CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA INDEPENDIENTE EN LA PARROQUIA DE QUITUMBE, SECTOR DE SAN MARTÍN DE PORRES, DMQ, PERIODO 2017.

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

Autora: Viviana Mishelle Orellana Flores

Tutor: Lcdo. Marcelo Morocho Msc.

Octubre - 2017

TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"

ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 20 de Septiembre del 2017

El equipo asesor del trabajo de Titulación de la Srta. **ORELLANA FLORES VIVIANA MISHELLE** de la carrera de **ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS** cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA INDEPENDIENTE EN LA PARROQUIA DE QUITUMBE, SECTOR DE SAN MARTIN DE PORRES, DMQ, PERIODO 2017**.Una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la Institución.

Lcdo. Marcelo Morocho
Tutor del Proyecto

Lcdo. Romer Pichardo
Lector del Proyecto

Dr. Jorge López
Director de Escuela
Adm. Boticas y Farmacias

Ing. Galo Chaneros
Coordinador de la Unidad de Titulación

Matriz:
Av. de la Prensa N45-268 y Logroño
Teléfono: 2259460 / 2269900
E-mail: instituto@cordillera.edu.ec
Pág. Web.www.cordillera.edu.ec
Quito - Ecuador

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

Campus 2:
Bracamoros N15-153 y
Yacuambi (esq.)
Telf.: 2262041

Campus 3:
Av. Brasil N46-45 y
Zamora
Telf.: 2246036

Campus 4:
Yacuambi
Oe2-36 y
Bracamoros

Declaratoria

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

Viviana Mishelle Orellana Flores

CC.: 172337993-7

Licencia de uso no comercial

Yo, Viviana Mishelle Orellana Flores portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **172337993-7** de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: "En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.", otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA**

CREACIÓN DE UNA FARMACIA INDEPENDIENTE EN EL SECTOR SAN MARTÍN, D.M.Q., PERIODO 2017-2017.con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA _____

NOMBRE Viviana Mishelle Orellana Flores

CEDULA 172337993-7

Quito, Octubre 2017

Agradecimiento

Agradezco a mi Padre Celestial Dios por ser quien me brinda un día más de vida y me bendice en cada uno de ellos, abriéndome camino hacia el éxito de la culminación de mi carrera.

A todo el Cuerpo Docente del Instituto Tecnológico Superior "Cordillera", quienes me han instruido con conocimientos de carácter profesional enseñándome la importancia de ser damas y caballeros con principios y valores, que nos servirán en el ámbito laboral y el más importante la vida.

Un sincero agradecimiento a mi tutor Lcdo. Marcelo Morocho Msc. Quien con paciencia y persistencia ha estado dirigiéndome para concluir con éxito mi proyecto.

Agradezco a toda mi familia en especial a mis padres, por ser las personas que con su amor, perseverancia, optimismo y comprensión diaria nunca me han dejado sola y siempre me han impulsado para seguir mis metas propuestas.

Gracias Laura Flores y Luis Orellana.

Dedicatoria

La presente Tesis les dedico a mis padres que a través de su ejemplo, persistencia y amor me enseñaron a ser perseverante en la vida.

A mi hermano José Luis y a su esposa Paola por sus consejos y apoyo que me brindaron incondicionalmente.

A mi hermano Ronny por su comprensión y paciencia diaria para lograr mi objetivo.

A mis sobrinos Josías y Benjamín quienes son muy importantes en mi vida.

A mi ángel del cielo, mi abuelita que con su amor constante y su papel de mi segunda madre me apoyo hasta el último día de su vida.

Y a mi gran amigo incondicional Diego, quien siempre ha tenido las palabras claves para incentivarme a pesar de los obstáculos que existen en el camino. Este nuevo logro se lo debo a muchas personas, he logrado concluir con éxito esta gran meta, un proyecto que cuando lo inicie pensé que iba hacer inalcanzable, han pasado ya 3 años y aquí estoy, infinita gracias a mi familia, amigos, docentes, quienes han contribuido para concluirlo.

Resumen Ejecutivo

La creación de este proyecto consiste en determinar la viabilidad de una farmacia independiente en el Barrio San Martin de Porres en la Parroquia de Quitumbe, pensando en el beneficio de la población del Sector ya que se brindara un buen servicio, productos farmacéuticos e insumos médicos de primera n calidad en conjunto de personal calificado para la dispensación y expendio a precios accesibles.

Para lo cual se realizó un estudio a través de la encuesta por consiguiente nos permitió identificar las necesidades insatisfechas de los demandantes, los beneficiarios directos, la localización optima del negocio con excelentes instalaciones para posicionarnos en el mercado.

Por ende para la ejecución del mismo se necesitara de $ 37100,61 los cuales estarán distribuidos en la capacidad óptima, publicidad, sueldos servicios básicos.

De manera que para verificar la factibilidad del proyecto se utilizó los indicadores financieros los cuales comprobaron que el proyecto será rentable, generando recursos y aportando el desarrollo del país con plazas de trabajo.

Abstract

The creation of this project consists in determining the viability of an independent pharmacy in the Barrio San Martin de Porres in the Parish of Quitumbe, thinking about the benefit of the population of the Sector and to provide a good service, pharmaceuticals and medical supplies of first quality in the whole of qualified personnel for dispensing and selling at affordable prices.

For which a study was carried out through the survey, therefore we were able to identify the unmet needs of the applicants, the direct beneficiaries, the optimal location of the business with excellent facilities to position ourselves in the market.

Therefore for the execution of the same will be required $ 37,100.61 which will be distributed in the optimal capacity, advertising, basic services salaries.

So, to verify the feasibility of the project, the financial indicators were used which proved that the project will be profitable, generating resources and contributing the development of the country with places of work.

Índice

Declaratoria iii
Licencia de uso no comercial iv
Agradecimiento vi
Dedicatoria vii
Resumen Ejecutivo viii
Abstract ix
Índice de Tablas xiv
Índice de Figuras xvii
Capítulo I 18
1.01 Justificación 18
1.02 Antecedentes 20
Capítulo II 22
2.01 Ambiente Externo 22
2.01.01 Factores económicos. 22
2.01.02 Factor social 30
2.01.03 Factor Legal 36
2.01.04 Factor Tecnológico 45
2.02 Entorno Local 46
2.02.01 Las Cinco Fuerzas de Porter 46
2.03 Análisis Interno 52
2.03.01 Cadena de valor. 52
2.03.02 Gestión Administrativa 63
2.03.03 Gestión Operativa 64
2.03.04 Gestión Comercial 66
2.04 Análisis FODA 74
2.04.01 Matriz MEFI 77
2.04.02 Matriz MEFE 79
2.04.03 Matriz MAFE 81
2.04.04 Matriz MCPE 84

Capítulo III 88
3.01 Análisis Del Consumidor 88
3.01.01 Determinación de la población y muestra 89
3.01.02 Técnicas de obtención de información 94
3.01.03 Análisis de la información 94
3.02 Oferta 109
3.02. 01 Oferta histórica. 110
3.02. 02 Oferta actual. 110
3.02. 03 Oferta proyectada 111
3.03 Oferta de productos sustitutos 112
3.03. 01 Oferta histórica de productos sustitutos 112
3.03. 02 Oferta actual de productos sustitutos 113
3.03. 03 Oferta proyectada de productos sustitutos 115
3.04 Oferta global 115
3.05 Demanda 116
3.05.01 Demanda histórica. 116
3.05.02 Demanda actual 118
3.05.03 Demanda proyectada. 119
3.06 Balance oferta-demanda 120
3.06. 01 Balance actual. 120
3.06.02 Balance proyectado. 121
Capitulo IV 122
4.01 Tamaño del Proyecto 122
4.01 .01 Capacidad instalada 122
4.01.02 Capacidad óptima 126
4.02 Localización 128
4.02.01 Macro localización 129
4.02.02 Micro –localización 130
4.02.03 Localización óptima 131
4.03 Ingeniería del Producto 132

4.03.01 Definición del B y S 133
4.03.02 Distribución de planta 133
4.03.03 Proceso productivo 134
4.03.04 Muebles y Equipos. 147
Capítulo V 149
5.01 Ingresos operacionales y no operacionales 149
5.02 Costos y gastos 150
5.02.01 Costos directos 150
5.02.02 Costos indirectos 152
5.02.02 Gastos administrativos 152
5.02.03 Gastos de ventas 155
5.02.04 Gastos financieros 159
5.02.05 Costos fijos y variables. 160
5.03 Inversiones 161
5.03.01 Inversión Fija 161
5.03.02 Capital de trabajo. 164
5.03.03 Fuentes de financiamiento 165
5.03.04 Amortización. 167
5.03.05 Depreciaciones. 169
5.03.06 Estado de Situación Inicial. 170
5.03.07 Estado de Resultados proyectado (a cinco años). 172
5.03.08 Flujo de caja. 173
5.03 Evaluación 174
5.04.01 Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR). 174
5.04.02 Valor actual neto (VAN). 175
5.04.03 Tasa interna de rendimiento (TIR). 176
5.04.04 Periodo de recuperación de la inversión (PRI). 177
5.04.05 Relación beneficio costo (RBC). 177
5.04.06 Punto de equilibrio. 178
5.04.07 Análisis de índices financieros. 181

Capítulo VI 182
6.01 Impacto Ambiental 182
6.02 Impacto Económico 182
6.03 Impacto Productivo 182
6.04 Impacto Social 183
Capítulo VII 184
7.01 Conclusiones 184
7.02 Recomendaciones 185
ANEXOS 187
Anexo Nº 1 188
Anexo N°2 191
Referencias Bibliográficas 195

Índice de Tablas

Tabla 1. *Inflación en el Ecuador* 23
Tabla 2 *PBI (Producto Interno Bruto)* 24
Tabla 3.*PBI del sector Salud* 25
Tabla 4. *Tasa de interes Activae interes Activa* 27
Tabla 5. *Tasa de interes Pasiva* 28
Tabla 6. *Desempleo en ele Ecuador* 31
Tabla 7. *Poblacion Economica Activa (PEA)* 32
Tabla 8. *Tasa de crecimiento poblacional* 34
Tabla 9. *Pobreza del Ecuador* 35
Tabla 10. *Población Barrio San Martin* 48
Tabla 11. *Logistica Interna* 54
Tabla 12. *Operaciones* 55
Tabla 13. Logistica Externa 55
Tabla 14. *Marketing y ventas* 56
Tabla 15. *Servicios post venta* 56
Tabla 16. *Abastecimiemto* 57
Tabla 17. *Desarrollo de la tecnologia* 58
Tabla 18. *Recursos Humanos* 58
Tabla 19. *Infraestructura* 59
Tabla 20. *Propuesta estrategicaesta estrategica* 66
Tabla 21. *Promociones* 66
Tabla 22. *Colorimetria* 70
Tabla 23.*Analisis FODA* 76
Tabla 24. *Matriz MEFI* 78
Tabla 25. *Matriz MEFE* 80
Tabla 26 *Matriz. MAFE* 82
Tabla 27. *Matriz MCPE* 85
Tabla 28. *Analisis del Consumidor* 88
Tabla 29. *Elementos para el cálculo de la muestra.* 92
Tabla 30. *Nivel de Confianza* 93
Tabla 31 *Calculo de la Muestra* 93
Tabla 32. *¿Qué productos adquiere con mayor frecuencia en una farmacia?* 95
Tabla 33 *¿Al realizar una como en una Farmacia que atributos toma más en cuenta?* 96
Tabla 34. *Con que facilidad encuentra un medicamento en la farmacia de su Barrio?* 97

