciones dadas. La atención debe caracterizarse por el respeto, la amabilidad y confidencialidad.

Cuadro N° 11

Facturación



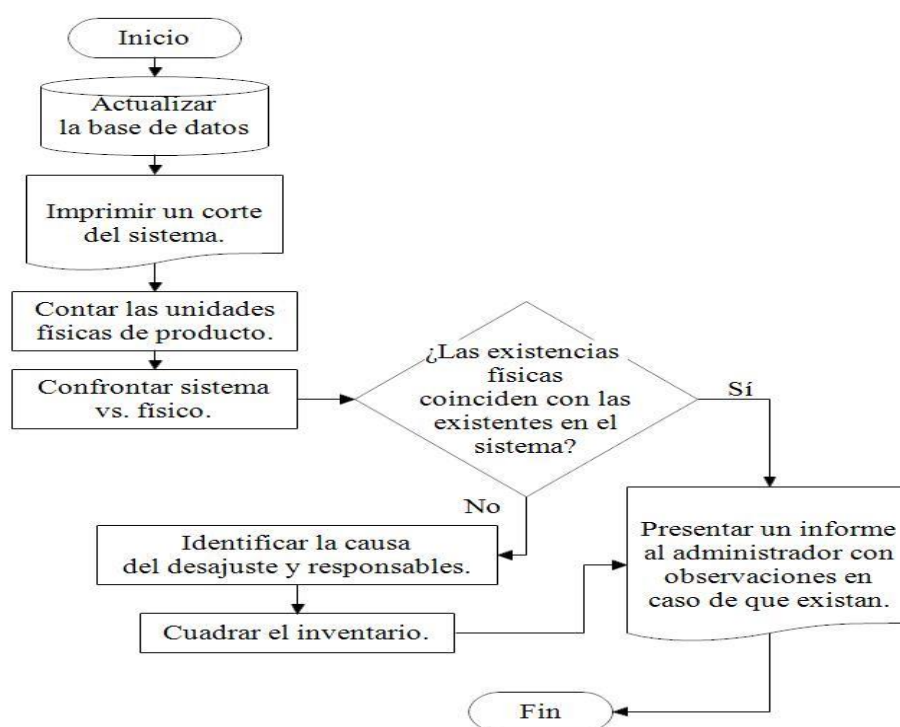
Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

En el proceso de facturación se realiza el registro de los productos a ser vendidos mostrando sus precios y los correspondientes datos del cliente. El cobro se realizará en efectivo y también se ofrecerá el servicio de cobro mediante tarjeta de débito y crédito.

Cuadro N° 12

Control de inventario



Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Organización Farmacéutica II - Investigación propia

Los inventarios permiten reconocer sobrantes o faltantes en la mercadería con el fin de realizar los ajustes necesarios para cuadrarlo (ingresar facturas, descontar al personal) y mantener una correcta gestión del negocio; en otras palabras es una herramienta para saber las compras realizadas, las ventas y el sobrante de stock.

4.03.04 Muebles y Equipos.

Tabla N° 50

Muebles y enseres

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Vitrina panorámica 180 cm-35 cm- 70cm	1	\$ 220,00	\$ 220,00
Silla para recepción 2 puestos	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Mostrador sencillo iluminado 90 cm	3	\$ 200,00	\$ 600,00
Mostrador caja 180 cm	1	\$ 280,00	\$ 280,00
Mesa rectangular	1	\$ 100,76	\$ 100,76
Tablero ranurado	5	\$ 140,00	\$ 700,00
Ganchos	30	\$ 1,50	\$ 45,00
Percha 5 servicios	10	\$ 85,00	\$ 850,00
Percha 3 servicios	3	\$ 50,00	\$ 150,00
Lateral puertas batibles con seguridad	1	\$ 221,70	\$ 221,70
Archivador vertical de 4 gavetas con riel	2	\$ 215,00	\$ 430,00
Puerta de aluminio y vidrio 2,05m x 1,6m	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Silla oficina giratoria	1	\$ 139,40	\$ 139,40
Escritorio madera/metal	1	\$ 279,00	\$ 279,00
Basurero pedal 8 Lt azul	4	\$ 8,99	\$ 35,96
Pallets	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Escalera de aluminio 102 kg comercial	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Letrero grande 1,5 m x 1 m	1	\$ 135,00	\$ 135,00
Letrero pequeño 35 cm x 25 cm	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Total			\$ 4.786,82

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Varios proveedores

Tabla N° 51

Equipo de oficina

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Teléfono fijo- Daewoo DTC 450	2	\$ 19,99	\$ 39,98
Calculadora Casio fx570MS	2	\$ 17,00	\$ 34,00
Grapadora de escritorio pequeña	2	\$ 4,20	\$ 8,40
Perforadora de escritorio mediana	2	\$ 4,50	\$ 9,00
Buzón acrílico para sugerencias	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Refrigeradora Electrolux 4` blanca	1	\$ 397,00	\$ 397,00
Dispensador de agua white 11	2	\$ 62,99	\$ 125,98
Sistema de alarma de seguridad	1	\$ 220,00	\$ 220,00
Termohigrómetro 20 x15 cm	1	\$ 38,00	\$ 38,00
Candado 70 MM rectangular Viro	4	\$ 39,99	\$ 159,96
Extintor 10 Lbs	1	\$ 28,00	\$ 28,00
Total			\$ 1.095,32

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Varios proveedores

Tabla N° 52

Equipo de computación

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Computador todo en 1 Compaq 18-4616	1	\$ 549,00	\$ 549,00
Computador todo en 1 HP 20-E112LA	1	\$ 667,00	\$ 667,00
Impresora Canon MG-2910	1	\$ 72,96	\$ 72,96
Impresora para punto de venta Epson TMU-220	1	\$ 369,00	\$ 369,00
Lector de código de barras Motorola LS1203	1	\$ 123,00	\$ 123,00
Software Infamed	1	\$ 825,00	\$ 825,00
Total			\$ 2.605,96

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Varios proveedores

CAPÍTULO V

5.01 Ingresos operacionales y no operacionales

Los ingresos operacionales son los que provienen del desarrollo de las actividades principales y habituales a las que se dedica la empresa y para las que fue constituida. Al contrario, los ingresos no operacionales se obtienen de forma indirecta a las actividades principales.

La farmacia contará únicamente con ingresos operacionales originados por la venta de su mercadería.

Tabla N° 53

Ingresos operacionales

Demanda insatisfecha	Porcentaje a cubrir	Ingresos operacionales
\$ 191.634,50	79,39%	\$ 152.138,63

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

El cálculo de los ingresos operacionales se hizo en base a la demanda insatisfecha, de la cual se tomará el 79,39%, este valor corresponde al promedio de los porcentajes conseguidos en las preguntas 7 y 8 de la encuesta en las que se evidenció que el 77,96% de los encuestados están insatisfechos con el servicio que presta la farmacia de su barrio y también que un 80,82% desea tener una nueva farmacia en la zona.

5.02 Costos y gastos

Tanto los costos y gastos son desembolsos de dinero. Los costos se producen cuando se compran bienes o servicios de los que se espera obtener una ganancia en el futuro por lo que los costos se recuperan cuando se vende el producto. Los gastos son necesarios para el funcionamiento de la empresa como el arriendo, servicios básicos etc.

5.02.01 Costos directos

Los costos directos son los que están directamente relacionados con el producto o servicio que ofrece una empresa. En el caso de la farmacia, los costos directos corresponden a la cantidad de dinero destinada para la compra de los artículos que se ofrecerán en el establecimiento.

Tabla N° 54

Costos directos

Stock básico para iniciar	\$ 27.892,08
Costo de la mercadería anual	\$ 106.497,04

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* Investigación propia

El stock básico para iniciar se calculó al dividir las ventas anuales para 12 y multiplicando dicho resultado para 2,2 correspondiente al índice de rotación de la mercadería; es decir se contará con un stock inicial para 66 días. Se prevé que el costo de la mercadería anual (costo de ventas) será el 70% de las ventas.

5.02.02 Gastos administrativos

Los gastos administrativos son los desembolsos que se realizan debido al manejo de la empresa y son indispensables para su normal funcionamiento.

Tabla N° 55

Gastos administrativos

Concepto	Cantidad
Honorarios Bioquímico Farmacéutico	\$ 2.400,00
Dep. Muebles y Enseres	\$ 478,68
Dep. Equipo de oficina	\$ 109,53
Dep. Equipo de computación	\$ 868,65
Gastos amortización	\$ 107,48
Permisos de funcionamiento	\$ 142,70
Servicios básicos, teléfono e internet	\$ 1.762,80
Arriendo	\$ 3.000,00
Suministros de oficina	\$ 345,80
Útiles de aseo	\$ 256,77
Servicio de cobro con tarjeta	\$ 456,00
Gasto uniformes	\$ 60,00
Total	\$ 9.988,41

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* Investigación propia

A continuación se describen los rubros que forman algunas cuentas de los gastos administrativos:

Tabla N° 56

Permisos de funcionamiento

Concepto	Precio
Permiso de funcionamiento ARCSA	\$ 52,70
Patente municipal/LUAE	\$ 90,00
TOTAL	\$ 142,70

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* ARCSA-Municipio de Quito (Administración Zonal La Delicia)

Tabla N° 57

Servicios básicos, teléfono e internet

Detalle	Precio
Agua	\$ 15,00
Luz	\$ 25,00
Teléfono	\$ 80,00
Internet	\$ 26,90
Total mensual	\$ 146,90
Total anual	\$ 1.762,80

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* Varios proveedores

Tabla N° 58

Suministros de oficina

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Resmas de papel bond	12	\$ 3,75	\$ 45,00
Rollo de papel térmico	120	\$ 1,75	\$ 210,00
Esferos	36	\$ 0,40	\$ 14,40
Lápices	12	\$ 0,30	\$ 3,60
Corrector	5	\$ 1,80	\$ 9,00
Borrador	5	\$ 0,25	\$ 1,25
Sacapuntas	3	\$ 0,30	\$ 0,90
Grapas (caja)	12	\$ 0,30	\$ 3,60
Clips (caja)	3	\$ 2,50	\$ 7,50
Mojadados pasta	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Archivador de cartón	15	\$ 2,35	\$ 35,25
Tijeras	6	\$ 0,80	\$ 4,80
Marcadores	10	\$ 0,75	\$ 7,50
Total anual			\$ 345,80

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* Varios proveedores

Tabla N° 59

Útiles de aseo

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Escoba	3	\$ 2,50	\$ 7,50
Trapeador	3	\$ 2,75	\$ 8,25
Recogedor de basura	2	\$ 2,99	\$ 5,98
Lavacara	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Cubo	2	\$ 8,00	\$ 16,00
Limpiones	12	\$ 1,00	\$ 12,00
Desinfectante líquido 3,9 litros	12	\$ 11,12	\$ 133,44
Cloro galón	6	\$ 4,50	\$ 27,00
Detergente 2kg	5	\$ 7,52	\$ 37,60
Total anual			\$ 256,77

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* Varios proveedores

5.02.03 Gastos de ventas

Los gastos de venta se generan por las actividades que se efectúan para conseguir vender los productos.

Tabla N° 60

Gastos de ventas

Concepto	Cantidad
Sueldo administrador/vendedor	\$ 7.097,16
Sueldo dependiente	\$ 5.840,64
Gastos de promoción y publicidad	\$ 2.537,39
TOTAL	\$ 15.475,19

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* Investigación propia

A continuación se detallan los gastos de promoción y publicidad:

Tabla N° 61

Gastos de promoción y publicidad

Concepto	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Hojas volantes 10cmx15cm (x 300)	12	\$ 15,00	\$ 180,00
Tarjetas de presentación (x100)	12	\$ 8,00	\$ 96,00
Página web	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Capacitación redes sociales	1	\$ 160,00	\$ 160,00
Arco de globos	4	\$ 10,00	\$ 40,00
Zanquero	4	\$ 25,00	\$ 100,00
Caritas pintadas	4	\$ 35,00	\$ 140,00
Plan de medicación continua	1	1521,39	1521,39
Total anual			\$ 2.537,39

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Varios proveedores

En las siguientes tablas se presentan los gastos de sueldos y beneficios sociales actuales y proyectados del administrador y dependiente:

Tabla N° 62

Presupuesto administrador

Presupuesto Administrador/Vendedor	2016	2017	2018	2019	2020
Sueldo	\$ 450,00	\$ 480,55	\$ 513,17	\$ 548,00	\$ 585,20
Décimo tercero	\$ 37,50	\$ 40,05	\$ 42,76	\$ 45,67	\$ 48,77
Décimo cuarto	\$ 30,50	\$ 32,57	\$ 34,78	\$ 37,14	\$ 39,66
Vacaciones	\$ 18,75	\$ 20,02	\$ 21,38	\$ 22,83	\$ 24,38
Aporte patronal	\$ 54,68	\$ 58,39	\$ 62,35	\$ 66,58	\$ 71,10
Fondos de reserva	\$ 0,00	\$ 40,05	\$ 42,76	\$ 45,67	\$ 48,77
Total mensual	\$ 591,43	\$ 671,63	\$ 717,20	\$ 765,89	\$ 817,88
Total anual	\$ 7.097,16	\$ 8.059,56	\$ 8.606,40	\$ 9.190,68	\$ 9.814,56

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 63

Presupuesto dependiente

Presupuesto Dependiente	2016	2017	2018	2019	2020
Sueldo	\$ 366,00	\$ 390,84	\$ 417,37	\$ 445,71	\$ 475,96
Décimo tercero	\$ 30,50	\$ 32,57	\$ 34,78	\$ 37,14	\$ 39,66
Décimo cuarto	\$ 30,50	\$ 32,57	\$ 34,78	\$ 37,14	\$ 39,66
Vacaciones	\$ 15,25	\$ 16,29	\$ 17,39	\$ 18,57	\$ 19,83
Aporte patronal	\$ 44,47	\$ 47,49	\$ 50,71	\$ 54,15	\$ 57,83
Fondos de reserva	\$ 0,00	\$ 32,57	\$ 34,78	\$ 37,14	\$ 39,66
Total mensual	\$ 486,72	\$ 552,33	\$ 589,81	\$ 629,85	\$ 672,60
Total anual	\$ 5.840,64	\$ 6.627,96	\$ 7.077,72	\$ 7.558,20	\$ 8.071,20

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* Investigación propia

Las proyecciones de los sueldos se han calculado tomando en cuenta el porcentaje de variación promedio de los sueldos básicos de los años 2011 al 2016.