Tabla 35. *¿Cuáles son los servicios que le gustaría recibir de una Farmacia?* 99
Tabla 36. *¿Se encuentra satisfecho con el servicio que recibe de las Farmacias del Sector?* 100
Tabla 37. *¿Qué horario le gustaría que atendiera una farmacia?*..... 101
Tabla 38. *¿Cuánto invierte usted en medicamentos farmacéuticos mensualmente?* 103
Tabla 39. *¿Qué medicamentos consume usted?* 104
Tabla 40. *¿Utilizaría usted los productos de una nueva farmacia en el sector, que brindara los beneficios que usted necesita?*..... 106
Tabla 41. *¿Consume productos naturales?*..... 107
Tabla 42. *En caso de que su respuesta en la pregunta anterior haya sido afirmativa, indique ¿En qué establecimiento compra productos naturales?* 108
Tabla 43. *Oferta Histórica* 110
Tabla 44. *Oferta Actual*..... 111
Tabla 45. *Oferta proyectada*..... 112
Tabla 46. *Oferta histórica de productos sustitutos*..... 113
Tabla 47. *Oferta actual de productos sustitutos (SUN NATURAL)* 114
Tabla 48. Oferta proyectada de productos sustitutos..... 115
Tabla 49. *Oferta global actual* 115
Tabla 50. *Oferta global proyectada*..... 116
Tabla 51. Inflación y tasa de crecimiento poblacional..... 117
Tabla 52. *Demencia Histórica*..... 117
Tabla 53. *Promedio de consumo mensual*..... 118
Tabla 54. *Demanda actual* 118
Tabla 55. *Demanda proyectada*..... 119
Tabla 56. *Balance actual*..... 120
Tabla 57. *Balance proyectado*..... 121
Tabla 58. *Capacidad Óptima* 127
Tabla 59. *Gastos de sueldos y beneficios sociales* 128
Tabla 60. *Localización óptima* 131
Tabla 61 *Muebles y enseres*..... 147
Tabla 62 *Equipo de oficina* 148
Tabla 63 *Equipo de computación* 148
Tabla 64 *Ingresos Operacionales*..... 149
Tabla 65 *Materia Prima*..... 151
Tabla 66 *Mano de obra Directa* 151
Tabla 67 *Costo Indirecto*..... 152

Tabla 68 *Gastos Administrativos* 153
Tabla 69 *Permisos de Funcionamiento* 153
Tabla 70 *Servicios Básicos, Teléfono e internet* 154
Tabla 71 *Suministro de Oficina* 154
Tabla 72 *Útiles de aseo* 155
Tabla 73 *Gastos de ventas* 155
Tabla 74 *Gastos de Promoción y Publicidad* 156
Tabla 75 *Gastos de Promoción y Publicidad por inauguración* 156
Tabla 76 *Gastos de Promoción y Publicidad Total* 157
Tabla 77 *Presupuesto Administrador* 157
Tabla 78 *Presupuesto dependiente* 158
Tabla 79 *Sueldos Básicos 2011-2016* 158
Tabla 80 *Sueldo Básico Proyectado 2017-2022* 159
Tabla 81 *Gastos Financieros* 160
Tabla 82 *Costos Fijos y Variables* 160
Tabla 83 *Activos Fijos* 161
Tabla 84 *Activo Fijo Intangible* 162
Tabla 85 *Gastos de Constitución* 163
Tabla 86 *Capital de Trabajo* 164
Tabla 87 *Caja* 164
Tabla 88 *Fuentes de Financiamiento* 165
Tabla 89 *Tabla de amortización (Préstamo Bancario)* 168
Tabla 90 *Amortización Gastos de Constitución* 169
Tabla 91 *Depreciación Muebles y Enseres* 169
Tabla 92 *Depreciación Equipo de Oficina* 170
Tabla 93 *Depreciación Equipo de Computación* 170
Tabla 94 *Estado de Situación Inicial* 171
Tabla 95 *Estado de Resultado Proyectado* 172
Tabla 96 *Flujo de Caja* 173
Tabla 97*TMAR* 174
Tabla 98 *TIR* 176
Tabla 99 *PRI* 177
Tabla 100 *Relacion Beneficio Costo* 178
Tabla 101 *Datos para el Punto de Equilibrio* 178
Tabla 102 *Datos para el Punto de Equilibrio* 179

Índice de Figuras

Figura 1 . Inflación en el Ecuador… 23
Figura 2. PBI Ecuador. 24
Figura 3. PBI del Sector de Salud. 26
Figura 4. Tasa de Interés Activa. 27
Figura 5. Tasa de Interés Pasiva. 29
Figura 6. Desempleo en el Ecuador. 31
Figura 7. Población Económicamente Activa. 33
Figura 8. Tasa de crecimiento Poblacional. 34
Figura 9. Pobreza 35
Figura 10. Cinco Fuerzas de Porter 47
Figura 11. Gestión Administrativa 63
Figura 12. Publicidad Móvil. 67
F*igura 13*. Toma todo personalizado 67
Figura 14. Globo personalizado. 68
Figura 15. Logotipo. 68
Figura 16. Isotipo de la Farmacia “Pharma Vitality” 69
Figura 17. Eslogan 70
*Figura 18.*Volante (publicidad móvil) 73
Figura 19. Globo personalizado. 74
Figura 20. FODA. 75
Figura 21. Clasificación del Muestreo. 90
Figura 22. Pregunta 1 de la encuesta realizada a los habitantes del Barrio San Martín de Porres. 95
Figura 23. Pregunta 2 de la encuesta realizada a los habitantes del Barrio San Martín de Porres. 97
Figura 24. Pregunta 3de la encuesta realizada a los habitantes del Barrio San Martín de Porres. 98
Figura 25. Pregunta 4 de la encuesta realizada a los habitantes del Barrio San Martín de Porres. 99
Figura 26. Pregunta 5 de la encuesta realizada a los habitantes del Barrio San Martín de Porres. 100
Figura 27. Pregunta 6 de la encuesta realizada a los habitantes del Barrio San Martín de Porres. 102
Figura 28. Pregunta 7 de la encuesta realizada a los habitantes del Barrio San Martín de Porres. 103

Figura 29. Pregunta 8 de la encuesta realizada a los habitantes del Barrio San Martín de Porres. 105
Figura 30. Pregunta 9 de la encuesta realizada a los habitantes del Barrio San Martín de Porres. 106
Figura 31. Pregunta 10 de la encuesta realizada a los habitantes del Barrio San Martín de Porres. 107
Figura 32. Pregunta 11 de la encuesta realizada a los habitantes de la población de San Martín de Porres....109
Figura 33. Macro localización parroquia Quitumbe. 129
Figura 34. Micro localización Barrio San Martin de Porres. 130
Figura 35. Localización Óptima. 132
Figura 36. Distribución de planta 134
Figura 37. Aprovisionamiento....137
Figura 38. Adquisición. 138
Figura 39. Almacenamiento y Distribución. 139
Figura 40. Control de inventario. 141
Figura 41. Proceso de Recepción. 143
Figura 42. Proceso de Perchado 144
Figura 43. Proceso de Dispensación – Expendio 145
Figura 44. Proceso de Factura. 146
Figura 45. Fuentes de Financiamiento para el proyecto....166
Figura 46. Fuentes de Financiamiento. 173
Figura 47. Descripción del punto de equilibrio……..…....180

Capítulo I

1.01 Justificación

Debido a que en el Barrio San Martin de Porres, parroquia Quitumbe no cuenta con el número suficiente de farmacias para satisfacer las necesidades, urgencias y preferencias que su población requiere conforme al estudio real realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y censos (INEC) en el año 2013; el cual nos indica que en la zona existe un promedio de tres mil (3000) habitantes ; sector en el cual solamente existe una farmacia la misma que no cuenta con el stock suficiente y un servicio no adecuado, por ende esto se ve reflejado en la demanda insatisfecha de productos farmacéuticos, medicinas e insumos médicos en la zona.

Por lo tanto en beneficio de los habitantes del Sector de San Martin de Porres es importante el desarrollo de este proyecto ya que el presente tema influirá frente a la realidad existente en el Barrio, el mismo que vendrá a constituir un complemento para solucionar en parte las necesidades de los moradores del sector.

Es por ello que se plantea como alternativa de solución a los problemas que la zona tiene por la falta de una farmacia que provea medicinas, insumos médicos, productos de calidad y a cómodos precio con una adecuada atención. Conociendo que la salud es un derecho Constitucional mencionado en el Art. 32 de la Constitución de la República del Ecuador 2008, que incluye el derecho a los servicios de salud, por consiguiente al acceso a medicamentos esenciales y para beneficio y desarrollo del mismo.

La propuesta se encuentra orientada a identificar el lugar más óptimo para la instalación del proyecto, a través del estudio de mercado podremos identificar la oferta, demanda insatisfecha para poder brindar y satisfacer las necesidades, urgencias y preferencias de la población ofreciendo productos de calidad con una atención profesional adecuada realizando una dispensación de acuerdo a la prescripción médica y expendio de manera correcta conforme a las 10 reglas básicas de la atención al cliente.

1.02 Antecedentes

En Alomoto (2015) para determinar la Factibilidad para la Creación de una Farmacia Independiente, en el Barrio Francisco Yánez Sector Cotocollao DMQ; menciona en forma resumida lo siguiente:

Que mediante un estudio de mercado y encuestas aplicadas a personas, con la observación directa relacionadas con el tema del presente proyecto se determina que una de las problemáticas que aqueja al Barrio Francisco Yánez, es la de no contar con farmacias lo cual limita a los habitantes la adquisición de medicamentos, lo que les obliga a trasladarse grandes distancias para adquirir el mencionado producto.

Una vez determinado el problema se realiza una evaluación de proveedores, clientes, competencia y productos sustitutos con lo que se llega a sustentar que la creación de una farmacia en el Barrio lo cual es una oportunidad óptima para implementar una farmacia adicional a ello el proyecto se encuentra orientado a brindar bases de emprendimiento y a promover la actividad farmacéutica a través de un proceso de comercialización eficiente y eficaz , ofreciendo productos de calidad y variedad tanto en precios como en marcas de industrias farmacéuticas.

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

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.

Capítulo II

2.01 Ambiente Externo

El ambiente externo está conformado por factores que es necesario conocer, para determinar las condiciones del mercado en el cual podremos verificar los elementos que influyen de manera directa o indirecta para cumplir los objetivos de la empresa. (Leandro, Ambiente externo, 2001)

2.01.01 Factores económicos.

Los factores económicos son elementos que intervienen a incrementar la capacidad productiva de bienes y servicios de una economía, para satisfacer las necesidades de los humanos. (Carvajal, 2014)

2.01.01.01 Tasa de inflación.

La inflación es el incremento generalizado de los precios de bienes y servicio que están en el mercado en un país, los efectos que produce es la perdida adquisitiva de la moneda estos procesos son influyentes en los ciclo económicos. (BCE, 2012)

Tabla 1
Inflación en el Ecuador

INFLACIÓN EN EL ECUADOR					
AÑO	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
	4,16%	2,70%	3,67%	3,38%	1,12%

Nota: Inflación del Ecuador en los últimos 5 años. (Banco Central del Ecuador, 2016)