Tabla N° 64

Sueldos básicos 2011-2016

Año	Sueldo	Variación %
2011	\$ 264,00	-
2012	\$ 292,00	10,61%
2013	\$ 318,00	8,90%
2014	\$ 340,00	6,92%
2015	\$ 354,00	4,12%
2016	\$ 366,00	3,39%
Suma		33,94%
Promedio		6,788%

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* INEC

Para el cálculo de los décimos cuartos sueldos se ha tomado en consideración los sueldos básicos proyectados del 2017 al 2020.

Tabla N° 65

Sueldos básicos proyectados 2017-2020

Año	Sueldo
2017	\$ 390,84
2018	\$ 417,37
2019	\$ 445,71
2020	\$ 475,96

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

5.02.04 Gastos financieros

Los gastos financieros hacen referencia a los intereses que se deben cancelar por concepto de un préstamo bancario.

Tabla N° 66

Gastos financieros

Capital	\$ 24.000,00	Intereses 1er año	\$ 3.375,25
Tasa de interés	16,08%	Intereses 2do año	\$ 2.204,21
Tiempo	3 años	Intereses 3er año	\$ 830,35
Pagos mensuales	\$ 844,72	Total intereses	\$ 6.409,81

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: BanEcuador

5.02.05 Costos fijos y variables.

Los costos fijos son aquellos que no varían con los cambios que se producen en el volumen de ventas. Los costos variables se modifican conforme varía el volumen de ventas.

Tabla N° 67

Costos fijos y variables

Cuentas	Costos fijos	Costos variables	Costos totales
Costos de venta	-	\$ 106.497,04	\$ 106.497,04
Gastos de venta	\$ 12.937,80	\$ 2.537,39	\$ 15.475,19
Gastos administrativos	\$ 9.988,41	-	\$ 9.988,41
Gastos financieros	\$ 3.375,25	-	\$ 3.375,25
Total	\$ 26.301,46	\$ 109.034,43	\$ 135.335,89

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

5.03 Inversiones

Las inversiones se refieren al capital que se destina a un negocio o proyecto con el objetivo de conseguir beneficios futuros.

5.03.01 Inversión fija.

5.03.01.01 Activos fijos.

Los activos fijos son bienes de propiedad de la empresa que se caracterizan por tener una vida útil mayor a un año y por ser usados en las operaciones normales de organización.

Tabla N° 68

Activos fijos

MUEBLES Y ENSERES			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Vitrina panorámica 180 cm-35 cm- 70cm	1	\$ 220,00	\$ 220,00
Silla para recepción 2 puestos	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Mostrador sencillo iluminado 90 cm	3	\$ 200,00	\$ 600,00
Mostrador caja 180 cm	1	\$ 280,00	\$ 280,00
Mesa rectangular	1	\$ 100,76	\$ 100,76
Tablero ranurado	5	\$ 140,00	\$ 700,00
Ganchos	30	\$ 1,50	\$ 45,00
Percha 5 servicios	10	\$ 85,00	\$ 850,00
Percha 3 servicios	3	\$ 50,00	\$ 150,00
Lateral puertas batibles con seguridad	1	\$ 221,70	\$ 221,70
Archivador vertical de 4 gavetas con riel	2	\$ 215,00	\$ 430,00
Puerta de aluminio y vidrio 2,05m x 1,6m	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Silla oficina giratoria	1	\$ 139,40	\$ 139,40
Escritorio madera/metal	1	\$ 279,00	\$ 279,00
Basurero pedal 8 Lt azul	4	\$ 8,99	\$ 35,96
Pallets	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Escalera de aluminio 102 kg comercial	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Letrero grande 1,5 m x 1 m	1	\$ 135,00	\$ 135,00
Letrero pequeño 35 cm x 25 cm	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Total muebles y enseres			\$ 4.786,82
EQUIPO DE OFICINA			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Teléfono fijo- Daewoo DTC 450	2	\$ 19,99	\$ 39,98
Calculadora Casio fx570MS	2	\$ 17,00	\$ 34,00
Grapadora de escritorio pequeña	2	\$ 4,20	\$ 8,40
Perforadora de escritorio mediana	2	\$ 4,50	\$ 9,00
Buzón acrílico para sugerencias	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Refrigeradora Electrolux 4` blanca	1	\$ 397,00	\$ 397,00
Dispensador de agua white 11	2	\$ 62,99	\$ 125,98
Sistema de alarma de seguridad	1	\$ 220,00	\$ 220,00
Termohigrómetro 20 x15 cm	1	\$ 38,00	\$ 38,00
Candado 70 MM rectangular Viro	4	\$ 39,99	\$ 159,96
Extintor 10 Lbs	1	\$ 28,00	\$ 28,00
Total equipo de oficina			\$ 1.095,32
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Computador todo en 1 Compaq 18-4616	1	\$ 549,00	\$ 549,00
Computador todo en 1 HP 20-E112LA	1	\$ 667,00	\$ 667,00
Impresora Canon MG-2910	1	\$ 72,96	\$ 72,96
Impresora para punto de venta Epson TMU-220	1	\$ 369,00	\$ 369,00
Lector de código de barras Motorola LS1203	1	\$ 123,00	\$ 123,00
Software Infamed	1	\$ 825,00	\$ 825,00
Total equipo de computación			\$ 2.605,96
TOTAL ACTIVOS FIJOS			\$ 8.488,10

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Varios proveedores

5.03.01.02 Activos nominales (diferidos).

Los activos diferidos son aquellos rubros que se cancelan por adelantado, siendo necesarios para la constitución y puesta en marcha de la empresa.

Tabla N° 69

Gastos de constitución

Concepto	Cantidad
Contrato de constitución de sociedad	\$ 329,40
Trámite de registro de derecho de nombre (patente)	\$ 208,00
Total gastos de constitución	\$ 537,40

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

5.03.02 Capital de trabajo.

El capital de trabajo es la inversión de la que se debe disponer para iniciar las operaciones de una empresa en el corto plazo.

Tabla N° 70

Capital de trabajo

Cuentas	Cantidad
Caja	\$ 2.317,75
Bancos	\$ 2.400,00
Mercadería	\$ 27.892,08
Total	\$ 32.609,83

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

El valor registrado en caja se ha calculado tomando en consideración los siguientes rubros:

Tabla N° 71

Caja

Concepto	Cantidad
Arriendo	\$ 250,00
Garantía local comercial	\$ 500,00
Servicios básicos, teléfono e internet	\$ 146,90
Sueldo Administrador	\$ 591,43
Sueldo Dependiente	\$ 486,72
Honorarios Bioquímico Farmacéutico	\$ 200,00
Permisos de funcionamiento	\$ 142,70
Total	\$ 2.317,75

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

El valor de Bancos se ha determinado al calcular el 10% del préstamo bancario a realizar, siendo este valor necesario como entrada para el otorgamiento del crédito. El valor de la mercadería se ha obtenido al dividir las ventas anuales para 12 y multiplicando el resultado para 2,2; que representa al índice de rotación de la mercadería.

5.03.03 Fuentes de financiamiento.

Las fuentes de financiamiento corresponden a las formas en que la empresa obtiene los recursos económicos suficientes para su funcionamiento.

El proyecto contempla para su financiamiento el uso del capital social constituido con el aporte del propietario y socio; además se prevé la realización de un préstamo bancario.

Tabla N° 72

Fuentes de financiamiento

Fuente	Cantidad	Porcentaje
Préstamo bancario	\$ 24.000,00	57,64%
Capital social	\$ 17.635,33	42,36%
Total	\$ 41.635,33	100,00%

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

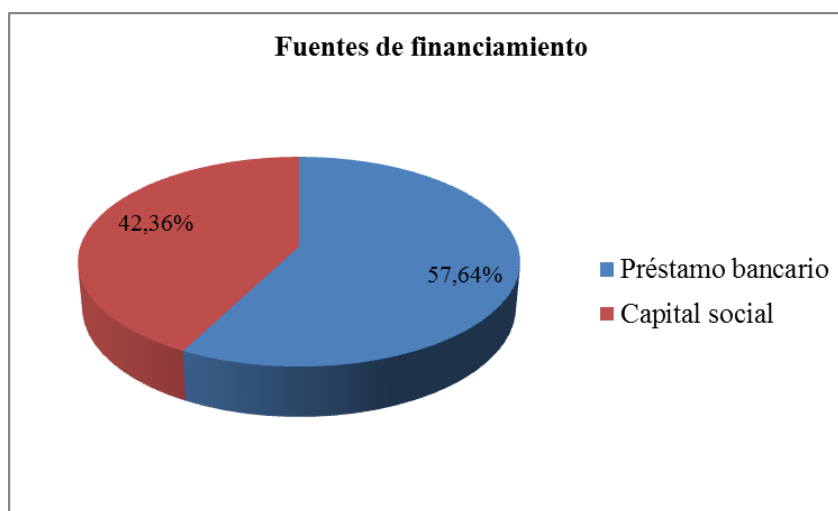


Gráfico N° 21. Fuentes de financiamiento

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

Se planifica efectuar el préstamo bancario en BanEcuador. Se ha seleccionado esta entidad bancaria por presentar un tipo de crédito exclusivo para

emprendimientos generados por jóvenes profesionales recién graduados sin experiencia en actividades económicas; además presenta una baja tasa de interés y otorga préstamos de hasta \$50.000. Los principales requisitos que solicita BanEcuador (2016) para conceder un crédito son:

- Cédula de identidad y papeleta de votación.
- Copia de la planilla de un servicio básico.
- Plan de inversión del proyecto con flujo de caja proyectado.
- Garante.

El capital social mencionado estará compuesto por un aporte del propietario de \$ 16.235,33 y un aporte del socio de \$ 1.400.

5.03.04 Amortización.

La amortización de un crédito es el mecanismo a través del cual se liquida la deuda mediante una serie de pagos con los que se cancela tanto los intereses como el capital del préstamo.

La mayor parte del proyecto será financiado con un préstamo bancario de \$24.000 con una tasa de interés anual de 16,08% a un plazo de 36 meses.

Tabla N° 73

Tabla de amortización (préstamo bancario)

Período	Capital	Interés	Pagos	Capital pagado
1	\$ 24.000,00	\$ 321,60	\$ 844,72	\$ 523,12
2	\$ 23.476,88	\$ 314,59	\$ 844,72	\$ 530,13
3	\$ 22.946,76	\$ 307,49	\$ 844,72	\$ 537,23
4	\$ 22.409,53	\$ 300,29	\$ 844,72	\$ 544,43
5	\$ 21.865,10	\$ 292,99	\$ 844,72	\$ 551,72
6	\$ 21.313,37	\$ 285,60	\$ 844,72	\$ 559,12
7	\$ 20.754,25	\$ 278,11	\$ 844,72	\$ 566,61
8	\$ 20.187,64	\$ 270,51	\$ 844,72	\$ 574,20
9	\$ 19.613,44	\$ 262,82	\$ 844,72	\$ 581,90
10	\$ 19.031,54	\$ 255,02	\$ 844,72	\$ 589,69
11	\$ 18.441,85	\$ 247,12	\$ 844,72	\$ 597,60
12	\$ 17.844,25	\$ 239,11	\$ 844,72	\$ 605,60
13	\$ 17.238,65	\$ 231,00	\$ 844,72	\$ 613,72
14	\$ 16.624,93	\$ 222,77	\$ 844,72	\$ 621,94
15	\$ 16.002,99	\$ 214,44	\$ 844,72	\$ 630,28
16	\$ 15.372,71	\$ 205,99	\$ 844,72	\$ 638,72
17	\$ 14.733,99	\$ 197,44	\$ 844,72	\$ 647,28
18	\$ 14.086,71	\$ 188,76	\$ 844,72	\$ 655,96
19	\$ 13.430,75	\$ 179,97	\$ 844,72	\$ 664,74
20	\$ 12.766,01	\$ 171,06	\$ 844,72	\$ 673,65
21	\$ 12.092,35	\$ 162,04	\$ 844,72	\$ 682,68
22	\$ 11.409,67	\$ 152,89	\$ 844,72	\$ 691,83
23	\$ 10.717,85	\$ 143,62	\$ 844,72	\$ 701,10
24	\$ 10.016,75	\$ 134,22	\$ 844,72	\$ 710,49
25	\$ 9.306,26	\$ 124,70	\$ 844,72	\$ 720,01
26	\$ 8.586,24	\$ 115,06	\$ 844,72	\$ 729,66
27	\$ 7.856,58	\$ 105,28	\$ 844,72	\$ 739,44
28	\$ 7.117,14	\$ 95,37	\$ 844,72	\$ 749,35
29	\$ 6.367,80	\$ 85,33	\$ 844,72	\$ 759,39
30	\$ 5.608,41	\$ 75,15	\$ 844,72	\$ 769,56
31	\$ 4.838,84	\$ 64,84	\$ 844,72	\$ 779,88
32	\$ 4.058,97	\$ 54,39	\$ 844,72	\$ 790,33
33	\$ 3.268,64	\$ 43,80	\$ 844,72	\$ 800,92
34	\$ 2.467,72	\$ 33,07	\$ 844,72	\$ 811,65
35	\$ 1.656,07	\$ 22,19	\$ 844,72	\$ 822,53
36	\$ 833,55	\$ 11,17	\$ 844,72	\$ 833,55

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* Investigación propia

También se procederá a calcular la amortización de los gastos de constitución (activos intangibles) para el periodo de vida del proyecto (5 años).