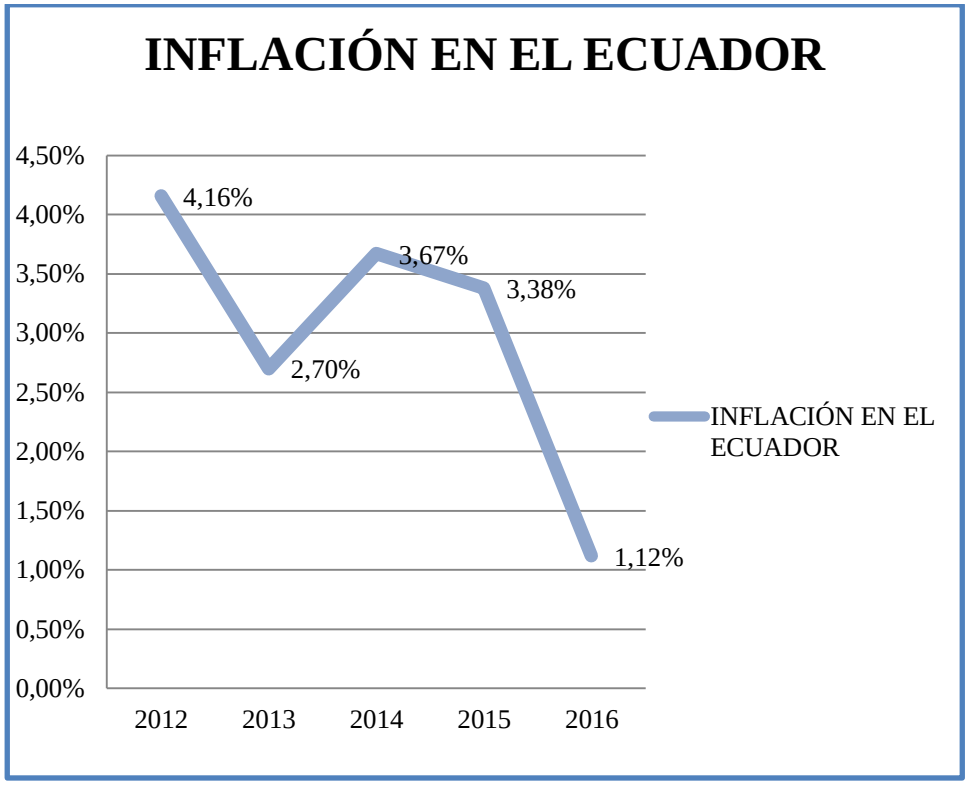


Figura 1 . Inflación en el Ecuador. (Banco Central del Ecuador, 2016)

Análisis:

Con el presente gráfico podemos determinar que la inflación anual entre el año 2012 al 2016 hubo una variación porcentual en los precios al consumidor ya que del año 2015 la inflación era del 3,38% y en el año 2016 con 1.12%, por lo tanto se puede visualizar que existió un cambio del 2.26%, lo que resulta una gran oportunidad para la creación de nuevos negocios.

2.01.01.02 Producto Interno Bruto.

Es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un período generalmente es de un año. (BCE, 2017)

Tabla 2
PIB (Producto Interno Bruto)

PRODUCTO INTERNO BRUTO					
AÑO	***2012***	***2013***	***2014***	***2015***	***2016***
%	***4,80%***	***3,55%***	***3,80%***	***3%***	***-1,90%***

Nota: PIB del Ecuador en los últimos 5 años (Banco Central del Ecuador, 2016)

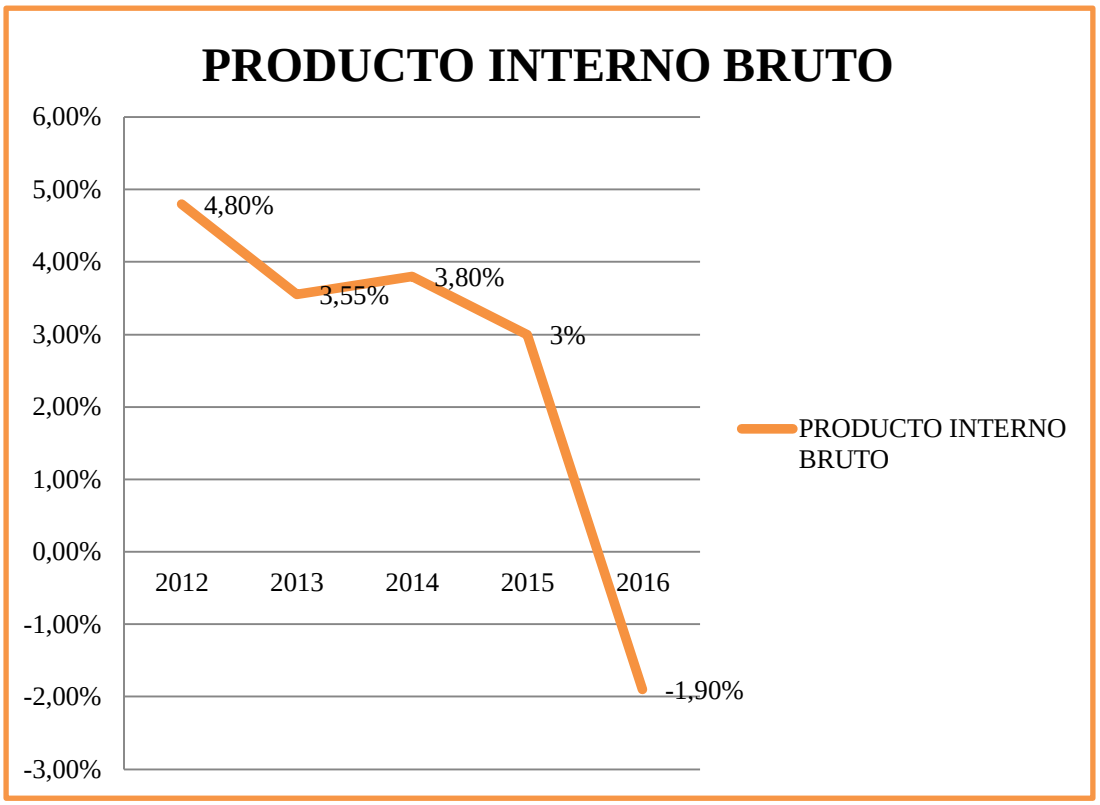


Figura 2. PBI Ecuador. (Banco Central del Ecuador, 2016)

Análisis:

Con los datos obtenidos en el Banco Central del Ecuador se evidencia un decrecimiento entre el año 2012 y 2013 a 1,3%, en el año 2014 se observa un leve crecimiento del 0,3% , en el 2015 vuelve a decrecer a 0,8%, pero en el 2016 se observa un decrecimiento con un porcentaje negativo de -1,9% , las causas por este decrecimiento económico se ratifica debido al bajo nivel de exportaciones realizadas por las empresas, por la pérdida de competencia internacional, también se pone hincapié en los últimos meses por variables internas como el desastre natural en la región costa. El factor analizado es una amenaza debido a que el país cruza momentos económicos difíciles por el crecimiento económico.

2.01.01.03. PIB del Sector Farmacéutico.

La industria farmacéutica en Ecuador tiene más de cien años de existencia, empezó como pequeños emprendimientos familiares que pasaron de preparar fórmulas magistrales a convertirse en verdaderas industrias a finales de los años 60 en el cual los habitantes realizaban la preparación de fórmulas magistrales, (Insuasti, 2014) el PIB Farmacéutico es un indicador financiero el cual nos permite evaluar la variación que ha existido en el ámbito

Tabla 3
PIB del sector Salud

	PIB SALUD				
AÑO	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
%	3,36%	3,20%	3,37%	3,38%	3,44%

Nota: PBI del sector Salud del Ecuador en los últimos 5 años. (Banco Central del Ecuador 2016)

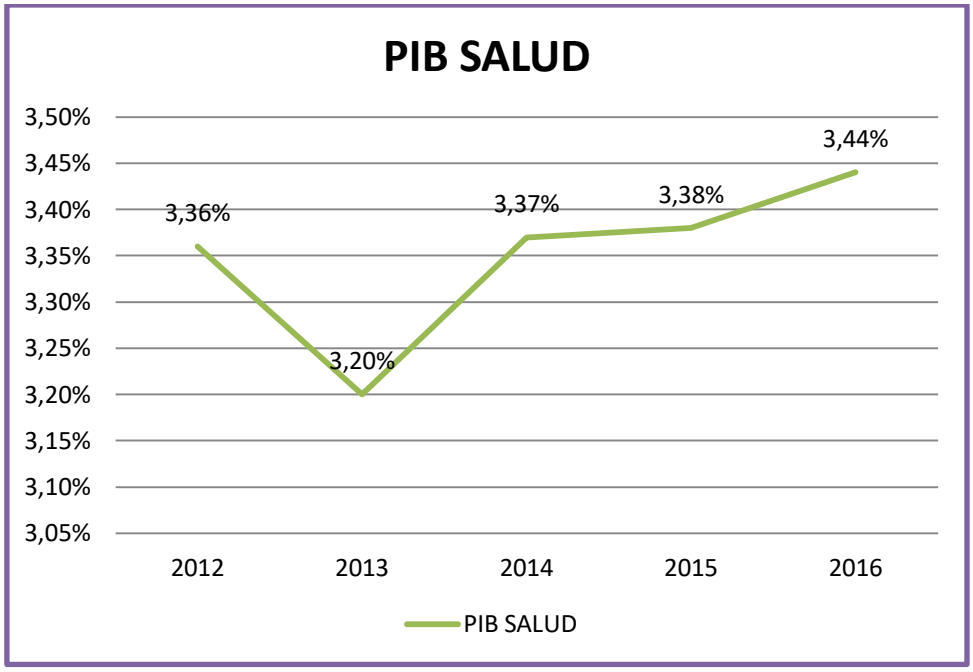


Figura 3. PBI del Sector de Salud. (Banco Central del Ecuador, 2016)

Análisis

Se puede determinar que en el año 2012 el ingreso obtenido para el sector de la salud aumentado relativamente tomando en cuenta que PIB Salud del 2014 era del 3,37% a comparación el PIB Salud 2015 con 3,38 Determinando que el factor analizado es una oportunidad para la creación de la farmacia, debido a que la población tiene gran aceptación con lo relacionado a la Salud.

2.01.01.04 Tasa de Interés.

Es el monto pagado por la institución financiera para captar recursos, así como el monto cobrado por prestar recursos (colocar). El interés es la diferencia entre la cantidad acumulada menos el valor inicial; sea que tratemos con créditos o con inversiones. (Guzmán, 2009)

2.01.01.04.01 Tasa de interés Activa o de colocación.

Es la tasa de interés que reciben los terceros financieros de las personas solicitantes de préstamos; es decir, es el valor que cobra el banco por el dinero prestado. (Superintendencia de Bancos del Ecuador, 2010)

Tabla 4
Tasa de interés Activa

AÑO	2012	2013	2014	2015	2016
Tasa de interés Activa (%)	**8,17%**	**8,17%**	**8,19%**	**9,12%**	**8,10%**

Nota: Tasa de interés Activa Ecuador en los últimos 5 años. (Banco Central del Ecuador 2016)

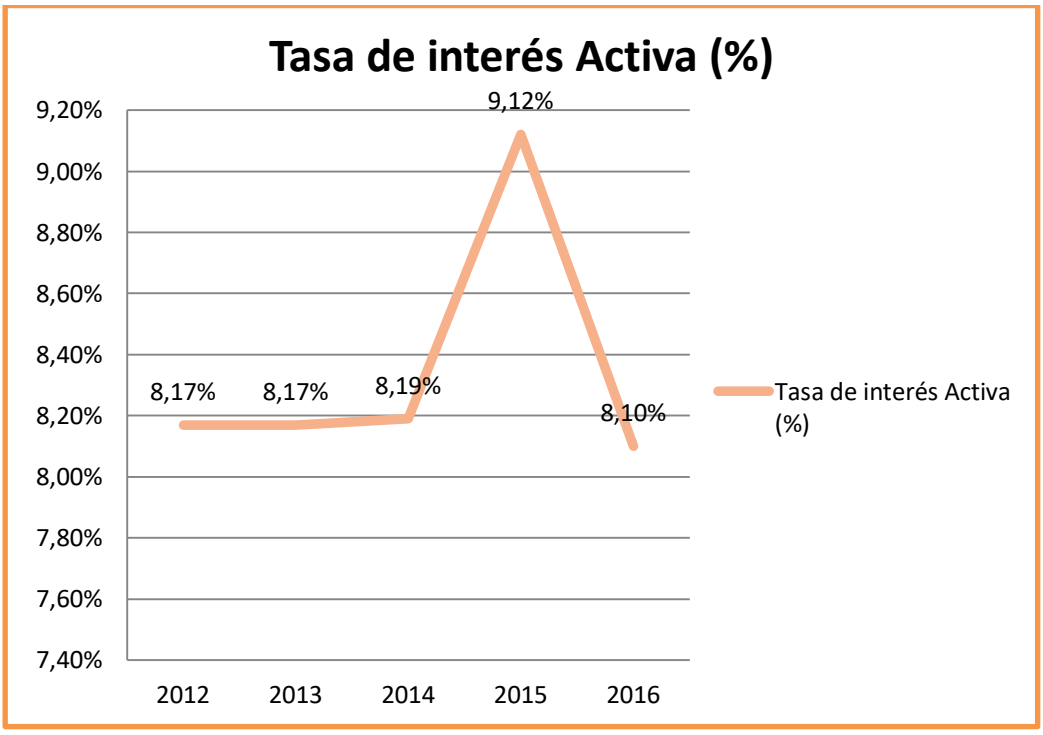


Figura 4. Tasa de Interés Activa (Banco Central del Ecuador, 2016)

Análisis:

Al comparar todos los datos de la Tasa de Interés Activa se verifica que en el 2012 y 2013 se mantiene en 8.17% en el 2014 obtiene un incremento de 0.02%, para el 2015 incrementa a 0.93%, generando una amenaza, para el 2016 se verifica una reducción de 1,02 % generando una reducción de interés en los bancos y cooperativas al realizar un préstamo determinando una oportunidad para el proyecto.

2.01.01.04.02 Tasa de interés Pasiva o de captación.

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

Tabla 5
Tasa de interés Pasiva

AÑO	2012	2013	2014	2015	2016
Tasa de interés Pasiva	**4,53%**	**4,53%**	**5,18%**	**5,14%**	**5,12%**

Nota: Tasa de interés Pasiva del Ecuador en los últimos 5 años. (Banco Central del Ecuador 2016)

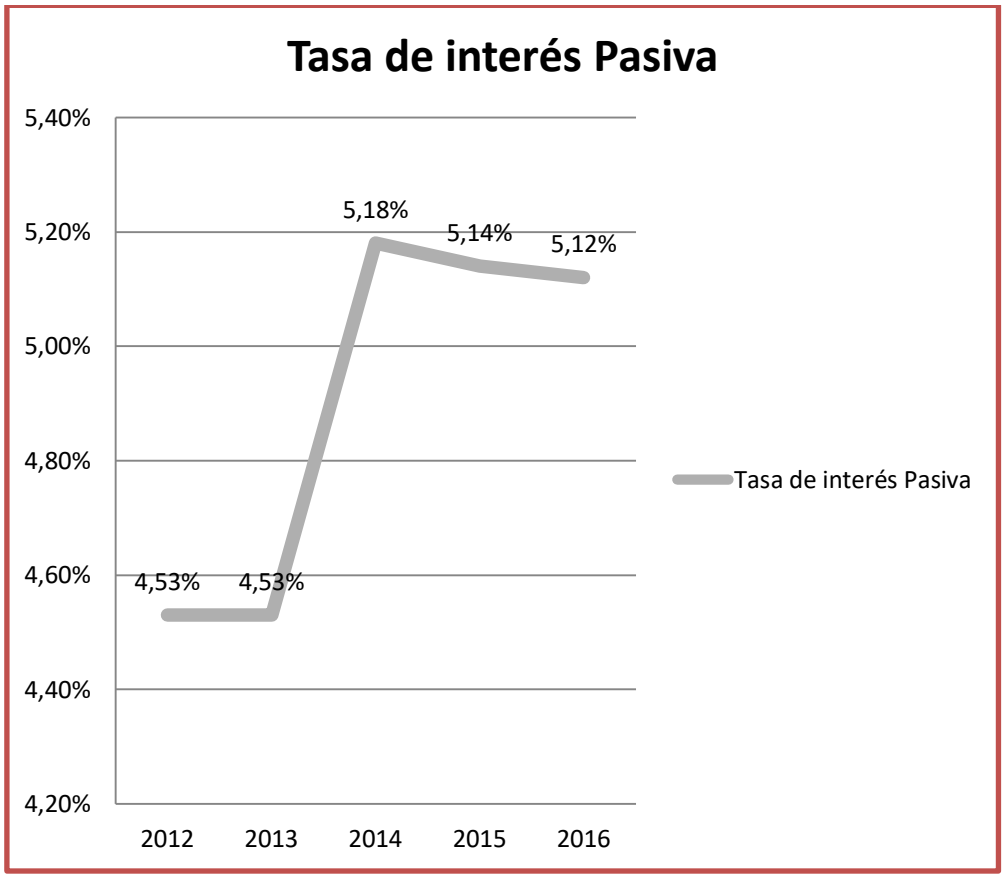


Figura 5. Tasa de Interés Pasiva. (Banco Central del Ecuador, 2016)

Análisis:

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

Determinando el factor analizado como una oportunidad para la farmacia.

2.01.01.05 Pleno Empleo

En el ámbito económico es una situación que representa a todas las personas de un país en edad laboral productiva, y que desean hacerlo, ya tienen un trabajo fijamente remunerado. (Economipedia, 2015)

2.01.01.06 Poder Adquisitivo

Es la disponibilidad de dinero para adquirir bienes y servicios por una cierta cantidad de dinero, por lo tanto está relacionado inversamente con la inflación ya que a mayor inflación menor poder adquisitivo o menor inflación mayor poder adquisitivo. (Economipedia, 2016)

2.01.02 Factor social

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

2.01.02.01 Tasa de Desempleo

El desempleo expresa el porcentaje de la población que se encuentra en edad, condición y disposición de laborar, pero carece de un lugar de trabajo. (Banco Central del Ecuador, 1990)

Tabla 6
Desempleo en el Ecuador

DESEMPLEO					
AÑO	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
%	**3,97%**	**4,57%**	**3,80%**	**4,77%**	**5,70%**

Nota: Desempleo en el Ecuador en los últimos 5 años (Banco Central del Ecuador 2016)

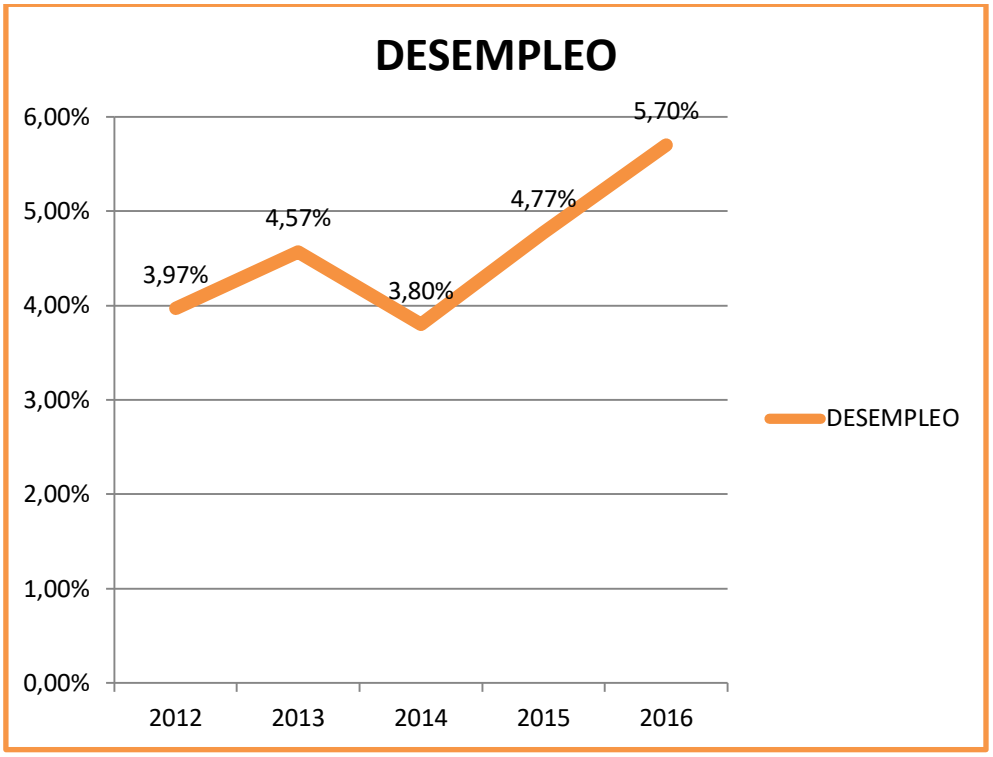


Figura 6. Desempleo en el Ecuador. (Banco Central del Ecuador, 2016)

Análisis

De acuerdo a los datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador el desempleo en el Ecuador aumentando determinando que el 2015 la tasa de Desempleo fue de 4,77% en comparación al 2016 en un 5.70% y esto se debe a que no existe la creación de puestos de trabajo o de negocios debido a la crisis

del país, generando una amenaza para el proyecto por lo cual estas personas no cuentan con dinero suficiente para adquirir un medicamento lo cual acudirán a los centros de Salud Pública en donde se les entrega la medicina básica de forma gratuita.

2.01.02.02 Población económicamente activa (PEA)

Está formada por aquellas personas que en determinado periodo de tiempo trabajaron o buscaron trabajo activamente es la fuerza de trabajo o fuerza laboral. (Caiza, 2015)

Tabla 7
Población Económicamente Activa (PEA)

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA)					
AÑO	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
N° DE PERSONAS	**7377621,00**	**7554438,00**	**7720071,00**	**7900205,00**	**8084477,00**

Nota: Población Económicamente Activa (PEA) en el Ecuador en los últimos 5 años. (Banco Central del Ecuador 2016)

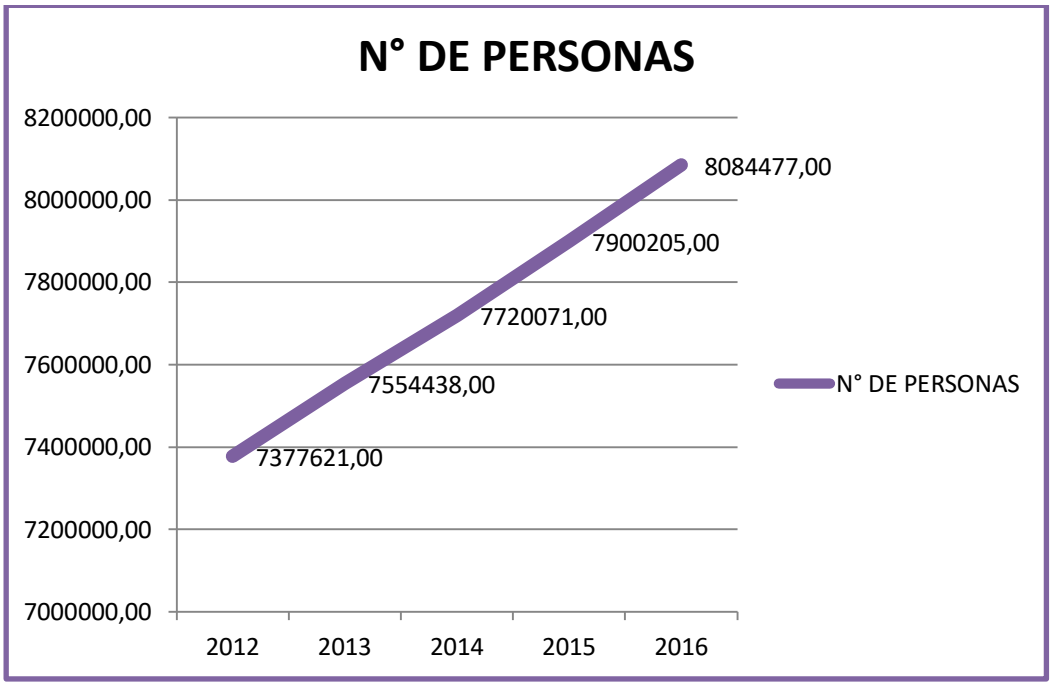


Figura 7. Población Económicamente Activa. (Banco Central del Ecuador, 2016)

Análisis:

En estos últimos años se puede observar que en el Ecuador hubo un incremento anual de la PEA; siendo una oportunidad por considerar que existirá un número elevado de personas que tendrán la potencialidad de trabajar y por lo tanto, de generar sus propios ingresos destinados al consumo , esto generara que se produzca una mayor demanda en el sector lo cual es beneficioso para el establecimiento ya que se aprovechara esto mediante promociones ofrecidas por el establecimiento para atraer al consumidor.