Tabla N° 74

Amortización Gastos de Constitución

Años	Amortización	Amortización acumulada	Valor libros
0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 537,40
1	\$ 107,48	\$ 107,48	\$ 429,92
2	\$ 107,48	\$ 214,96	\$ 322,44
3	\$ 107,48	\$ 322,44	\$ 214,96
4	\$ 107,48	\$ 429,92	\$ 107,48
5	\$ 107,48	\$ 537,40	\$ 0,00

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

5.03.05 Depreciaciones.

La depreciación es la disminución anual del valor de los activos fijos de la empresa debido a su uso durante su vida útil y paso del tiempo.

Tabla N° 75

Depreciación muebles y enseres

Años	Depreciación	Depreciación acumulada	Valor libros
0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 4.786,82
1	\$ 478,68	\$ 478,68	\$ 4.308,14
2	\$ 478,68	\$ 957,36	\$ 3.829,46
3	\$ 478,68	\$ 1.436,05	\$ 3.350,77
4	\$ 478,68	\$ 1.914,73	\$ 2.872,09
5	\$ 478,68	\$ 2.393,41	\$ 2.393,41
6	\$ 478,68	\$ 2.872,09	\$ 1.914,73
7	\$ 478,68	\$ 3.350,77	\$ 1.436,05
8	\$ 478,68	\$ 3.829,46	\$ 957,36
9	\$ 478,68	\$ 4.308,14	\$ 478,68
10	\$ 478,68	\$ 4.786,82	\$ 0,00

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

Tabla N° 76

Depreciación equipo de oficina

Años	Depreciación	Depreciación acumulada	Valor libros
0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.095,32
1	\$ 109,53	\$ 109,53	\$ 985,79
2	\$ 109,53	\$ 219,06	\$ 876,26
3	\$ 109,53	\$ 328,60	\$ 766,72
4	\$ 109,53	\$ 438,13	\$ 657,19
5	\$ 109,53	\$ 547,66	\$ 547,66
6	\$ 109,53	\$ 657,19	\$ 438,13
7	\$ 109,53	\$ 766,72	\$ 328,60
8	\$ 109,53	\$ 876,26	\$ 219,06
9	\$ 109,53	\$ 985,79	\$ 109,53
10	\$ 109,53	\$ 1.095,32	\$ 0,00

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* Investigación propia

Tabla N° 77

Depreciación equipo de computación

Años	Depreciación	Depreciación acumulada	Valor libros
0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 2.605,96
1	\$ 868,65	\$ 868,65	\$ 1.737,31
2	\$ 868,65	\$ 1.737,31	\$ 868,65
3	\$ 868,65	\$ 2.605,96	\$ 0,00

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* Investigación propia

5.03.06 Estado de Situación Inicial.

El Estado de Situación Inicial es un informe que indica los valores de activo, pasivo y patrimonio de una empresa al iniciar sus actividades.

Tabla N° 78

Estado de Situación Inicial

Farmacia Salud Vital Estado de Situación Inicial 2016			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activos corrientes		Pasivos corrientes	
Caja	\$ 2.317,75		
Bancos	\$ 2.400,00		
Mercadería	\$ 27.892,08		
Subtotal activos corrientes	\$ 32.609,83	Subtotal pasivos corrientes	0
Activos fijos		Pasivos a largo plazo	
Muebles y enseres	\$ 4.786,82	Préstamo bancario	\$ 24.000,00
Equipo de oficina	\$ 1.095,32	Subtotal pasivos a largo plazo	\$ 24.000,00
Equipo de computación	\$ 2.605,96		
Subtotal activos fijos	\$ 8.488,10	TOTAL PASIVOS	\$ 24.000,00
Activos diferidos		PATRIMONIO	
Gastos de constitución	\$ 537,40	Capital social	\$ 17.635,33
Subtotal activos diferidos	\$ 537,40	TOTAL PATRIMONIO	\$ 17.635,33
TOTAL ACTIVOS	\$ 41.635,33	TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	\$ 41.635,33

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

5.03.07 Estado de Resultados proyectado (a cinco años).

El Estado de Resultados indica los ingresos, costos y gastos de la empresa al finalizar un periodo contable con el fin de conocer si se obtuvieron beneficios o pérdidas.

Tabla N° 79

Estado de Resultados proyectado

	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas	\$ 152.138,63	\$ 162.896,51	\$ 174.314,00	\$ 186.429,55	\$ 199.283,75
(-)Costo de ventas	\$ 106.497,04	\$ 114.027,56	\$ 122.019,80	\$ 130.500,69	\$ 139.498,63
Utilidad bruta en ventas	\$ 45.641,59	\$ 48.868,95	\$ 52.294,20	\$ 55.928,86	\$ 59.785,12
(-)Gastos de ventas	\$ 15.475,19	\$ 17.325,90	\$ 18.427,51	\$ 19.601,45	\$ 20.851,86
- Sueldo Administrador/Vendedor	\$ 7.097,16	\$ 8.059,56	\$ 8.606,40	\$ 9.190,68	\$ 9.814,56
- Sueldo Dependiente	\$ 5.840,64	\$ 6.627,96	\$ 7.077,72	\$ 7.558,20	\$ 8.071,20
- Gastos de promoción y publicidad	\$ 2.537,39	\$ 2.638,38	\$ 2.743,39	\$ 2.852,57	\$ 2.966,10
Utilidad neta en ventas	\$ 30.166,40	\$ 31.543,05	\$ 33.866,69	\$ 36.327,41	\$ 38.933,26
(-)Gastos administrativos	\$ 9.988,41	\$ 10.391,08	\$ 10.814,34	\$ 10.390,70	\$ 10.858,64
- Honorarios Bioquímico Farmacéutico	\$ 2.400,00	\$ 2.562,91	\$ 2.736,88	\$ 2.922,66	\$ 3.121,05
- Dep. Muebles y Enseres	\$ 478,68	\$ 478,68	\$ 478,68	\$ 478,68	\$ 478,68
- Dep. Equipo de Oficina	\$ 109,53	\$ 109,53	\$ 109,53	\$ 109,53	\$ 109,53
- Dep. Equipo de Computación	\$ 868,65	\$ 868,65	\$ 868,65	\$ 0,00	\$ 0,00
- Gastos amortización	\$ 107,48	\$ 107,48	\$ 107,48	\$ 107,48	\$ 107,48
- Permisos de funcionamiento	\$ 142,70	\$ 148,38	\$ 154,28	\$ 160,43	\$ 166,81
- Servicios básicos, teléfono e internet	\$ 1.762,80	\$ 1.832,96	\$ 1.905,91	\$ 1.981,77	\$ 2.060,64
- Arriendo	\$ 3.000,00	\$ 3.119,40	\$ 3.243,55	\$ 3.372,65	\$ 3.506,88
- Suministros de oficina	\$ 345,80	\$ 359,56	\$ 373,87	\$ 388,75	\$ 404,23
- Útiles de aseo	\$ 256,77	\$ 266,99	\$ 277,62	\$ 288,66	\$ 300,15
- Servicio de cobro con tarjeta	\$ 456,00	\$ 474,15	\$ 493,02	\$ 512,64	\$ 533,05
- Gasto uniformes	\$ 60,00	\$ 62,39	\$ 64,87	\$ 67,45	\$ 70,14
Utilidad operacional	\$ 20.177,99	\$ 21.151,97	\$ 23.052,35	\$ 25.936,71	\$ 28.074,62
(-)Gastos financieros	\$ 3.375,25	\$ 2.204,21	\$ 830,35	\$ 0,00	\$ 0,00
Utilidad antes de impuestos	\$ 16.802,74	\$ 18.947,76	\$ 22.222,00	\$ 25.936,71	\$ 28.074,62
(-) 15% Trabajadores	\$ 2.520,41	\$ 2.842,16	\$ 3.333,30	\$ 3.890,51	\$ 4.211,19
Utilidad de impuestos	\$ 14.282,33	\$ 16.105,60	\$ 18.888,70	\$ 22.046,20	\$ 23.863,43
(-) % de Impuestos	\$ 1.428,23	\$ 1.610,56	\$ 2.266,64	\$ 3.306,93	\$ 3.579,51
Utilidad final	\$ 12.854,10	\$ 14.495,04	\$ 16.622,06	\$ 18.739,27	\$ 20.283,92
(-)10% Reserva legal	\$ 1.285,41	\$ 1.449,50	\$ 1.662,21	\$ 1.873,93	\$ 2.028,39
Utilidad de dividendos	\$ 11.568,69	\$ 13.045,54	\$ 14.959,85	\$ 16.865,35	\$ 18.255,52

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

5.03.08 Flujo de caja.

El flujo de caja está conformado por las entradas y salidas de dinero producidas en la empresa durante un periodo de tiempo.

Tabla N° 80

Flujo de Caja

Utilidad final		\$ 12.854,10	\$ 14.495,04	\$ 16.622,06	\$ 18.739,27	\$ 20.283,92
Depreciaciones		\$ 1.456,86	\$ 1.456,86	\$ 1.456,86	\$ 588,21	\$ 588,21
Amortizaciones		\$ 107,48	\$ 107,48	\$ 107,48	\$ 107,48	\$ 107,48
Gastos financieros		\$ 3.375,25	\$ 2.204,21	\$ 830,35	\$ 0,00	\$ 0,00
Flujo operacional		\$ 17.793,69	\$ 18.263,59	\$ 19.016,75	\$ 19.434,96	\$ 20.979,61
Inversiones						
Capital de trabajo	-\$ 33.147,23					
Activos fijos	-\$ 8.488,10					
Flujo neto	-\$ 41.635,33	\$ 17.793,69	\$ 18.263,59	\$ 19.016,75	\$ 19.434,96	\$ 20.979,61

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* Investigación propia**5.04 Evaluación****5.04.01 Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR).**

Baca Urbina (2010) define a la TMAR como “una tasa mínima de ganancia sobre la inversión realizada” (p. 151). En este proyecto, se determinó el TMAR mediante la sumatoria de la inflación, la tasa de interés pasiva, el riesgo país (en variación porcentual) y el premio al riesgo.

De acuerdo con Baca Urbina (2010) “cuando una persona invierte dinero, no le es atractivo mantener su poder adquisitivo; más bien le interesa un rendimiento que haga realmente crecer su dinero después de compensar los efectos de la inflación” (p. 152). Ante esta afirmación se puede deducir que el premio al riesgo es una tasa asignada por el inversionista como recompensa a los riesgos que corre.

Tabla N° 81

TMAR

Componentes	Porcentaje
Inflación	3,98%
Tasa de interés pasiva	4,68%
Riesgo país	0,06%
Premio al riesgo	10,00%
TMAR	18,72%

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* BCE-Investigación propia

Se aclara que la inflación, la tasa de interés pasiva y el riesgo país corresponden al promedio de los últimos 5 años (2011-2015).

5.04.02 Valor actual neto (VAN).

Baca Urbina (2010) define al VAN como “el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial” (p. 182). Esta operación permite comparar las ganancias que se generarían en el horizonte de vida del proyecto en términos de su valor actual con los desembolsos que se realizaron para producir dichas ganancias.

Tabla N° 82

VAN

Período	Flujos netos	VAN
0	-\$ 41.635,33	-\$ 41.635,33
1	\$ 17.793,69	\$ 14.987,95
2	\$ 18.263,59	\$ 12.958,01
3	\$ 19.016,75	\$ 11.364,87
4	\$ 19.434,96	\$ 9.783,36
5	\$ 20.979,61	\$ 8.895,66
VAN		\$ 16.354,52

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* Investigación propia

5.04.03 Tasa interna de rendimiento (TIR).

Baca Urbina la define como “la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero” (p. 184). Es decir que la TIR es la tasa de rendimiento real generada por la empresa.