2.01.01.03 Tasa de crecimiento Poblacional.

Es el aumento o disminución de la población en un determinado periodo de tiempo en un país. (Banco Mundial, 2001)

Tabla 8
Tasa de crecimiento poblacional

Años	Tasa de crecimiento	Habitantes
2012	**1,61**	**15,42 millones**
2013	**1,58**	**15,66 millones**
2014	**1,56**	**15,90 millones**
2015	**1,53**	**16,14 millones**
2016	**1,56**	**16,50 millones**

Nota: Tasa de crecimiento poblacional en el Ecuador en los últimos 5 años. (Banco Central del Ecuador 2016)

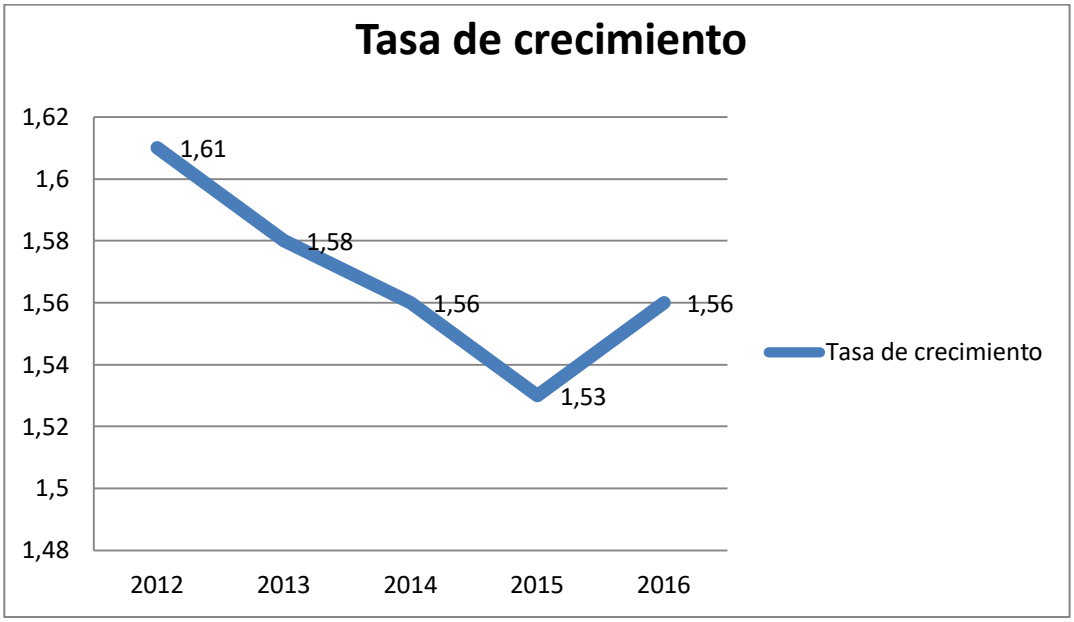


Figura 8. Tasa de crecimiento Poblacional. (Banco Central del Ecuador, 2016)

Análisis:

Se puede observar en el grafico que la tasa de crecimiento en el 2015 fue de 1,53% en comparación del 2016 en 1,56%, verificando que la población aumento en 0,03% con un total de 16 050000 millones de habitantes en el Ecuador, determinando una oportunidad para la creación de la farmacia, suponiendo que

genere ganancias para la farmacia al momento de dispensar y expender medicamentos a futuros clientes.

2.01.02.02 Pobreza del Ecuador.

Es una condición de escasez socioeconómica en un grupo determinado ya que carecen de recursos para satisfacer sus necesidades básicas. (Leandro, Pobreza, 2000)

Tabla 9
Pobreza del Ecuador

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

Nota: Pobreza del Ecuador en los últimos 5 años fuente :(Banco Central del Ecuador 2016)

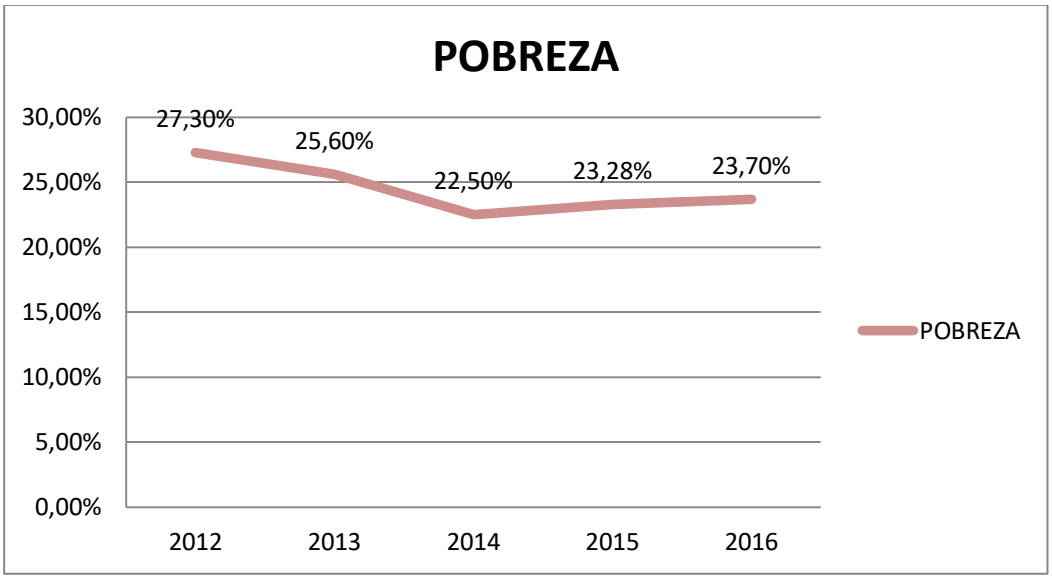


Figura 9. Pobreza (Banco Central del Ecuador, 2016)

Análisis:

Se puede observar que la pobreza desde el año 2012 al 2014 ha reducido; sin embargo, en los años siguientes existe un aumento lo cual es una amenaza para la apertura de una nueva farmacia ya que limita el acceso a los productos farmacéuticos e insumos médicos.

2.01.03 Factor Legal

Este factor es importante ya que está conformado de las leyes y reglamentos quienes controlan las farmacias.

Según los Reglamentos fundamentales la Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), para la creación de una nueva farmacia deben cumplir las siguientes normas:

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

De las farmacias

Art. 2. Las farmacias son establecimientos farmacéuticos autorizados para la dispensación y expendio de medicamentos de uso y consumos humano, especialidades farmacéuticas, productos naturales procesados de uso medicinal, productos biológicos, insumos y dispositivos médicos, cosméticos, productos

dentales, así como para la preparación y venta de fórmulas oficinales y magistrales.

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

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

Art.5. La Dirección Provincial de Salud concederá permiso para la instalación de farmacias privadas cuando se justifique su necesidad, por el incremento de la densidad poblacional en un sector determinado y el número de establecimientos similares que haber al momento de la solicitud del permiso.

Art.6.Para la instalación, cambio de local, o creación de sucursales de una far macia se requiere el permiso previo de la Dirección Provincial de Salud a través de vigilancia sanitaria provincial.

Art.7. El traslado de farmacias de un sector a otro está sujeto al estudio de sectorización aprobado por el Proceso de Control y Mejoramiento en Vigilancia.

Instalación y Permiso de Funcionamiento de Farmacia

Art.10. Para la instalación y funcionamiento de una farmacia el interesado iniciara el trámite de obtención de permiso de funcionamiento presentando en la respectiva Dirección Provincial de Salud lo siguiente:

a) Solicitud debidamente suscrita por el dueño del establecimiento donde se redactara lo siguiente:

- Nombre del propietario o representante legal.
- Nombre, razón social o denominación del establecimiento.
- Cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal
- Ubicación del establecimiento.
- Nombre del profesional químico farmacéutico o bioquímico

b) Plano del local, a escala 1:50, Área mínima de 40 metros

c) Record Policial del propietario y Bioquímico

d) Documentos que acrediten la personería jurídica

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

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

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

a) El local estará destinado exclusivamente para la farmacia

b) Deberá poseer luz natural y artificial suficiente y una ventilación adecua da c) Los pisos del local deben ser impermeables y lisos, de baldosa, vinyl u otro material que pueda lavarse, paredes de superficie lisa y adecuadamente pintadas o tratadas con material impermeabilizante;

d) El cielo raso ofrecerá una superficie lisa y limpia;

e) Deberá poseer una ventanilla para atención nocturna al público cuando deba cumplir con los turnos establecidos;

f) Instalación y aprovisionamiento de agua potable de acuerdo a las disposiciones sanitarias.

g) Baterías sanitarias y lavabo de manos, convenientemente aislados del área de trabajo y buen estado de funcionamiento.

h) Dispositivos adecuados para la eliminación de desechos

i) Ventanas protegidas con malla anti-insectos, cuando sea necesario;

j) Instalación eléctrica indirecta o aislada, de acuerdo a los establecido convencionalmente.

k) Extintor de incendios.

l) Rótulo con el nombre de la farmacia, y otro letrero adicional, luminoso, con la palabra TURNO, ubicado en el exterior del local y en un sitio visible

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

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

a) Perchas o vitrinas apropiadas y en número suficiente, para los medicamentos, rotulados conforme a las buenas prácticas de almacenamiento.

b) Perchas o vitrinas ubicadas en ambientes separados y debidamente rotulados para medicamentos
homeopáticos y productos naturales de uso medicinal; y,

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

2. Áreas auxiliares integradas por las siguientes secciones:

a) Para recetario (elaboración de fórmulas magistrales), si cuenta con la autorizacion correspondiente para este fin, que debe disponer de los materiales qu

e se indican en el anexo respectivo. El área de recetario debe poseer un lavabo instalado en un sitio conveniente y con el suministro necesario de agua para el lavado de envases.

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

Art.15. Adicionalmente a lo señalado en los artículos precedentes, toda far macia deberá contar con:

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

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

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

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

e) Archivo para recetas de estupefacientes y psicotrópicos. (Ministerio de Salud Pública, 2013)

2.01.03.03 Requisitos generales para la apertura de nuevas farmacias.

2.01.03.03.01 Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Es un documento intransferible que individualiza e identifica personas naturales o jurídicas para que puedan ejercer actividades económicas de forma legal, ya que es un instrumento que permite que el Servicio de Rentas Internas (SRI) realice el control tributario.

Los requisitos para la inscripción en el RUC son:

- Cédula de identidad original y copia.
- Certificado de votación original y copia
- Copia de una planilla de servicios básicos

2.01.03.03.02 Patente municipal.

Es un permiso para la apertura de un negocio con actividad comercial en un local fijo, además 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
- Copia de certificado de votación
- 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
- 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 son:

- Autorización de la apertura de la farmacia va dirigida al ARCSA (se llena un respectivo formulario, dirigido al Director Técnico de Buenas Practicas y Permisos y por consiguiente se entrega a la secretaria General en cualquier coordinación zonal.

- Registro del responsable técnico de farmacia (El responsable debe acercarse a la coordinación zonal del Arcsa con la Cédula de identidad, allí se verifica el título que este registrado en la Senescyt y se incluirá al representante en la base de datos.
- Permiso de funcionamiento
- Solicitud al Sr. Director Provincial de Salud.
- Verificar la existencia de cupo en el área de salud en la que desea instalar la farmacia en la (Coordinación de Vigilancia sanitaria)
- Autorización para instalación, extendida por el señor Director Provincial de Pichincha. - Plano del Local Escala: 1:50. m - Croquis de ubicación del local. - Solicitud para permiso de funcionamiento - Planilla de inspección -Récord Policial (Propietario).
- Licencias de Estupefacientes y Psicotrópicos emitida por el Consejo Nacional De Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas (CONSEP)
- Copia del título del Químico o Bioquímico farmacéutico
- Contrato de trabajo con el Químico Farmacéutico o Bioquímico Farmacéutico, en el que conste 20 horas mensuales. - Copia RUC del establecimiento.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud.
- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- Copias del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

(ARCSA, 2016)

2.01.04 Factor Tecnológico

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

El factor tecnológico es una de las fuentes de innovación más precisas en lo que se refiere a ventas , control de inventarios entre otras cosas relevantes , esto nos permite incorporarnos a la competencia ya que si poseemos un software eficiente podemos acelerar el proceso de facturación de un medicamento ,realizar requisiciones de medicamentos para optimizar tiempo y mantener a nuestros clientes, también nos sirve como medio de comunicación entre proveedores y clientes.

El programa especialmente para las farmacias que utiliza es el INFAMED ya que allí:

- Creación de usuarios administradores y operarios con clave de acceso.
- Búsqueda de: Proveedor, Laboratorio, Nombre Genérico, Nombre Comercial, Código de barra, Productos similares.
- Descripción de Medicamentos
- Se registran las ventas
- Se realizan ingreso de facturas y facturación

- Apertura y cierre de caja
- Kardex
- Se verifica el stock
- Control de inventario

2.02 Entorno Local

Denominado micro entorno ya que está conformado por elementos que afectan de forma directa al proyecto, es decir, se encarga del estudio básicamente Cliente**,** Proveedor y Competidores, por lo cual estos elementos serán analizados por la herramienta de gestión creada por Michael Porter, llamada "Las Cinco Fuerzas de Porter". (Castro, 2003)

2.02.01 Las Cinco Fuerzas de Porter

Las cinco Fuerzas de Porter son una herramienta de gestión ya que mide el resultado y rentabilidad a largo plazo en un mercado específico, por lo tanto analiza el nivel de competencia, siendo un análisis externo del sector al que pertenece. (Chimbo J. , 2016)

Figura 10. **Cinco Fuerzas de Porter. Investigación propia**

2.02.01.01 Amenaza de nuevos competidores

Para los competidores independientes la creación de un establecimiento farmacéutico con características similares son delimitadas las oportunidades ya que los requerimiento para la apertura son muy exigentes, sim embargo, si se refiere a un establecimiento de cadena este sería amenaza muy competitiva ya que existen medicamentos a costos más bajos y otros productos en general, pudiendo generar una mayor reducción monetaria.

Por lo tanto los beneficios que ofrece una Farmacia Independiente para la competencia en este caso nuestro negocio sería:

- Conocimiento en Administración de Boticas y Farmacias adquirido en el Instituto Tecnológico Superior Cordillera (ITSCO)
- Ubicación idónea y estratégica ya que permitirá un gran potencial comercial
- Mejoramiento continuo conforme al crecimiento se irá modificando la atención y el producto.
- Implantación de campañas de marketing ofreciendo promociones y mayores beneficios a sus clientes y posicionando la farmacia en el mercado.

2.02.01.02 Poder de negociación de los clientes o consumidores.

Clientes: Es la persona que adquiere un bien producto o servicio, para satisfacer sus necesidades, o para obtener una ganancia mayor con él. (Cahuate, 2014)

En la Parroquia de Quitumbe, Barrio San Martín de Porres existe un promedio de tres mil (3000) habitantes:

Tabla 10
Población Barrio San Martin

Total	Mujer	Hombres
3000	1528	1472

Nota: Población del Barrio San Martin parroquia Quitumbe. INEC

Análisis:

Según el INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos), el número de personas por hogar a nivel Nacional es de 3,78.

En el Barrio San Martín de Porres tenemos un promedio de 794 Hogares.

Además encontramos gran afluencia de personas debido a que en el sector existe:

- Centro de Salud San Martin de Porres que a diario atiende pacientes en todas las áreas y parte de la medicina no es dada en el mismo Centro lo cual acuden a la Farmacias San Martín.
- UPC N°4 Quitumbe
- Escuela Fiscal Mixta Luis Enrique Baza.
- Las personas que se embarcan y desembarcan en la vía principal para el puente Simón Bolívar, que el sector es servido por el bus Cooperativa Quito 6 de Diciembre

2.02.01.02 Poder de negociación de proveedores.

Proveedores: Son los que cuenta la empresa ya que proporcionan insumos y en parte son los que definen el posicionamiento de la empresa en el mercado siendo una herramienta necesaria para alcanzar un objetivo en el área farmacéutica. El sector farmacéutico consta de varios proveedores de medicamentos, entre ellos, se puede mencionar a:

- Quifatex: Nació hace 39 años facilitando negocios rentables en el sector de salud y consumo, representando a importantes marcas internacionales. (Ekos, 2016)
- Leterago: Es una distribuidora de medicamentos demostrando fortalezas en la actividad de distribución en nuestro país, y convirtiéndonos en un aliado estratégico para nuestros clientes y representados., presente en varios países latinoamericanos por más de 50 años. (Ekos, 2016)
- Ecuaquímica. Inició sus operaciones en los años 50, actualmente se ha convertido en una empresa líder en el área farmacéutica. (Ecuaquimica)
- Bayer. Empresa fundada en Alemania, de alcance mundial, conocida por la producción de la famosa aspirina. (Bayer)
- Roche. Empresa pionera en el sector salud, caracterizada por sus divisiones diagnóstica y farmacéutica. (Roche)
- Bagó. Laboratorio dedicado a la producción y comercialización de productos farmacéuticos. (Bagó)
- Grünenthal. Compañía alemana con operaciones en el país desde hace 40 años, ofrece a la población medicamentos innovadores y de calidad. (Grünenthal, 2017)
- Sanofi. Es una de las compañías líderes en el mercado farmacéutico que ofrece productos para varias áreas terapéuticas. (Sanofi, 2017)

2.02.01.03 Amenaza de productos sustitutos

Las farmacias independientes tienen rivalidad con los centros naturistas ya que poseen productos naturales, menos riesgosos, a bajos precios y expenden en tiendas específicas las que aseguran a sus clientes.

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. (Hierbalife, 2017)
- Nature`s Garden. Es una empresa productora y comercializadora Ecuatoriana de productos naturales OTC. Se encuentra presente en varios puntos de venta en todo el país. (Nature's Garden, 2017)
- Omnilife. Se encarga de cuidar a la gente y al medio ambiente es caracterizado por ser oportunos y directos en la comercialización de sus productos naturales. (Omnilife, 2009)

2.02.01.04 Rivalidad entre los competidores

Al ser un negocio nuevo en el sector, existen pocas posibilidades que se implante un negocio que brinden los mismos beneficios y productos que la Farmacia va a ofrecer a sus clientes. Como competencia directa tenemos a la Farmacia San Martín ya que se encuentra a 4 cuadras del lugar prestablecido, sin embargo no podemos dejar de considerar la peligrosa competencia que

representan las cadenas farmacéuticas para los pequeños empresarios alguna de ellas son:

- Fybeca
- Sana-Sana
- Pharmacys
- Comunitarias
- Cruz Azul
- Medicity
- Farmacias Económicas
- Farmadescuentos
- Su Farmacia
- FarmaRed´s

2.03 Análisis Interno

2.03.01 Cadena de valor.

El análisis interno de toda organización se lo puede realizar mediante el desarrollo de la cadena de valor ya que es una herramienta creada por Michael Porter, en la cual podemos analizar las principales actividades que se realizan en cada departamento verificando que actividad genera más valor y cuales los resta permitiendo que nuestra empresa sea la mejor.

La cadena de valor en dos grupos a las actividades como: 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 de cada subgrupo serán valoradas bajo tres parámetros los cuales son:

1. Perfil competitivo: Se calificará en base a la empresa que se va a crear en una escala del 1 al 4, donde 1 es poco relevante y 4 es muy relevante

2. Importancia: determinará qué actividad es la más óptima para llevar a cabo; se asignara un porcentaje de acuerdo a su importancia, de modo que al sumar los porcentajes parciales se obtenga 100%

3. Posición competitiva: Es el resultado de la multiplicación entre el perfil competitivo y la importancia. (Gavilanes, 2016)

2.03.01.01 Actividades primarias.

Son el conjunto de actividades que permitirán la comercialización del producto a ofrecer y servicios postventa.

2.03.01.01.01 Logística interna.

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

Tabla 11
Logística interna

Actividades	Perfil competitivo				Importancia	Posición competitiva
	1	2	3	4		
Pedido al proveedor				X	15%	60
Recepción de mercadería con los documentos como: (factura, orden de compra).				X	10%	40
Verificación de productos de acuerdo al pedido.				X	15%	60
Verificar fechas de caducidad en cada producto.				X	20%	80
Ingresar al sistema la mercadería				X	20%	80
Ubicar la mercadería en el área de almacenamiento.				X	10%	40
Buenas prácticas de almacenamiento.				X	10%	40
Total					**100%**	**400**

Nota: Logística Interna de la Farmacia Pharma Vitality. Investigación Propia.

2.03.01.01.02 Operaciones.

La farmacia será una empresa comercializadora, por lo tanto estas actividades están basadas en el cumplimiento de las políticas organizacionales.

Tabla 12
Operaciones

Actividades	Perfil competitivo				Importancia	Posición competitiva
	1	2	3	4		
Perchado			X		15%	45
Inventarios				X	20%	80
Limpieza de las instalaciones			X		15%	45
Control de Caducidad				X	25%	100
Ubicación de caducados en zona de cuarentena.				X	20%	80
Total					**100%**	**350**

Nota: Operaciones en la Pharma Vitality. Investigación Propia.

2.03.01.01.03 Logística externa.

Actividades requeridas que permiten que el producto llegue al cliente.

Tabla 13
Logística externa

Actividades	Perfil competitivo				Importancia	Posición competitiva
	1	2	3	4		
Protocolo farmacéutico				X	15%	60
Recepción del pedido del cliente.				X	15%	60
Buscar en el sistema el producto solicitado.				X	15%	60
Coger el producto de la percha				X	10%	40
Servicio farmacéutico.				X	20%	80
Facturación				X	10%	40
Entregar el producto				X	15%	60
Total					**100%**	**400**

Nota: Logística Interna en Pharma Vitality. Investigación Propia.

2.03.01.01.04 Marketing y ventas.

Actividades que se realizan para dar a conocer el producto.

Tabla 14
Marketing y ventas

Actividades	Perfil competitivo				Importancia	Posición competitiva
	1	2	3	4		
Entrega de publicidad móvil (volantes)				x	25%	100
Elaboración de tarjetas de presentación.				X	20%	80
Uso de redes sociales.			X		30%	90
Creación de una Fan page			x		25%	75
Total					**100%**	**345**

Nota: Marketing y ventas en Pharma Vitality. Investigación Propia.

2.03.01.01.05 Servicios post venta.

Actividades relacionadas con el soporte al cliente realzando valor al producto que ofrecemos.

Tabla 15
Servicios post venta

Actividades	Perfil competitivo				Importancia	Posición competitiva
	1	2	3	4		
Plan de medicación continua				X	50%	200
Buzón de sugerencias.			X		50%	150
Total					**100%**	**350**

Nota: Servicios post venta en Pharma Vitality. Investigación Propia.

2.03.01.02 Actividades de apoyo.

Son las que sirven de apoyo a las actividades primarias aportando valor al producto y no están directamente relacionadas con la comercialización del miso.