Tabla N° 83

TIR

Período	Flujos netos	VAN	TIR
0	-\$ 41.635,33	-\$ 41.635,33	-\$ 41.635,33
1	\$ 17.793,69	\$ 14.987,95	\$ 13.202,75
2	\$ 18.263,59	\$ 12.958,01	\$ 10.055,02
3	\$ 19.016,75	\$ 11.364,87	\$ 7.768,39
4	\$ 19.434,96	\$ 9.783,36	\$ 5.890,84
5	\$ 20.979,61	\$ 8.895,66	\$ 4.718,34
		VAN	\$ 0,00
		TIR	34,77%

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* Investigación propia

5.04.04 Periodo de recuperación de la inversión (PRI).

El PRI indica en cuánto tiempo (años, meses y días) se recuperará la inversión en valores presentes.

Tabla N° 84

PRI

Período	Flujos a valor presente
0	-\$ 41.635,33
1	\$ 14.987,95
	-\$ 26.647,38
2	\$ 12.958,01
	-\$ 13.689,37
3	\$ 11.364,87
	-\$ 2.324,50
4	\$ 9.783,36
	\$ 7.458,86
Meses	0,237597016
	2,851164197
Días	0,851164197
	25,53492591
PRI	3 años, 2 meses, 25 días

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

5.04.05 Relación beneficio costo (RBC).

Esta relación consiste en dividir la suma de los beneficios en valores actuales para los desembolsos realizados.

Tabla N° 85

Relación beneficio costo

Beneficios	\$ 57.989,85
Costos	\$ 41.635,33
Relación B/C	\$ 1,39

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* Investigación propia

La relación beneficio costo indica que por cada dólar invertido se espera obtener \$ 1, 39 en beneficios.

5.04.06 Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio, de acuerdo a lo indicado por Baca Urbina (2010), es “el nivel en el que los ingresos son iguales a la suma de los costos fijos y variables” (p. 148). Es útil para conocer cuál debe ser el mínimo de ventas que se deben efectuar para que no existan pérdidas. Para el cálculo del punto de equilibrio es necesario usar los siguientes datos:

Tabla N° 86

Datos para el cálculo del punto de equilibrio

Ingresos (Y)	\$ 152.138,63
Cantidades (Q)	360
Precio de venta unitario (Pvu)	\$ 422,61
Costo variable unitario (Cvu)	\$ 302,87
Costos fijos (CF)	\$ 26.301,46
Costos variables (CV)	\$ 109.034,43

Elaborado por: Sofía Gavilanes*Fuente:* Investigación propia

El cálculo del punto de equilibrio de cantidad se realizó con la siguiente fórmula:

$$PE(Q) = \frac{CF}{P_{vu} - C_{vu}}$$

$$PE(Q) = \frac{\$ 26.301,46}{\$ 422,61 - \$ 302,87}$$

$$PE(Q) = 219,65$$

Para el cálculo del punto de equilibrio monetario se usó la siguiente fórmula:

$$PE(MON) = \frac{CF}{1 - \frac{C_{vu}}{P_{vu}}}$$

$$PE(MON) = \frac{\$ 26.301,46}{1 - \frac{\$ 302,87}{\$ 422,61}}$$

$$PE(MON) = \$ 92.828,29$$

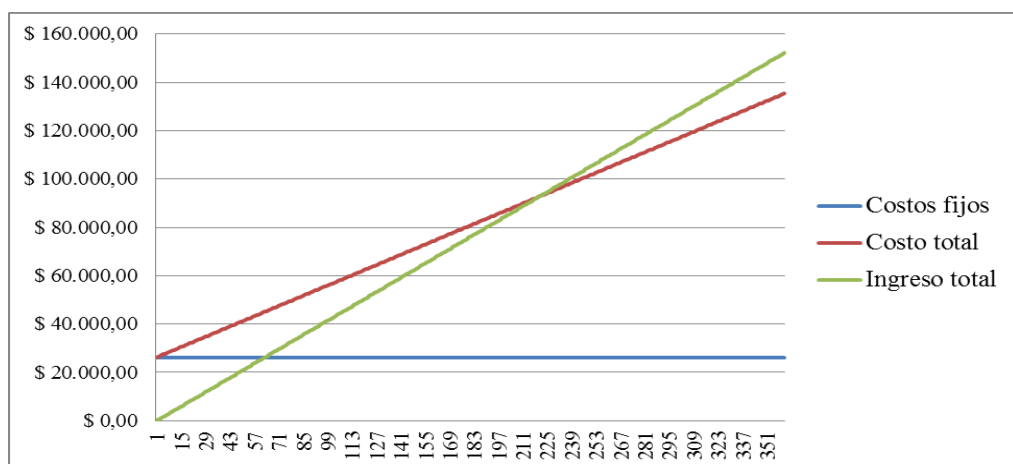


Gráfico N° 22. Punto de equilibrio

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Investigación propia

Se puede observar que se alcanza un equilibrio entre ingresos y costos en 220 días y con ventas de \$ 92. 828,29.

5.04.07 Análisis de índices financieros.

Luego de calcular los diferentes índices financieros se han obtenido los siguientes resultados:

VAN: \$ 16.354,52

TIR: 34,77%

PRI: 3años, 2 meses, 25 días

RBC: \$1,39

El resultado del VAN es positivo en el quinto año, la TIR es mayor a los costos de oportunidad (TMAR), el PRI se encuentra dentro del horizonte de vida del proyecto (5 años) y la RBC es mayor a 1. De lo anterior se deduce que el proyecto es económicamente rentable.

CAPÍTULO VI

6.01 Impacto Ambiental

El cuidado del medio ambiente es un tema cuya importancia a nivel empresarial se ha incrementado en los últimos años como consecuencia de la amenaza a la naturaleza que suponen las operaciones industriales y también comerciales. Una empresa que se preocupe por mitigar los efectos negativos que producen sus actividades al ambiente, da muestras de su enfoque ecologista y manifiesta responsabilidad social; este comportamiento será reconocido positivamente por la sociedad trayendo con ello, una mejor imagen empresarial.

La farmacia que se busca crear con este proyecto no impactará en gran medida sobre el medio ambiente; sin embargo será inevitable la generación de ciertos volúmenes de basura producto de tareas administrativas y comerciales en las que será necesario la utilización y posterior desecho de papel, cartón y plástico principalmente. Ante esta situación, se prevé separar estos elementos para destinarlos al reciclaje con el fin de minimizar la cantidad de basura producida ayudando a reducir la contaminación ambiental y al mismo tiempo colaborando con la fabricación de artículos que se elaboran en base a material reciclado.

6.02 Impacto Económico

La actividad comercial a desempeñar por la farmacia tendrá un impacto económico favorable por las utilidades que generará; si bien esto será directamente beneficioso para el propietario y socio, lo será también, aunque de forma mínima, para contribuir con la dinamización del sector farmacéutico y en general al campo de la salud.

Se pudo determinar que para cumplir con las actividades que se requieren para el normal funcionamiento de la farmacia es necesario la contratación de un auxiliar y la prestación de servicios profesionales de un bioquímico farmacéutico; es decir que para la ejecución del negocio se generarán fuentes de empleo que, aunque sean pocas, fomentarán el desarrollo económico y profesional de las personas que puedan acceder a estos trabajos.

6.03 Impacto Social

El servicio farmacéutico es indispensable para la prevención y tratamiento de las enfermedades. El trabajo médico generalmente debe estar complementado con la prescripción de fármacos a los pacientes; de aquello se deriva la importancia de la existencia de una farmacia responsable de la dispensación y expendio de medicamentos; es por ello que de forma ideal se debería contar con un establecimiento farmacéutico de venta al por menor en cada zona poblada.

La creación de una nueva farmacia impactaría positivamente entre los habitantes de la urbanización La Josefina tomando en cuenta que contarán con profesionales del área farmacéutica a su disposición quienes serán los encargados de dispensar responsablemente los fármacos requeridos por el cliente, fomentando en todo momento el uso racional de medicamentos. Se debe subrayar la connotación social del proyecto que busca beneficiar a la población en general en lo concerniente al ámbito de la salud al ofrecer variedad de fármacos con el fin de dar cobertura a las necesidades de los habitantes en lo relacionado a la adquisición de medicamentos como elementos imprescindibles en la curación de cualquier dolencia.

CAPÍTULO VII

7.01 Conclusiones

- Al realizar el análisis del ambiente externo se pudo determinar que muchos de los factores que lo conforman son una amenaza para el proyecto; sin embargo, se planearán estrategias empresariales capaces de minimizar los efectos negativos de ciertos factores.

- El estudio de mercado ha permitido conocer que en la urbanización La Josefina existe demanda insatisfecha de productos farmacéuticos por lo que se concluye que es pertinente la creación de una nueva farmacia que contribuirá a satisfacer las necesidades farmacológicas poblacionales.

- En el estudio técnico se detalló la capacidad del negocio en aspectos como: la dimensión del local que ocupará (40 m²), las áreas que serán indispensables para su normal funcionamiento (dispensación y expendio, recepción, cuarentena, almacenamiento y administración); así como los muebles y equipos necesarios para sus actividades.

-Luego de analizar el lugar idóneo para la ubicación de la farmacia, esta será situada en la urbanización La Josefina, calle Diamante OE2-30 y Turquesa. La

dirección ha sido seleccionada luego de realizar un análisis del sitio, verificando que brinde los mayores beneficios al proyecto.

- El cálculo de índices financieros arrojó los siguientes resultados: VAN: \$ 16.354,52; TIR: 34,77%; PRI: 3años, 2 meses, 25 días; RBC: \$1,39. El análisis de estos valores permitió determinar que el proyecto es económicamente rentable.

- Los impactos social y económico que producirá el proyecto son positivos, al considerar que el negocio servirá a la población en el ámbito farmacéutico contribuyendo al cuidado de su salud y que además generará beneficios económicos. El impacto ambiental no será perjudicial en gran medida, tomando en cuenta que los desechos producidos por la farmacia serán en lo posible reciclados.

7.02 Recomendaciones

- Antes de la apertura de una farmacia se recomienda realizar un estudio de factibilidad para determinar si el negocio será rentable; esto permitirá reducir la incertidumbre en el momento de realizar la inversión.

- Acudir a los organismos de control para averiguar los permisos de funcionamiento que se requieren para la apertura de una farmacia con el fin de conservar la documentación en regla evitando inconvenientes.

- Al ser una farmacia independiente, se recomienda definir un proceso de atención al cliente basado en un servicio de excelencia y calidad como elemento clave al momento de competir con las grandes cadenas de farmacias.

-
- El personal que labore en la farmacia deberá tener experiencia en el área para que contribuya con sus conocimientos al crecimiento de la empresa.
 - Considerar todos los costos y gastos posibles en los que se incurrirá para generar el negocio, de manera que se realice un estado de pérdidas y ganancias lo más cercano a la realidad que permita visualizar los beneficios relativamente reales a obtener.



ANEXOS

Anexo N° 1**ENCUESTA**

Apreciado encuestado, las siguientes preguntas buscan recoger información sobre la aceptación del consumidor en cuanto a la creación de una farmacia en el sector de La Josefina. Lea y seleccione su respuesta según su criterio.

1.- ¿Qué es lo primero que toma en cuenta al comprar en una farmacia?Servicio recibido ☐Stock y variedad de productos ☐Promociones ☐Calidad de los productos ☐Ubicación ☐Precios ☐**2.- ¿Qué artículos compra mayoritariamente en una farmacia?**Medicamentos ☐Productos de cuidado personal (jabón, pasta dental, champú, etc.) ☐Dermocosméticos ☐Productos para bebés ☐Vitaminas ☐



Productos Naturales ☐

Otros ☐

3.- ¿Cuánto consume mensualmente en una farmacia?

\$0-\$20 ☐

\$21-\$40 ☐

\$41-\$60 ☐

\$61-\$80 ☐

\$81-\$100 ☐

4.- ¿Con qué forma de pago cancela en una farmacia?

Efectivo ☐

Tarjeta de crédito ☐

Tarjeta de débito ☐

Cheque ☐

Crédito personal o corporativo ☐

5.- ¿Qué servicios le gustaría recibir de la farmacia de su barrio?

Jornadas médicas ☐

Entrega a domicilio ☐

Plan de medicación continua ☐

Días de promociones ☐

6.- ¿Recibe información adecuada acerca de cómo manipular y administrar el medicamento que adquiere?

Siempre ☐

A veces ☐

Nunca ☐

7.- ¿Está satisfecho con el servicio que recibe en la farmacia de su barrio?

Sí ☐

No ☐

8.- ¿Le gustaría tener una nueva farmacia en su barrio?

Sí ☐

No ☐

9.- ¿En qué horario le gustaría que la farmacia atienda?

Todos los días de 08h00 a 20h00 ☐

Todos los días de 09h00 a 21h00 ☐

De lunes a viernes de 08h00 a 20h00 ☐

De lunes a viernes de 09h00 a 21h00 ☐

Otro horario. Mencione cuál _____ ☐



10.- ¿Consume usted productos naturales?

Sí ☐

No ☐

11.- En caso de que su respuesta en la pregunta anterior haya sido afirmativa, indique: ¿En qué establecimiento compra productos naturales?

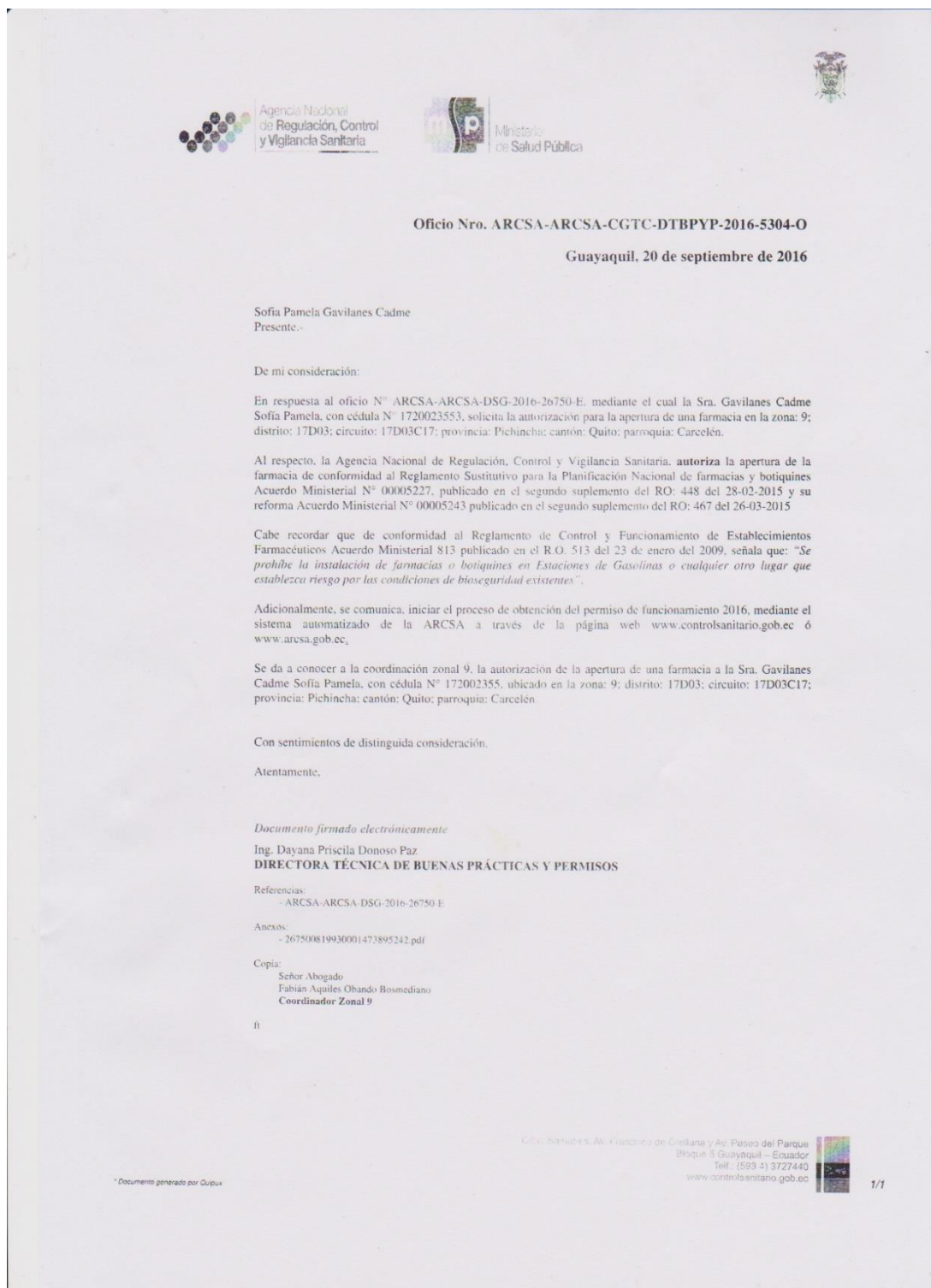
Farmanatural ☐

Xtralife ☐

Otro. Especifique cuál: _____ ☐

Anexo N° 2

Autorización ARCSA



 Agencia Nacional
de Regulación, Control
y Vigilancia Sanitaria

 Ministerio
de Salud Pública

Oficio Nro. ARCSA-ARCSA-CGTC-DTBPYP-2016-5304-O

Guayaquil, 20 de septiembre de 2016

Sofia Pamela Gavilanes Cadme
Presente.

De mi consideración:

En respuesta al oficio N° ARCSA-ARCSA-DSG-2016-26750-E, mediante el cual la Sra. Gavilanes Cadme Sofia Pamela, con cédula N° 1720023553, solicita la autorización para la apertura de una farmacia en la zona: 9; distrito: 17D03; circuito: 17D03C17; provincia: Pichincha; cantón: Quito; parroquia: Carcelén.

Al respecto, la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, **autoriza** la apertura de la farmacia de conformidad al Reglamento Sustitutivo para la Planificación Nacional de farmacias y botiquines Acuerdo Ministerial N° 00005227, publicado en el segundo suplemento del RO: 448 del 28-02-2015 y su reforma Acuerdo Ministerial N° 00005243 publicado en el segundo suplemento del RO: 467 del 26-03-2015

Cabe recordar que de conformidad al Reglamento de Control y Funcionamiento de Establecimientos Farmacéuticos Acuerdo Ministerial 813 publicado en el R.O. 513 del 23 de enero del 2009, señala que: "Se prohíbe la instalación de farmacias o botiquines en Estaciones de Gasolinas o cualquier otro lugar que establezca riesgo por las condiciones de bioseguridad existentes".

Adicionalmente, se comunica, iniciar el proceso de obtención del permiso de funcionamiento 2016, mediante el sistema automatizado de la ARCSA a través de la página web www.controlsanitario.gob.ec ó www.arcsa.gob.ec.

Se da a conocer a la coordinación zonal 9, la autorización de la apertura de una farmacia a la Sra. Gavilanes Cadme Sofia Pamela, con cédula N° 172002355, ubicado en la zona: 9; distrito: 17D03; circuito: 17D03C17; provincia: Pichincha; cantón: Quito; parroquia: Carcelén

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,

Documento firmado electrónicamente

Ing. Dayana Priscila Donoso Paz
DIRECTORA TÉCNICA DE BUENAS PRÁCTICAS Y PERMISOS

Referencias:
- ARCSA-ARCSA-DSG-2016-26750-E

Anexos:
- 267500819930001473895242.pdf

Copia:
Señor Abogado
Fabián Aquiles Obando Bosmediano
Coordinador Zonal 9

ft

* Documento generado por Gupix

Calle Sanmarta, Av. Francisco de Orellana y Av. Paseo del Parque
Bloque 5 Guayaquil - Ecuador
Tel.: (593) 41 3727440
www.controlsanitario.gob.ec

1/1

Anexo N° 3

Listado de productos

Medicamentos				
Principio activo	Forma farmacéutica	Cantidad	C. unitario	Costo total
Acemetacina	Cápsula 60mg	30	\$ 1,10	\$ 33,00
Acetato de ciproterona + etinilestradiol	Grageas 2mg+0,035mg (21 unidades)	8	\$ 7,59	\$ 60,72
Acetazolamida	Tableta 250mg	30	\$ 1,01	\$ 30,30
Acetilcisteína	Polvo 100mg	50	\$ 0,42	\$ 21,00
Acetilcisteína	Tableta efervescente 600mg	100	\$ 1,06	\$ 106,00
Aciclovir	Crema 5% 10g	8	\$ 6,09	\$ 48,72
Aciclovir	Cápsula 200mg	30	\$ 0,29	\$ 8,70
Ácido acetilsalicílico	Tableta 100mg	200	\$ 0,05	\$ 10,00
Ácido acetilsalicílico	Tableta 81mg	200	\$ 0,11	\$ 22,00
Ácido acetilsalicílico + Cafeína	Tableta 650mg+65mg	300	\$ 0,22	\$ 66,00
Ácido alendrónico	Tableta 35mg	180	\$ 1,62	\$ 291,60
Ácido ascórbico	Solución inyectable 500mg	20	\$ 0,54	\$ 10,80
Ácido fólico	Solución inyectable 1mg	50	\$ 1,07	\$ 53,50
Ácido fólico	Tableta 5mg	500	\$ 0,01	\$ 5,00
Ácido fusídico	Crema 2% 15g	8	\$ 5,36	\$ 42,88
Ácido fusídico	Ungüento oftálmico 1% 5g	4	\$ 8,50	\$ 34,00
Adapaleno	Crema 0,1% 15g	15	\$ 6,12	\$ 91,80
Albendazol	Suspensión 20ml 100mg/5ml	80	\$ 1,88	\$ 150,40
Albendazol	Tableta 200mg	350	\$ 0,40	\$ 140,00
Alopurinol	Tableta 300mg	200	\$ 0,10	\$ 20,00
Alprazolam	Tableta 0,5mg	90	\$ 0,37	\$ 33,30
Amantadina	Cápsula 100mg	100	\$ 0,37	\$ 37,00
Ambroxol	Cápsula 30mg	300	\$ 0,16	\$ 48,00
Ambroxol	Jarabe 120ml 15mg/5ml	80	\$ 2,90	\$ 232,00
Amikacina	Solución inyectable 250mg	30	\$ 3,71	\$ 111,30
Amiodarona	Tableta 200mg	100	\$ 0,47	\$ 47,00
Amitriptilina	Tableta 25 mg	90	\$ 0,09	\$ 8,10
Amlodipina	Tableta 5mg	210	\$ 0,36	\$ 75,60
Amlodipina	Tableta 10mg	600	\$ 0,31	\$ 186,00
Amoxicilina	Cápsula 500mg	700	\$ 0,23	\$ 161,00
Amoxicilina	Polvo para suspensión 120ml 250mg/5ml	80	\$ 4,48	\$ 358,40
Amoxicilina + Ácido clavulánico	Polvo para suspensión 120ml 125+31,25mg/5ml	20	\$ 7,33	\$ 146,60
Ampicilina	Cápsula 250mg	210	\$ 0,16	\$ 33,60
Ampicilina + Sulbactam	Tableta 375mg	60	\$ 1,34	\$ 80,40
Atenolol	Cápsula 50mg	450	\$ 0,25	\$ 112,50
Atenolol	Tableta 100mg	450	\$ 0,49	\$ 220,50
Atorvastatina	Cápsula 10 mg	200	\$ 0,78	\$ 156,00
Atorvastatina	Cápsula 20mg	200	\$ 1,12	\$ 224,00
Azitromicina	Tableta 500mg	120	\$ 1,95	\$ 234,00
Azitromicina	Polvo para suspensión 20ml 200mg/5ml	15	\$ 8,47	\$ 127,05
Bencilpenicilina	Polvo para inyección 1 000 000 UI	25	\$ 1,35	\$ 33,75
Bencilpenicilina	Polvo para inyección 5 000 000 UI	25	\$ 2,40	\$ 60,00
Bencilpenicilina benzatínica	Polvo para inyección 1 200 000 UI	25	\$ 2,05	\$ 51,25
Bencilpenicilina benzatínica	Polvo para inyección 2 400 000 UI	25	\$ 2,84	\$ 71,00
Betametasona	Crema 0,05% 30g	15	\$ 4,44	\$ 66,60
Biperideno	Tableta 2mg	100	\$ 0,13	\$ 13,00