2.03.01.02.01 Abastecimiento.

Son las compras que se realizan, es decir, adquisición de productos farmacológicos.

Tabla 16
Abastecimiento

Actividades	Perfil competitivo				Importancia	Posición competitiva
	1	2	3	4		
Clasificación de medicamentos de acuerdo a la Ley de Pareto (80 - 20).				X	15%	60
Cálculo del número de usuarios.				X	15%	60
Cálculo del presupuesto para dotación.				X	25%	100
Selección del proveedor.				X	30%	120
Cálculo de stock mínimo				X	15%	60
Total					**100%**	**400**

Nota: Abastecimiento en Pharma Vitality. Investigación Propia.

2.03.01.02.02 Desarrollo de la tecnología.

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

Tabla 17
Desarrollo de la tecnología

Actividades	Perfil competitivo				Importancia	Posición competitiva
	1	2	3	4		
Software Infamed			X		100%	300
Total					**100%**	**300**

Nota: Desarrollo de la tecnología en Pharma Vitality. Investigación Propia.

2.03.01.02.03 Recursos humanos.

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

Tabla 18
Recursos Humanos

Actividades	Perfil competitivo				Importancia	Posición competitiva
	1	2	3	4		
Selección y contratación de personal.				**X**	**40%**	**160**
Inducción y Capacitación del personal.				**X**	**35%**	**140**
Evaluación al personal				**X**	**25%**	**100**
Total					**100%**	**400**

Nota: Recursos humanos en Pharma Vitality. Investigación Propia.

2.03.01.02.04 Infraestructura de la empresa

Incluye a las gerencias de la empresa como la contabilidad, Finanzas administrativas y de organización.

Tabla 19
Infraestructura

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

Nota: Infraestructura en Pharma Vitality. Investigación Propia.

2.03.02 Propuesta estratégica

La propuesta estratégica es una función administrativa que decide el futuro de la empresa permitiendo implementar las 4 p del marketing (Producto, Precio, Plaza, Promoción) para alcanzar metas y objetivos propuestos.

2.03.01.01 Misión

Ser un establecimiento farmacéutico dedicada a la dispensación y expendio de productos e insumos médicos el cual brinden a nuestros clientes bienestar y salud, trabajando con responsabilidad, eficiencia y eficacia , basándonos en satisfacer las necesidades del cliente.

2.03.01.02 Visión

En cinco años ser una empresa que preste un servicio de primera con personal capacitado en la comercialización de productos e insumos médicos de calidad, con una cultura diferenciadora en atención al cliente.

2.03.01.03 Objetivos

2.03.01.03.01 Objetivo general

Proporcionar una atención farmacéutica, con un stock variado de medicamentos e insumos médicos de calidad de forma rápida y oportuna a los demandantes de la Parroquia de Quitumbe, Barrio San Martín de Porres para la satisfacción de las necesidades, generando rentabilidad.

2.03.01.03.02 Objetivo Especifico

- Asegurar una dispensación mediante prescripción médica entregando información personalizada al paciente sobre cualquier tipo de medicamento e insumos médicos.
- Dispensar y expender medicamentos e insumos médicos de calidad.
- Fidelizar a los clientes mediante una atención farmacéutica de excelencia.
- Analizar la información del estudio de mercado, y mediante el Estudio Financiero evaluar la viabilidad del proyecto.
- Implantar estrategias para asegurar rentabilidad y posicionamiento en el mercado.

2.03.01.04 Principios y Valores

- Entusiasmo: Animar a los empleados a tomar la iniciativa y dar el mejor. La adopción de un entorno de error abarca a capacitar a los empleados para dirigir y tomar decisiones.

- Integridad: Actuar con honestidad y el honor, sin comprometer la verdad
- Servicio al cliente. Orientar el servicio en beneficio de la población, impulsando una atención y trato personalizado
- Compromiso: Comprometerse con la empresa en su servicio, y otras iniciativas que tienen un impacto vive dentro y fuera de la organización.
- 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.
- Calidad Humana: Es la actitud de respeto, empatía y solidaridad que muestran las personas hacia el prójimo.

2.03.01.05 Políticas.

2.03.01.05.01 Políticas del establecimiento.

- El local deberá mantenerse en óptimas condiciones, para ello se contará con útiles de aseo y tachos de basura en perfecto estado.
- 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.

- El local deberá contar con un botellón de agua purificada para uso de los clientes.

2.03.01.05.01 Políticas de personal.

- Los trabajadores deberán vestir un mandil blanco.
- Horario de entrada a las 9:00 am dividido en dos jornadas de 6 horas hasta las 21:00 pm entre administrador y dependiente.
- El uso de celular durante la jornada laboral queda prohibido, a excepción de casos de emergencia que deben ser avisados previamente al administrador.
- El sueldo de los trabajadores será depositado en su cuenta personal máximo hasta el día 5 de cada mes.
- No consumir alimentos durante su jornada de trabajo.
- Mantener sus perchas asignadas en óptimas condiciones de limpieza.

2.03.01.05.03 Políticas de atención al cliente.

- El cliente siempre tiene la razón, se lo debe atender de forma cordial, con una amplia sonrisa y el protocolo farmacéutico.
- Al momento de dispensar un medicamento, verificar en las cantidades correctas.
- 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.

2.03.02 Gestión Administrativa

Es el personal que va a estar a cargo en la Farmacia.

Figura 11. Gestión Administrativa Investigación propia

2.03.03 Gestión Operativa

2.03.03. 01 Administrador de Boticas y Farmacias:

- Organización de la Farmacia.
- Manejo del personal de la Farmacia
- Realizar Apertura y cierre de Caja de la Farmacia.
- Análisis de presupuestos y aplicar técnicas de inventario.
- Autorizar el expendio de recetas de medicamentos psicotrópicos y estupefacientes.
- Control de inventarios
- Generación de pedidos y manejo de proveedores

2.03.03.02 Dependiente y Auxiliar:

- Vigilar el periodo de vigencia de los medicamentos próximos a vencer y reportándolos oportunamente al Administrador de Boticas y Farmacias. Con una antelación mínima de tres (3) meses antes de su vencimiento.
- Ordenar en los estantes los productos farmacéuticos, insumos médicos y elementos para la preparación de fórmulas siguiendo instrucciones establecidas.
- Despachar oportunamente a los usuarios del servicio y orientarlos sobre el procedimiento a seguir.
- Llevar el control diariamente registrando medicamentos en general.

- Llevar el adecuado registro y control de los medicamentos de control y sustancias tóxicas conservando las normas establecidas para tal fin.

- Llevar el control diario del higrómetro y termómetro de la farmacia.
- Cumplir con el cronograma de limpieza de las perchas y del servicio higiénico, desechos de basura.

2.03.03. 03 Químico farmacéutico o Bioquímico responsable de la farmacia

- Realizar la supervisión técnica permanente para que la adquisición y dispensación de los medicamentos se haga conforme lo determina la ley vigente.
- Verificar fechas de caducidad.
- Verificar que todos los productos farmacéuticos cumplan con todos los requisitos de expendio.
- Controlar que en la farmacia se cumpla con las buenas prácticas de dispensación y farmacia para su normal funcionamiento y se mantenga stock permanente de medicamentos.
- Responsabilizarse del control permanente de recetas despechadas y al final de cada año,
- Solicitar a la respectiva Dirección Provincial de Salud el permiso para proceder a su destrucción con el informe respectivo.
- Responsabilizarse del control permanente de las recetas específicas para la dispensación de medicamentos que contienen sustancias estupefacientes y psicotrópicas; de este control presentará informes mensuales al ARCSA.

- Revisar las recetas de los medicamentos de sustancias estupefacientes y psicotrópicos que estén archivadas cronológicamente, verificando que cumplan con los parámetros para su dispensación y expendio.

2.03.04 Gestión Comercial

2.03.04.01 Estrategia comercial

Tabla 20
Propuesta estratégica

Propuesta	Estrategia	
Servicio al cliente	Brindar un servicio de excelencia con respeto, amabilidad, cumpliendo con el servicio farmacéutico.	
Publicidad	Realizar una publicidad llamativa utilizando materiales Point of Purchase	
	Volantes (Publicidad móvil)	Accesorios
Promociones	Realizando promociones de acuerdo a los benéficos ofrecidos por cada una de las casas comerciales.	

***Nota*:** Propuesta Estratégica de la farmacia Pharma Vitality. Investigación Propia.

Tabla 21
Promociones

Promoción	Detalle
20 % de descuento	Este tipo de descuentos se realizaran solo en la tercera semana de cada mes ya que existen descuentos por parte de los proveedores.
10 % de descuento	Este descuento se aplicara a todos los productos ya sea de aseo personal o productos farmacéuticos ya que está dentro del límite de recuperación de capital.

***Nota*:** Promociones en Pharma Vitality. Investigación Propia.

Figura 12. Publicidad Móvil. Investigación propia

Accesorios para la farmacia

F*igura 13.* Toma todo personalizadoInvestigación propia

Figura 14. Globo personalizado. Investigación propia

2.03.04.02 Logotipo

Es un logotipo llamativo de color los color fucsia , este llamará la atención al cliente lo que es conveniente para generar un nivel de publicidad visual fuerte .

PHARMA VITALITY

Figura 15. Logotipo. Investigación propia

2.03.04.03 Iso tipo

Está formado por un símbolo que es un corazón representando a la Vida a la vez tiene dos puntos en la parte superior plasmando a la imagen femenina y masculina, con dos colores el azul que transmite tranquilidad, y el color fucsia vitalidad elegancia y entusiasmo para llamar la atención a nuestros posibles consumidores.

Figura 16. Isotipo de la Farmacia "Pharma Vitality"

2.03.04.04 Colorimetría

La colorimetría es la ciencia que estudia la medida de los colores y que desarrolla métodos para la cuantificación de la percepción del color. (Wikipedia, 2017)

Tabla 22
Colorimetría

Color	Significado
AZUL	Genera fiabilidad , confianza y enfoca conocimiento
FUCSIA	Representa vitalidad, entusiasmo, elegancia.

Nota: Colorimetría en Pharma Vitality. Investigación Propia.

2.03.04.05 Eslogan

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

Figura 17. Eslogan. Investigación propia

2.03.04.06 La 4 P del Marketing

El marketing es una técnica que busca llamar la atención y a largo plazo fidelizar a los clientes, el Marketing Mix es parte del marketing que es un conjunto de elementos que intervienen en la decisión del Cliente.

2.03.04.06.01 Producto

Los productos que se expenderán en la Farmacia “PHARMA VITALITY” son los siguientes:

- Medicamentos: Stock en medicamentos genéricos y de marca.
- Productos de aseo personal y Cosméticos: champú, jabón, pasta dental, cepillo de dientes, talcos, toallas higiénicas, protectores diarios, labiales, peinillas, gel, crema para depilar, rasuradora, hisopos, etc.
- Productos para bebe: pañales, paños húmedos, leche fórmula, aceites, biberones, masticadores, aspirador nasal, entretenedor, colonia, talco, kit de colonia cremas para escaldadura.
- Insumos médicos: jeringas, gasa, sablón, alcohol, agua oxigenada, suero fisiológico, etc.
- Productos naturales: Productos de Nature´s Garden y Hierbalife.

2.03.04.06.02 Precio

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

El resto de productos se lo venderá a precios competitivos del mercado, con un descuento que tenga rentabilidad y beneficio mutuo.

2.03.04.06.03 Plaza

El proyecto distribuirá los productos en:

- La parroquia de Quitumbe Barrio San Martin de Porres
- Centro de Salud San Martin de Porres que a diario atiende pacientes en todas las áreas y parte de la medicina no es dada en el mismo Centro lo cual acuden a la Farmacias San Martín.
- UPC N°4 Quitumbe
- Escuela Fiscal Mixta Luis Enrique Baza.
- Las personas que se embarcan y desembarcan en la vía principal para el puente Simón Bolívar, que el sector es servido por el bus Cooperativa Quito 6 de Diciembre

Este será ubicado de manera fácil para los habitantes lo cual ayudará a aumentar la rentabilidad de la farmacia.