Bromocriptina	Tableta 2,5mg	30	\$ 0,91	\$ 27,30
Buspirona	Tableta 10mg	70	\$ 0,30	\$ 21,00
Butilescopolamina	Tableta 10mg	350	\$ 0,10	\$ 35,00
Calcio carbonato	Tableta 500mg	500	\$ 0,23	\$ 115,00
Calcitriol	Cápsula 0,5mcg	300	\$ 0,38	\$ 114,00
Carbamazepina	Tableta 200mg	100	\$ 0,12	\$ 12,00
Carvedilol	Tableta 12,5mg	150	\$ 0,32	\$ 48,00
Carvedilol	Tableta 25mg	150	\$ 0,62	\$ 93,00
Cefadroxilo	Cápsula 500mg	60	\$ 0,72	\$ 43,20
Cefalexina	Cápsula 500mg	120	\$ 0,29	\$ 34,80
Celecoxib	Cápsula 100mg	60	\$ 0,41	\$ 24,60
Cetirizina	Tableta 10mg	450	\$ 0,31	\$ 139,50
Ciprofloxacino	Cápsula 500mg	300	\$ 0,89	\$ 267,00
Citalopram	Tableta 20mg	90	\$ 0,81	\$ 72,90
Claritromicina	Polvo para suspensión 60ml 125mg/5ml	15	\$ 9,81	\$ 147,15
Claritromicina	Tableta 500mg	400	\$ 0,97	\$ 388,00
Clindamicina	Crema 2% 40g	8	\$ 8,92	\$ 71,36
Clindamicina	Óvulo 100mg	70	\$ 2,56	\$ 179,20
Clindamicina	Cápsula 300mg	120	\$ 0,54	\$ 64,80
Clomipramina	Tableta 75mg	60	\$ 1,24	\$ 74,40
Clonazepam	Solución oral 10ml 2,5mg/ml	10	\$ 4,54	\$ 45,40
Clonazepam	Tableta 1 mg	90	\$ 0,23	\$ 20,70
Clopidogrel	Tableta 75mg	120	\$ 0,99	\$ 118,80
Cloranfenicol	Solución oftálmica 10ml 0,5%	4	\$ 2,66	\$ 10,64
Clortalidona	Tableta 50 mg	150	\$ 0,17	\$ 25,50
Clotrimazol	Crema 1% 20g	25	\$ 1,51	\$ 37,75
Clotrimazol	Crema vaginal 1% 20g	30	\$ 4,33	\$ 129,90
Clotrimazol	Óvulo 100mg	200	\$ 0,97	\$ 194,00
Colchicina	Tableta 0,5mg	250	\$ 0,06	\$ 15,00
Complejo B	Solución inyectable 3 ml	150	\$ 2,90	\$ 435,00
Complejo B	Tableta 4mg+1mg+1mcg	600	\$ 0,16	\$ 96,00
Cotrimoxazol	Suspensión 120ml 200mg+40mg/5ml	25	\$ 3,80	\$ 95,00
Cotrimoxazol	Tableta 800mg+160mg	180	\$ 0,35	\$ 63,00
Desogestrel + Etnilestradiol	Tableta 0,15mg+0,003mg (21 unidades)	8	\$ 5,86	\$ 46,88
Dexametasona + Tobramicina	Suspensión oftálmica 6ml 0,1%+0,3%	4	\$ 6,94	\$ 27,76
Diazepam	Tableta 5 mg	60	\$ 0,09	\$ 5,40
Diclofenaco	Gragea 50mg	500	\$ 0,20	\$ 100,00
Diclofenaco	Parche transdérmico 140mg	10	\$ 5,70	\$ 57,00
Diclofenaco	Solución inyectable 75mg	120	\$ 0,77	\$ 92,40
Dicloxacilina	Cápsula 250mg	90	\$ 0,20	\$ 18,00
Dicloxacilina	Polvo para suspensión 80ml 125mg/5ml	8	\$ 2,30	\$ 18,40
Dienogest + Estradiol	Tabletas 2mg+0,03mg (21 unidades)	8	\$ 7,59	\$ 60,72
Digoxina	Tableta 0,25mg	90	\$ 0,04	\$ 3,60
Diltiazem	Tableta 60mg	150	\$ 0,18	\$ 27,00
Dimenhidrinato	Tableta 50mg	60	\$ 0,04	\$ 2,40
Doxazocina	Tableta 1 mg	90	\$ 0,39	\$ 35,10
Doxiciclina	Tableta 100mg	120	\$ 0,23	\$ 27,60
Enalapril	Tableta 10mg	500	\$ 0,18	\$ 90,00
Enalapril	Tableta 20mg	600	\$ 0,15	\$ 90,00
Eritromicina	Polvo para suspensión 80ml 200mg/5ml	5	\$ 4,29	\$ 21,45

Eritromicina	Tableta 500mg	90	\$ 0,27	\$ 24,30
Espironolactona	Tableta 100mg	120	\$ 0,73	\$ 87,60
Espironolactona	Tableta 25mg	120	\$ 0,32	\$ 38,40
Estradiol+Norgestrel	Tableta (21 unidades)	8	\$ 8,02	\$ 64,16
Estreptomicina	Polvo para inyección 1g	10	\$ 1,88	\$ 18,80
Ferroso sulfato	Solución oral 20ml 25mg/5ml	25	\$ 2,10	\$ 52,50
Ferroso sulfato	Tableta 100mg	600	\$ 0,03	\$ 18,00
Fluconazol	Cápsula 200mg	90	\$ 1,21	\$ 108,90
Fluoxetina	Tableta 20mg	100	\$ 0,31	\$ 31,00
Fluticasona	Suspensión para inhalación 250mcg/dosis (60 dosis)	2	\$ 23,29	\$ 46,58
Fluvastatina	Cápsula 40mg	120	\$ 1,11	\$ 133,20
Fumarato ferroso	Tableta 100mg	90	\$ 0,03	\$ 2,70
Furosemida	Tableta 40mg	300	\$ 0,09	\$ 27,00
Gabapentina	Cápsula 300mg	80	\$ 1,00	\$ 80,00
Gemfibrozilo	Tableta 300mg	420	\$ 0,35	\$ 147,00
Gentamicina	Crema 0,1% 20g	15	\$ 2,47	\$ 37,05
Gentamicina	Solución inyectable 20mg	10	\$ 0,58	\$ 5,80
Gentamicina	Ungüento oftálmico 0,3% 3,5g	4	\$ 1,99	\$ 7,96
Glibenclamida	Tableta 5 mg	360	\$ 0,08	\$ 28,80
Haloperidol	Solución oral 15ml 2mg/ml	4	\$ 1,40	\$ 5,60
Heparina	Solución inyectable 5ml 5 000UI/ml	10	\$ 5,32	\$ 53,20
Hidrocortisona	Crema 1% 20g	8	\$ 5,12	\$ 40,96
Ibuprofeno	Cápsula 200mg	1000	\$ 0,15	\$ 150,00
Ibuprofeno	Suspensión 120ml 100mg/5ml	80	\$ 2,15	\$ 172,00
Ibuprofeno	Suspensión 120ml 200mg/5ml	80	\$ 3,06	\$ 244,80
Ibuprofeno	Tableta 400mg	1000	\$ 0,07	\$ 70,00
Ibuprofeno	Tableta 800mg	510	\$ 0,16	\$ 81,60
Ibuprofeno + Cafeína	Tableta 200mg + 30mg	800	\$ 0,45	\$ 360,00
Indometacina	Cápsula 25mg	200	\$ 0,03	\$ 6,00
Insulina asparta	Solución inyectable 3ml 100UI/ml	5	\$ 8,88	\$ 44,40
Insulina glargina	Solución inyectable 3ml 100UI/ml	5	\$ 15,92	\$ 79,60
Insulina isofona NPH	Solución inyectable 3ml 100UI/ml	5	\$ 9,00	\$ 45,00
Ipratropio bromuro	Solución para inhalación 0,02mg/dosis 200 dosis	2	\$ 12,99	\$ 25,98
Ketokonazol	Crema 2% 15g	15	\$ 1,67	\$ 25,05
Ketokonazol	Tableta 200mg	150	\$ 0,37	\$ 55,50
Ketorolaco	Solución inyectable 60mg	30	\$ 2,12	\$ 63,60
Ketorolaco	Tableta 10mg	200	\$ 0,39	\$ 78,00
Lactulosa	Solución oral 65% 120ml	40	\$ 5,39	\$ 215,60
Lágrimas artificiales	Solución oftálmica 15ml 14mg/ml	30	\$ 3,64	\$ 109,20
Lamotrigina	Tabletas 100mg	90	\$ 0,88	\$ 79,20
Lansoprazol	Cápsula 30mg	180	\$ 1,46	\$ 262,80
Levodopa + Carbidopa	Tabletas 250mg+25mg	90	\$ 0,50	\$ 45,00
Levofloxacina	Tableta 500mg	150	\$ 1,51	\$ 226,50
Levonorgestrel	Tableta 0,75 mg (2 unidades)	21	\$ 6,85	\$ 143,85
Levonorgestrel + Etinilestradiol	Gragea 150mcg+30mcg (21 unidades)	8	\$ 7,59	\$ 60,72
Levotiroxina	Tableta 0,05mg	500	\$ 0,06	\$ 30,00
Levotiroxina	Tableta 0,100mg	500	\$ 0,08	\$ 40,00
Loperamida	Tableta 2mg	200	\$ 0,05	\$ 10,00
Loratadina	Solución oral 100ml 5mg/5ml	15	\$ 5,12	\$ 76,80
Loratadina	Tableta 10mg	600	\$ 0,14	\$ 84,00

Lorazepam	Tableta 1mg	90	\$ 0,24	\$ 21,60
Losartan	Tableta 100mg	500	\$ 0,82	\$ 410,00
Losartan	Tableta 50mg	600	\$ 0,38	\$ 228,00
Lovastatina	Tableta 10mg	150	\$ 1,15	\$ 172,50
Magaldrato + Simeticona	Suspensión 150mg	30	\$ 4,13	\$ 123,90
Mebendazol	Cápsula 100mg	60	\$ 0,04	\$ 2,40
Mebendazol	Suspensión 30ml 100mg/5ml	15	\$ 0,72	\$ 10,80
Metformina	Tableta 500mg	360	\$ 0,25	\$ 90,00
Metformina	Tableta 850mg	360	\$ 0,27	\$ 97,20
Metformina + Glibenclamida	Tableta 500mg +5mg	420	\$ 0,29	\$ 121,80
Metformina + Glibenclamida	Tableta 500mg+2,5mg	420	\$ 0,31	\$ 130,20
Metilprednisolona	Crema 0,1% 15g	5	\$ 7,12	\$ 35,60
Metoclopramida	Solución oral 30ml 4mg/ml	30	\$ 1,65	\$ 49,50
Metoclopramida	Solución inyectable 10mg	30	\$ 0,47	\$ 14,10
Metoclopramida	Tabletas 10mg	320	\$ 0,05	\$ 16,00
Metronidazol	Óvulo 500mg	240	\$ 0,47	\$ 112,80
Metronidazol	Tableta 500mg	300	\$ 0,12	\$ 36,00
Metronidazol	Solución oral 100ml 250mg/5ml	20	\$ 2,48	\$ 49,60
Midazolam	Tabletas 7,5mg	60	\$ 0,30	\$ 18,00
Misoprostol	Tableta 200mcg	90	\$ 0,50	\$ 45,00
Mometsona	Suspensión para inhalación 50mcg/dosis (60 dosis)	3	\$ 8,89	\$ 26,67
Morfina	Tableta 10mg	30	\$ 0,94	\$ 28,20
Multienzimas (pancreatina)	Tableta 150mg	360	\$ 0,63	\$ 226,80
Multivitaminas con minerales	Solución oral 240ml	50	\$ 4,50	\$ 225,00
Naproxeno	Cápsula 500mg	300	\$ 0,37	\$ 111,00
Nifedipina	Cápsula 10mg	120	\$ 0,13	\$ 15,60
Nimodipina	Tableta 30mg	60	\$ 0,42	\$ 25,20
Nistatina	Suspensión oral 60ml 100 000UI/ml	8	\$ 4,29	\$ 34,32
Nistatina	Ungüento 100 000UI 30g	15	\$ 3,75	\$ 56,25
Nitrofurantoína	Cápsula 100mg	400	\$ 0,24	\$ 96,00
Omeprazol	Cápsula 20mg	1000	\$ 0,44	\$ 440,00
Ondansetron	Tableta 4mg	30	\$ 1,82	\$ 54,60
Pantoprazol	Tableta 20mg	300	\$ 0,90	\$ 270,00
Paracetamol	Solución oral 120ml 120mg/5ml	50	\$ 2,28	\$ 114,00
Paracetamol	Solución oral 120ml 160mg/5ml	50	\$ 1,82	\$ 91,00
Paracetamol	Tableta 1 g	600	\$ 0,21	\$ 126,00
Paracetamol	Tableta 500mg	1000	\$ 0,05	\$ 50,00
Peróxido de benzoilo	Crema 0,1% 30g	5	\$ 4,75	\$ 23,75
Pol. mucopolisacárido del ácido sulfúrico	Gel/pomada 0,003 20g	10	\$ 5,17	\$ 51,70
Polietilenglicol	Granulado 17ml	30	\$ 3,14	\$ 94,20
Prednisolona	Tableta 20mg	120	\$ 0,98	\$ 117,60
Prednisolona	Tableta 5mg	120	\$ 0,17	\$ 20,40
Prednisona	Tableta 20mg	360	\$ 0,59	\$ 212,40
Prednisona	Tableta 5mg	360	\$ 0,18	\$ 64,80
Pregabalina	Tableta 150mg	60	\$ 1,60	\$ 96,00
Productos con zinc	Crema 30g	20	\$ 3,39	\$ 67,80
Progesterona	Tabletas 100mg	80	\$ 0,52	\$ 41,60
Propanolol	Tableta 40mg	240	\$ 0,07	\$ 16,80
Propanolol	Tableta 80mg	240	\$ 0,05	\$ 12,00
Quetiapina	Tableta 25mg	60	\$ 1,01	\$ 60,60

Ranitidina	Solución inyectable 50mg	30	\$ 0,49	\$ 14,70
Ranitidina	Tableta 150mg	300	\$ 0,12	\$ 36,00
Retinol	Cápsula 50 000UI	150	\$ 0,11	\$ 16,50
Rosuvastatina	Tableta 10mg	90	\$ 1,17	\$ 105,30
Salbutamol	Solución para inhalación 0,1mg/dosis (200dosis)	3	\$ 6,89	\$ 20,67
Sales de rehidratación oral	Polvo 28,25g	300	\$ 0,72	\$ 216,00
Secnidazol	Polvo para suspensión 500mg	50	\$ 1,20	\$ 60,00
Secnidazol	Tableta 500mg	240	\$ 0,96	\$ 230,40
Sertralina	Tableta 50mg	80	\$ 0,83	\$ 66,40
Sildenafil	Tableta 50mg	20	\$ 2,34	\$ 46,80
Simvastatina	Tableta 20mg	600	\$ 0,45	\$ 270,00
Simvastatina	Tableta 40mg	600	\$ 0,50	\$ 300,00
Simvastatina+Ezetimiba	Tableta 20mg+10mg	150	\$ 1,78	\$ 267,00
Sulfadiazina de plata	Crema 1% 60g	8	\$ 5,58	\$ 44,64
Tamsulosina	Tableta 0,4mg	120	\$ 1,00	\$ 120,00
Terazosina	Tableta 2mg	90	\$ 0,45	\$ 40,50
Terbinafina	Crema 1% 15g	20	\$ 6,00	\$ 120,00
Terbinafina	Tableta 250mg	120	\$ 1,66	\$ 199,20
Tetraciclina	Tableta 250mg	90	\$ 0,05	\$ 4,50
Timolol	Solución oftálmica 0,5% 5ml	5	\$ 7,54	\$ 37,70
Tinidazol	Solución oral 10ml 200mg/ml	20	\$ 1,00	\$ 20,00
Tinidazol	Óvulo 150mg	240	\$ 0,60	\$ 144,00
Tinidazol	Tableta 500mg	240	\$ 0,12	\$ 28,80
Tobramicina	Gel oftálmico 0,3% 5g	5	\$ 4,48	\$ 22,40
Tramadol	Solución oral 10ml 100mg/ml	30	\$ 6,00	\$ 180,00
Tramadol	Solución inyectable 100mg	30	\$ 0,85	\$ 25,50
Tramadol	Tableta 50mg	240	\$ 0,26	\$ 62,40
Urea	Crema 10% 90g	20	\$ 12,00	\$ 240,00
Urea	Loción 10% 125ml	15	\$ 15,70	\$ 235,50
Vacuna antihepatitis A	Suspensión inyectable 0,5ml 80UI/0,5ml	1	\$ 13,00	\$ 13,00
Vacuna antihepatitis B	Suspensión inyectable 1ml 20mcg	1	\$ 17,23	\$ 17,23
Verapamilo	Tableta 120mg	90	\$ 0,09	\$ 8,10
Warfarina	Tableta 5mg	90	\$ 0,25	\$ 22,50
Finalín forte	Tabletas (100 unidades)	4	\$ 24,00	\$ 96,00
Aspirina advanced	Tabletas 650 mg (49 unidades)	4	\$ 8,80	\$ 35,20
Aspirina	Tabletas 100 mg (100 unidades)	5	\$ 5,00	\$ 25,00
Aspirina efervescente	Sobre (20 unidades)	3	\$ 9,20	\$ 27,60
Finalín Fem	Tabletas (50 unidades)	4	\$ 12,00	\$ 48,00
Femen	Cápsulas 400mg (50 unidades)	5	\$ 20,00	\$ 100,00
Voltaren Emulgel	Gel 60 g	15	\$ 10,30	\$ 154,50
Lemonflu miel	Sobre (40unidades)	4	\$ 24,40	\$ 97,60
Notusin	Solución oral 180 ml	20	\$ 5,52	\$ 110,40
Vaporex	Inhalador 10 g	25	\$ 2,20	\$ 55,00
Mentol Sikura 60 g	Fco. 60 g	30	\$ 2,80	\$ 84,00
Mentol Chino	Caja 10 g (12 unidades)	5	\$ 8,50	\$ 42,50
Molarex	Cápsulas (6 unidades)	30	\$ 1,80	\$ 54,00
Oralsept	Tabletas (100 unidades)	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Apronax	Tabletas 275 mg (20 unidades)	20	\$ 4,80	\$ 96,00
Sal Andrews	Sobre (50 unidades)	5	\$ 7,00	\$ 35,00
Alka seltzer boost	Tabletas efervescentes (10 unidades)	5	\$ 2,90	\$ 14,50

Buscapina OTC	Comprimidos (20 unidades)	10	\$ 8,80	\$ 88,00
Visina 15 cc	Solución oftálmica	50	\$ 2,71	\$ 135,50
Supradyn	Cápsulas	5	\$ 11,30	\$ 56,50
Berocca performance	Tabletas efervescentes	5	\$ 5,41	\$ 27,05
Pharmaton	Cápsulas	5	\$ 18,00	\$ 90,00
Emulsión de Scott	Fco. 200ml	8	\$ 4,65	\$ 37,20
Mulgatol	Jalea 100g	8	\$ 6,30	\$ 50,40
Redoxon doble acción	Frasco	10	\$ 4,20	\$ 42,00
Cebión	Tabletas masticables 500 mg (12 paquetes)	10	\$ 16,40	\$ 164,00
Apetitol plus	Solución oral 120ml	8	\$ 6,12	\$ 48,96
Inmuvit plus	Cápsulas	5	\$ 17,40	\$ 87,00
Insumos				
Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo total	
Alcohol antiséptico120ml	80	\$ 0,85	\$ 68,00	
Alcohol antiséptico Lira spray fco/250ml	30	\$ 2,20	\$ 66,00	
Agua oxigenada 10vol. Weir 120cc	30	\$ 0,55	\$ 16,50	
Sablón 250ml	20	\$ 0,90	\$ 18,00	
Povidyn jabonoso 120ml	20	\$ 2,10	\$ 42,00	
Cubreobjetos 22x22mm caja x100	1	\$ 8,00	\$ 8,00	
Curitas Hansaplast caja x20	15	\$ 1,10	\$ 16,50	
Esparadrapo impermeable	50	\$ 0,80	\$ 40,00	
Guantes de manejo caja x 100	5	\$ 7,50	\$ 37,50	
Guantes quirúrgicos No. 7	30	\$ 0,45	\$ 13,50	
Jeringuillas de 3cc Nipro caja x100	1	\$ 17,00	\$ 17,00	
Jeringuillas de 5cc Nipro cajax100	1	\$ 20,00	\$ 20,00	
Jeringuillas de 10cc Nipro x100	1	\$ 30,00	\$ 30,00	
Mascarillas caja x20	1	\$ 20,00	\$ 20,00	
Placas portaobjetos caja x 50	2	\$ 2,18	\$ 4,36	
Frascos de orina x50	5	\$ 5,40	\$ 27,00	
Recolector muestra de heces x50	5	\$ 2,40	\$ 12,00	
Gasas x50	4	\$ 6,30	\$ 25,20	
Vendas elásticas 4``	10	\$ 2,15	\$ 21,50	
Condomes masculinos caja	90	\$ 2,40	\$ 216,00	
Condomes femeninos caja	15	\$ 7,00	\$ 105,00	
Algodón 10 g	150	\$ 0,30	\$ 45,00	
Productos de cuidado personal				
Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo total	
Vaselina petrolada simple Lira 120g	25	\$ 1,56	\$ 39,00	
Vaselina Johnson 50g	25	\$ 1,13	\$ 28,25	
Gel Biolage normal 160g	20	\$ 1,88	\$ 37,60	
Cotonetes plásticos dobles 100 uni.	15	\$ 0,42	\$ 6,30	
Sedal crema de peinar ceramidas 300ml	3	\$ 2,35	\$ 7,05	
Sedal crema de peinar lissage 300ml	3	\$ 2,35	\$ 7,05	
Konzil crema de peinar cabello rizo 240ml	3	\$ 2,37	\$ 7,11	
Har crema de peinar cabello teñido 300ml	3	\$ 1,51	\$ 4,53	
Pantene hidrocrem peinar liso extremo 300ml	3	\$ 2,83	\$ 8,49	
Acondicionador sedal hidraloe 200ml	3	\$ 1,96	\$ 5,88	
Acondicionador Konzil jojoba cabello normal 200ml	3	\$ 1,96	\$ 5,88	
Acondicionador Pantene cuidado clásico 400ml	3	\$ 4,37	\$ 13,11	
Pañal adulto Tena normal x 10	10	\$ 4,21	\$ 42,10	

Pañal adulto Tena súper x 10	10	\$ 6,45	\$ 64,50
Pañales maternales Maternity normal x10	20	\$ 0,77	\$ 15,40
Tampón Kotex security normal x18	5	\$ 4,34	\$ 21,70
Protectores diarios Nosotras x 15	25	\$ 0,74	\$ 18,50
Protectores Kotex Days normal x10	25	\$ 0,80	\$ 20,00
Toallas sanitarias Kotex sensitive normal x10	30	\$ 0,95	\$ 28,50
Toallas sanitarias Nosotras invisible rapigel x 10	30	\$ 1,33	\$ 39,90
Toallas sanitarias Nosotras básica noche x10	30	\$ 1,92	\$ 57,60
Toallas sanitarias Nosotras básica alas x10	30	\$ 1,10	\$ 33,00
Papel higiénico Elite perfumado x 4	10	\$ 0,82	\$ 8,20
Papel higiénico Familia 2 en 1 plus x 12	3	\$ 5,01	\$ 15,03
Papel higiénico Familia pequeño x 4	10	\$ 2,58	\$ 25,80
Papel higiénico Familia triple hoja x 4	10	\$ 8,43	\$ 84,30
Papel higiénico Scott plus x 4	10	\$ 1,11	\$ 11,10
Papel higiénico Scott plus megarollo x 4	10	\$ 2,21	\$ 22,10
Pañuelos faciales Kleenex aqua x 20	3	\$ 2,35	\$ 7,05
Shampoo Veronique 60 ml	10	\$ 2,90	\$ 29,00
Shampoo Head Shoulder 2 en 1 suave 400ml	5	\$ 4,37	\$ 21,85
Shampoo Head Shoulder caspa liso 200ml	5	\$ 2,26	\$ 11,30
Shampoo Pantene 2 en 1 cuidado clásico 200ml	5	\$ 2,12	\$ 10,60
Shampoo Pantene 2 en 1 liso sedoso 400ml	5	\$ 3,79	\$ 18,95
Shampoo Pantene control caída 400ml	5	\$ 3,73	\$ 18,65
Shampoo Johnson manzanilla 100ml	5	\$ 1,38	\$ 6,90
Shampoo Dove essential 400ml	5	\$ 3,83	\$ 19,15
Shampoo Sedal lisos perfectos 200ml	5	\$ 1,96	\$ 9,80
Shampoo Sedal negros luminosos 350 ml	5	\$ 2,97	\$ 14,85
Jabón Palmolive tripak avena	8	\$ 2,68	\$ 21,44
Jabón Palmolive tripak leche&pétalos	8	\$ 2,68	\$ 21,44
Jabón Protex herbal	8	\$ 0,70	\$ 5,60
Jabón Protex cream	8	\$ 0,70	\$ 5,60
Jabón Johnson de avena	8	\$ 0,84	\$ 6,72
Jabón Johnson lavanda manzanilla	8	\$ 1,18	\$ 9,44
Jabón líquido Johnson soft/wash 200ml	8	\$ 2,39	\$ 19,12
Jabón Proactive frescura marina	8	\$ 0,65	\$ 5,20
Jabón Proactive fresh	8	\$ 0,65	\$ 5,20
Jabón Dove blanco	8	\$ 0,95	\$ 7,60
Jabón líquido Proactive Sport 250ml	5	\$ 2,48	\$ 12,40
Jabón Rexona energising	8	\$ 0,76	\$ 6,08
Pasta dental Colgate triacción 75cc	10	\$ 0,87	\$ 8,70
Pasta dental Colgate plax whitening 250ml	10	\$ 2,09	\$ 20,90
Pasta dental Colgate total 12 75cc	10	\$ 1,92	\$ 19,20
Cepillo dental Colgate plus twister	12	\$ 1,33	\$ 15,96
Cepillo Oral B 40 medio	12	\$ 1,40	\$ 16,80
Cepillo Pro 1000 doble acción	12	\$ 1,21	\$ 14,52
Colgate hilo dental 25 m	5	\$ 2,46	\$ 12,30
Rich hilo dental menta 25 m	5	\$ 2,71	\$ 13,55
Listerine antisarro 360ml	5	\$ 4,49	\$ 22,45
Listerine cool mint 360ml	5	\$ 4,19	\$ 20,95
Desodorante Lady Speed Stick active fresh 45g	6	\$ 3,39	\$ 20,34
Desodorante Lady Speed Stick roll on 50ml	6	\$ 2,26	\$ 13,56

Desodorante Rexona roll on men 50ml	6	\$ 2,91	\$ 17,46
Desodorante Axe spray conviction 113 g	6	\$ 3,54	\$ 21,24
Desodorante Nivea barra blanco 40 ml	6	\$ 3,68	\$ 22,08
Talco Rico 250 g	10	\$ 4,50	\$ 45,00
Talco Mexana 300 g	10	\$ 3,54	\$ 35,40
Gillett prestobarba excel hombre	30	\$ 1,30	\$ 39,00
Gillett prestobarba excel mujer	30	\$ 1,30	\$ 39,00
Afeitadora xtreme triple hoja	30	\$ 1,40	\$ 42,00
Dermocosméticos			
Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Nivea body milk 125ml	10	\$ 3,13	\$ 31,30
Nivea body con avena 200ml	8	\$ 2,95	\$ 23,60
Johnson crema líquida avena 200ml	8	\$ 3,29	\$ 26,32
Dove crem piel extra seca 200ml	8	\$ 3,68	\$ 29,44
Pons bio-hidratante 100g	8	\$ 5,12	\$ 40,96
Pons crem original 45 g	8	\$ 2,76	\$ 22,08
Pons crem clarant B3 50g	8	\$ 2,75	\$ 22,00
Sundown fps 15 120 ml	5	\$ 14,00	\$ 70,00
Sundown fps 20 120 ml	5	\$ 16,00	\$ 80,00
Sundown fps 30 120 ml	8	\$ 19,00	\$ 152,00
Productos para bebé			
Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Pañales Huggies natural care recién nacido x 20	5	\$ 4,21	\$ 21,05
Pañales Huggies natural care pequeño x 18	5	\$ 4,89	\$ 24,45
Pañales Huggies natural care mediano x 16	5	\$ 5,12	\$ 25,60
Pañales Huggies natural care grande x 24	5	\$ 10,82	\$ 54,10
Pañales Huggies natural care xgrande x 22	5	\$ 9,98	\$ 49,90
Pañal Pannolini pequeño x 10	5	\$ 2,56	\$ 12,80
Pañal Pannolini mediano x 10	5	\$ 2,80	\$ 14,00
Pañal Pannolini grande x 10	5	\$ 3,12	\$ 15,60
Pañal Pannolini xgrande x 10	5	\$ 3,59	\$ 17,95
Shampoo manzanilla Para mi bebé 100cc	8	\$ 2,12	\$ 16,96
Shampoo Para mi bebé miel y avena 100cc	8	\$ 2,12	\$ 16,96
Angelino Shampoo Aloe vera 50 cc	8	\$ 1,63	\$ 13,04
Aceite Johnson original 100ml	10	\$ 2,28	\$ 22,80
Para mi bebé aceite manzanilla 100cc	10	\$ 2,13	\$ 21,30
Colonia Johnson para dormir 200ml	8	\$ 3,24	\$ 25,92
Colonia Para mi bebé fresca 100ml	8	\$ 2,51	\$ 20,08
Talco Johnson original 200g	10	\$ 2,33	\$ 23,30
Talco Para mi bebé 150g	10	\$ 2,52	\$ 25,20
Pañitos familia pequeños aloe vera 50 uni.	10	\$ 3,39	\$ 33,90
Huggies pañitos húmedos active fresh 80 uni	10	\$ 6,50	\$ 65,00
Lacti respirable gel x 8 uni	5	\$ 2,91	\$ 14,55
Carlitos extractor de leche	3	\$ 2,10	\$ 6,30
Nido fórmula láctea de crecimiento 400g	8	\$ 7,10	\$ 56,80
Nido complemento crecimiento 900 g	5	\$ 16,50	\$ 82,50
Nan 1 pro t 400g	4	\$ 18,01	\$ 72,04
Nan 1 pro t 1100g	3	\$ 44,10	\$ 132,30
Cerelac 5 cereales 400g	8	\$ 6,50	\$ 52,00
Enfamil 2 premium 900 g	2	\$ 40,00	\$ 80,00

Enfamil 1 premium 400 g	5	\$ 20,00	\$ 100,00
Biberón Pigeon 240 ml	5	\$ 10,20	\$ 51,00
Biberón Carlitos 8 oz	5	\$ 2,66	\$ 13,30
Biberón Classic plus 120ml	5	\$ 7,40	\$ 37,00
Chupones Avent x2	5	\$ 5,26	\$ 26,30
Chupones Avent Blister	5	\$ 7,20	\$ 36,00
Fisher Price mordedor	5	\$ 6,35	\$ 31,75
Productos Naturales			
Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Prostamen Jarabe x 500 ml	3	\$ 15,00	\$ 45,00
Hepalive Jarabe x 500 ml	5	\$ 15,00	\$ 75,00
Eucamiel Jarabe 240 ml	8	\$ 11,00	\$ 88,00
Vita Toro Jarabe x 500 ml	8	\$ 14,00	\$ 112,00
Osteolive caja x 30 cápsulas	10	\$ 18,00	\$ 180,00
Gel analgésico antiinflamatorio Garden	15	\$ 9,00	\$ 135,00
Pankreolive caja x 40 cápsulas	10	\$ 12,00	\$ 120,00
Passilive caja x 40 cápsulas	8	\$ 10,00	\$ 80,00
Venoflash caja x 30 cápsulas	8	\$ 12,00	\$ 96,00
Abejalín fco. X 2 60g	8	\$ 15,00	\$ 120,00
Ovarina fco. X 40 cápsulas	10	\$ 15,00	\$ 150,00
Omega 3 Fco.	8	\$ 12,20	\$ 97,60
Ozovit polvo 100g	3	\$ 17,00	\$ 51,00
Carnitine liquid fco. 355ml	3	\$ 18,00	\$ 54,00
Neurapas tab. Recubiertasx 100	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Glucosamine Plus MSM fco. X 90 cáps	3	\$ 25,00	\$ 75,00
Coenzyme Q10 premium fco x 30 cáps	5	\$ 10,00	\$ 50,00
Calostro + Vita c caja	8	\$ 5,00	\$ 40,00
Protein isolete vainilla	2	\$ 28,00	\$ 56,00
Propóleo en miel fco. 120ml	10	\$ 9,00	\$ 90,00
Sangre de Drago gotero 30ml	8	\$ 3,00	\$ 24,00
Valeriana gotero 30ml	10	\$ 2,00	\$ 20,00
Shampoo ortiga y uña de gato 500mg	4	\$ 12,00	\$ 48,00
Total			\$ 27.892,08

Elaborado por: Sofía Gavilanes

Fuente: Consejo Nacional de Fijación y Revisión de Precios de Medicamentos de Uso y Consumo Humano- Varios proveedores

REFERENCIAS

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2015). Guía de usuario. *Buenas prácticas de recepción, almacenamiento y dispensación de medicamentos en farmacias y botiquines*. Recuperado de http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/04/GE-D.2.1-EST-05_GUIA_DISPENSACION_SOCIALIZACI%C3%93N.pdf
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2016). *Autorización de apertura de farmacia o botiquín*. Recuperado de <http://www.controlsanitario.gob.ec/autorizacion-de-apertura-de-farmacia-o-botiquin/>
- Ayala, M. (2014). El mercado farmacéutico en el Ecuador: diagnóstico y perspectiva. *Escuela de Postgrado de Administración de Empresas de la ESPOL*. Recuperado de <http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/articulos/ElMercadoFarmaceuticoenelEcuadorDiagnosticoyPerspectiva.pdf>
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México D.F.: Mc Graw Hill. Recuperado de

<https://loslibrosquenecesitogratis.files.wordpress.com/2016/05/1-gabriel-baca-urbina-evaluacion-de-proyectos-6ta-edicion-2010.pdf>

Banco Central del Ecuador. (2016). *Publicaciones de Banca Central*. Recuperado de <http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/756>

Banco Mundial. (2016). *Indicadores*. Recuperado de <http://datos.bancomundial.org/indicador>

BanEcuador. (2016). *Crédito a Emprendedores*. Recuperado de <http://www.banecuador.fin.ec/a-quien-financiara/credito-emprendimientos/>

Borja, C. (2008). *¿Qué es gestión comercial?*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/que-es-gestion-comercial/>

Borja, D., Carreño, V & Ortega, G. (2016). 500 mayores empresas del Ecuador. *Vistazo*, 140-142. Recuperado de <http://vistazo.com/seccion/proyectos-especiales/500empresas>

Bósquez Remache, M. S. (2012). *Estudio de factibilidad para la creación de un farmacia municipal en la parroquia de Tabacundo del cantón Pedro Moncayo* (Tesis de ingeniería). Universidad Central del Ecuador, Escuela de Contabilidad y Auditoría, Quito, Ecuador. Recuperado de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1155/1/T-UCE-0003-163.pdf>

Cazar Pulles, T. A. (2014). *Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia comunitaria en la parroquia La Esperanza del cantón Ibarra, provincia de Imbabura* (Tesis de ingeniería). Universidad Técnica del Norte, Escuela de Administración, Ibarra, Ecuador. Recuperado de

<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/4372/1/02%20ICO%20460%20TESIS.pdf>

Chicas, C. (2008). *¿Qué es un modelo de gestión administrativa?*. Recuperado de <http://www.wisis.ufg.edu.sv/www.wisis/documentos/TE/352.0072-C277d/352.0072-C277d-Capitulo%20I.pdf>

Consejo Nacional de Fijación y Revisión de Precios de Medicamentos de Uso y Consumo Humano. (2015). Lista de precios techo de medicamentos estratégicos y registrados. Recuperado de http://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2012/10/resolucion_no._10_lista_de_precios_techo.pdf

Consejo Nacional de Salud. (2009). *Cuadro Nacional de Medicamentos Básicos* (7ma revisión). Quito: Fesaecuador.

El Universo. (2016). *La inflación de marzo, la más baja en 8 años*. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/noticias/2016/04/07/nota/5508879/inflacion-marzo-mas-baja-8-anos>

Empresa Pública Metropolitana de Gestión. (2016). *LUAE*. Recuperado de <http://www.quito-turismo.gob.ec/nuestros-servicios/obtenga-la-luae>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2016). *Compendio estadístico*. Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/compendio-estadistico-2014/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2016). *Plataforma Sí Emrende*. Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/si-emrende/>

Ley Orgánica de Salud. (2006). *Capítulo V: De los establecimientos farmacéuticos.*

Recuperado de <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/04/LEY-ORGANICA-DE-SALUD1.pdf>

Los consumidores, clientes y usuarios. (s.f.). Recuperado el 28 de mayo de 2016, de <http://assets.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448175840.pdf>

Mata, G. (2008). *Las barreras para la entrada de competidores potenciales a los sectores de actividad y su influencia en la posibilidad de obtener beneficios en los mismos.* Recuperado de <http://gustavomata.com/wp-content/uploads/2008/11/microsoft-word-las-barreras-de-entrada-al-acceso-de-cometidores-potenciales.pdf>

Maturana, G. (2010). La oferta y la demanda. *Universidad de Chile.* Recuperado de https://www.ucursos.cl/usuario/fb350bc1c5f2284f920c96b0255cfe29/mi_blog/r/2-Conceptos_basicos_de_oferta_y_demanda.pdf

Ministerio del Interior. (2016). *Ecuador presenta un índice de homicidios debajo del promedio de la región y menor al de varias ciudades de los Estados Unidos.* Recuperado de <http://www.ministeriointerior.gob.ec/ecuador-presenta-un-indice-de-homicidios-debajo-del-promedio-de-la-region-y-menor-al-de-varias-ciudades-de-los-estados-unidos/>

Ministerio de Salud Pública. (2015). *Reglamento de Control y Funcionamiento de Establecimientos Farmacéuticos.* Recuperado de http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/03/acuerdo_ministerial_813.pdf

-
- Morcillo, P. (2016). Tamaño del proyecto. *Formulación y evaluación de proyectos de ingeniería*. Recuperado de
file:///C:/Users/Sofy/Downloads/N%C2%B0%2011_Tama%C3%B1o%20del%20Proyecto.pdf
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2016). *Patente municipal*.
Recuperado de
<https://pam.quito.gob.ec/SitioMovil/DetalleTramite.aspx?Tramite=233>
- Orjuela, S. & Sandoval, P. (2002). Guía del estudio de mercado para la evaluación de proyectos. *Universidad de Chile*. Recuperado de
<https://emprendeunefa.files.wordpress.com/2008/09/guia-del-estudio-de-mercados-para-la-evaluacion-de-proyectos.pdf>
- Pibernat, L., Ventura, L. & Silva, M. (2013). La farmacia comunitaria: atención en salud y pluralismo asistencial. *Researchgate*. Recuperado de
https://www.researchgate.net/profile/Laia_Pibernat_Mir/publication/258597471_La_Farmacia_comunitaria_atencion_en_salud_y_pluralismo_asistencial/links/00b49528b48a756734000000.pdf
- Rodríguez, A. (2012). *Antología Comportamiento del consumidor*. Recuperado de
<http://www.hacienda.go.cr/cifh/sidovih/uploads/archivos/Articulo/Comportamiento%20del%20consumidor.pdf>
- Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda. (2016). *Población e indicadores en la administración zonal La Delicia según barrio-sector*. Recuperado de
http://sthv.quito.gob.ec/images/indicadores/Barrios/demografia_barrio10.htm
-

-
- Servicio de Rentas Internas. (2016). *¿Cómo obtengo mi RUC?*. Recuperado de http://www.sri.gob.ec/DocumentosAlfrescoPortlet/descargar/15ff874a-617f-49c6-8c53-d4811d78f570/Triptico+03+Obtener+mi+RUC_web.pdf
- Torres, C. (2012). *Gestión operativa de las organizaciones*. Recuperado de <http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com/2012/12/que-es-las-gestion-operativa.html>
- Vallejos, O. (s.f.). *Introducción a internet*. Recuperado de <http://ing.unne.edu.ar/pub/internet.pdf>
- Vásquez Borja, M. E. (2015). *Estudio de factibilidad para la apertura de la primera sucursal de "Farmacia Inglesa" en el Distrito Metropolitano de Quito* (Tesis de ingeniería). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Quito, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/8953>