2.03.04.06.04 Promoción / Publicidad

Para la inauguración de la farmacia "PHARMA VITALITY" se tiene previsto realizar un arco de globos lo cual llamara la atención a nuestros posibles consumidores incentivando a realizar compras en la farmacia por lo cual se plantea realizar una reactivación de marca después de 6 meses, mientras tanto se realizara la entrega de volantes al momento de la compra conocida como publicidad móvil y toma todos en compras en la tercera semana de cada mes ya que haremos la semana de descuentos en compras mayor de ($10) diez dólares.

Lo cual ayudara para estar siempre en la mente de nuestros posibles consumidores.

Figura 18.Volante (publicidad móvil). Investigación propia

Figura 19. Globo personalizado. Investigación propia

2.04 Análisis FODA

La importancia del análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA), consiste en una síntesis de los factores que impactaran interna y externamente en la realización del proyecto, ya que tiene un costo reducido y es fácil de comprender.

- Interna: Elementos internos en los cuales se tiene un grado de control.
- Externa: Factores que no dependen de la empresa, mirando las oportunidades que ofrece el mercado y las amenazas que debe afrontar el negocio.

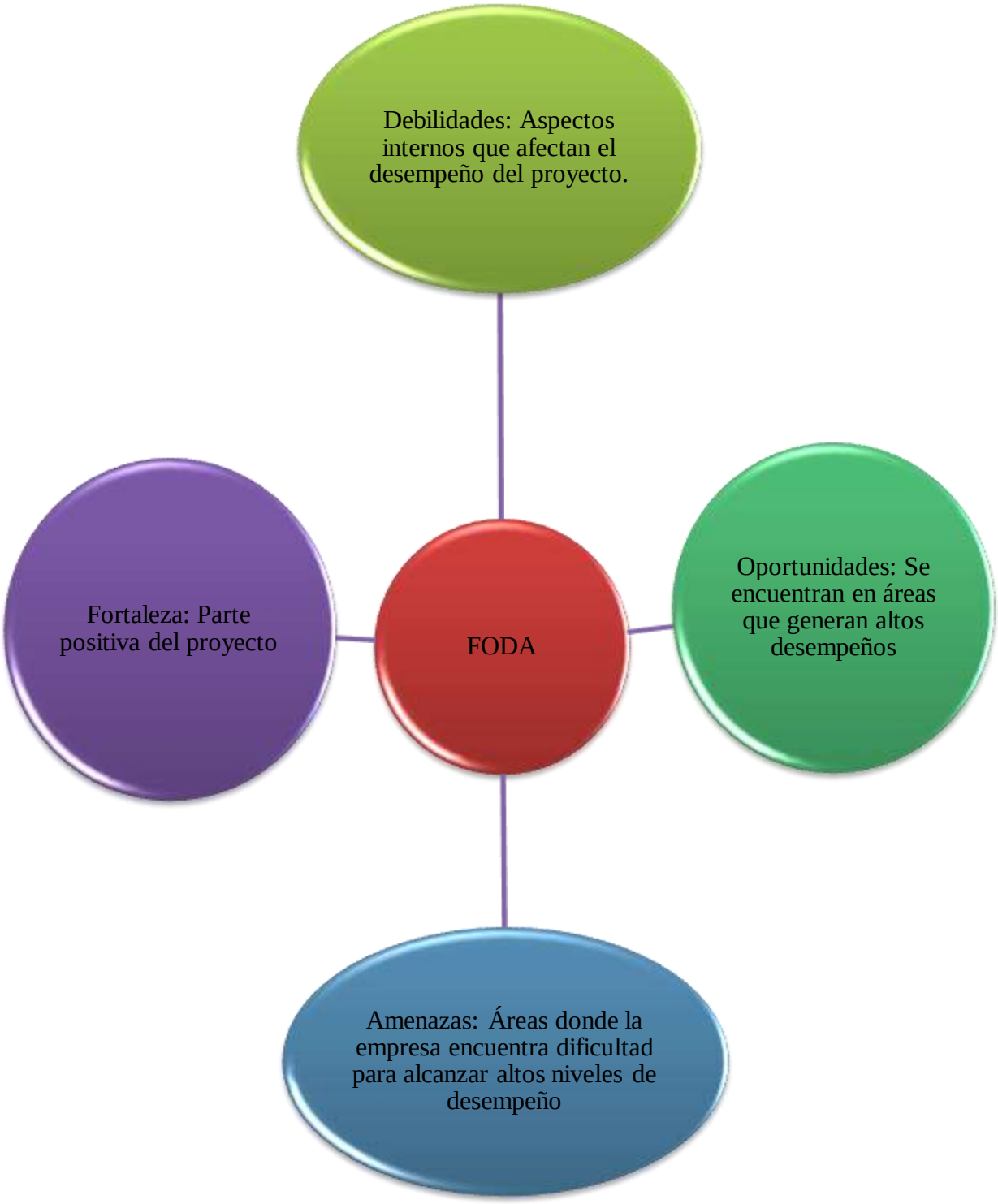


Figura 20. FODA. Investigación propia

Tabla 23
Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Zona Comercial activa	Negocio nuevo en el Mercado farmacéutico.
Conocimientos Administrativos y operativos de una Farmacia	Inexperiencia por parte del administrador.
Servicio Farmacéutico garantizado	Competencia.
Ubicación	Falta de experiencia en el medio
OPORTUNIDADES	**AMENAZAS**
Cerca de la Escuela Luis Enrique Baza y del sub centro de Salud en la vía principal.	Incremento de la tasa de interés Activa
Inexistencia de productos sustitutos	Mayor índice de desempleo
Variedad de proveedores	Rivalidad entre competidores
Crecimiento PEA	Condiciones por parte de los proveedores
Disponibilidad de cupos por parte del ARCSA	Delincuencia

Nota: FODA de la Farmacia Pharma Vitality. Investigación Propia.

2.04.01 Matriz MEFI

La Matriz de evaluación de factores internos permite analizar las fortalezas y debilidades de la organización, midiendo el impacto que tiene el factor interno dentro de la organización.

Por lo tanto se valorará de la siguiente manera:

- Se pondrá un peso desde (0.0) (Nada importante) hasta 1.0 (Muy importante). Lo cual siempre dará un total de 1 equivalente al 100%.
- La Calificación según su orden de importancia será donde 1 (nada importante) y hasta 4 (Muy importante)
- Se procede a multiplicar el peso por la calificación, el cual dará una calificación ponderada la misma que al sumarse mostrará la situación en la que se encuentra la organización.

Tabla 24
Matriz MEFI

FORTALEZAS	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADA
Zona Comercial activa	0,10	3	0,30
Conocimientos Administrativos y operativos de una Farmacia	0,20	4	0,80
Servicio Farmacéutico garantizado	0,10	4	0,40
Ubicación	0,20	3	0,60
SUBTOTAL			2,10
DEBILIDADES	**PESO**	**CALIFICACIÓN**	**PESO PONDERADA**
Negocio nuevo en el Mercado farmacéutico.	0,10	3	0,30
Inexperiencia por parte del administrador.	0,10	4	0,40
Competencia.	0,10	4	0,40
Falta de experiencia en el medio	0,10	4	0,40
SUBTOTAL	**1,00**		**1,50**
TOTAL			**3,60**

Nota: Matriz MEFI en Pharma Vitality. Investigación Propia.

Análisis

La matriz MEFI obtuvo un resultado de 3,60 siendo la ponderación de las fortalezas mayor con un valor de 2,10 y las debilidades un 1.5. Lo cual nos permite determinar que nuestro proyecto será más factible y tiene más fortalezas que debilidades ya que tener conocimientos administrativos y operativos en las farmacias

2.04.02 Matriz MEFE

La Matriz de evaluación de factores externos nos permite analizar las oportunidades y amenazas de la organización, midiendo el impacto que tiene el factor externo hacia la organización.

Sera Calificada con la misma ponderación de la MEFI.

Tabla 25
Matriz MEFE

OPORTUNIDADES	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADA
Cerca de la Escuela Luis Enrique Baza y del sub centro de Salud en la vía principal.	0,10	3	0,30
Inexistencia de productos sustitutos	0,15	4	0,60
Variedad de proveedores	0,15	4	0,60
Crecimiento PEA	0,05	4	0,20
Disponibilidad de cupos por parte del ARCSA	0,10	3	0,30
SUBTOTAL			**1,80**
AMENAZAS	**PESO**	**CALIFICACIÓN**	**PESO PONDERADA**
Incremento de la tasa de interés Activa	0,10	3	0,30
Mayor índice de desempleo	0,05	3	0,15
Rivalidad entre competidores	0,10	3	0,30
Condiciones por parte de los proveedores	0,10	3	0,30
Delincuencia	0,10	4	0,40
SUBTOTAL	**1,00**		**1,30**
TOTAL			**3,10**

Nota: Matriz MEFE en Pharma Vitality. Investigación Propia.

Análisis

El resultado de la Matriz MEFE es de 3.10 el valor ponderado de las Oportunidades es de 1,8 y de las amenazas 1.30. Llegando a la conclusión que las amenazas se están haciendo un lado para concentrarnos en las oportunidades que nos ofrecen el ambiente externos y servirán para el crecimiento de la farmacia.

2.04.03 Matriz MAFE

Es conocida como la Matriz Analítica de formación de Estrategias (MAFE), en esta matriz tenemos que buscar 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.

Tabla 26
Matriz MAFE

	FORTALEZAS	**DEBILIDADES**
MATRIZ MAFE	Zona Comercial activa Conocimientos Administrativos y operativos de una Farmacia Servicio Farmacéutico garantizado Ubicación	Negocio nuevo en el Mercado farmacéutico. Inexperiencia por parte del administrador. Competencia. Falta de experiencia en el medio
OPORTUNIDADES	**FO**	**DO**
Cerca al colegio y del sub centro de Salud en la vía principal. Inexistencia de productos sustitutos Variedad de proveedores Crecimiento PEA Disponibilidad de cupos por parte del ARCSA	Brindar un excelente servicio farmacéutico ya que estamos cerca la Escuela Luis Enrique Baza y el Sub centro de Salud en la vía Principal.(F3,O1) Realizar un análisis de los productos sustitutos que más se comercializan en el sector.(D1,O2) Aprovechar la disponibilidad de Cupos por parte del ARCSA en la Zona Comercial activa y la ubicación del nuevo negocio (F1,O5) Innovar los conocimientos administrativos y operativos junto con la variedad de proveedores ofrecer un servicio de calidad. (F2,O3)	Realizar un estudio de mercado y buscar al mejor proveedor para atraer clientes potenciales a la farmacia y fidelizarlos(D1,O3) Adquirir productos sustitutos más comercializados y ser más competitivos (D3, O2)
AMENAZAS	**FA**	**DA**
Incremento de la tasa de interés Activa Mayor índice de desempleo Rivalidad entre competidores Condiciones por parte de los proveedores Delincuencia	Realizar una alianza con los proveedores para que no se dé el aumento de precio al inicio de la creación de la farmacia(F3, A3)	Realizar un préstamo a corto plazo para que el mismo no se cobre un interés elevado y ser el as competitivo de la zona comercial(F1,A1) Capacitación con personas pertinentes para adquirir mayor experiencia en el medio para mejorar el manejo a los proveedores(D2,A4)

Nota: Matriz MAFE en Pharma Vitality. Investigación Propia.

Análisis:

Las mejores estrategias que podemos aplicar son:

- Brindar un excelente servicio farmacéutico ya que estamos cerca de la Escuela Luis Enrique Baza y el Sub centro de Salud en la vía Principal.(F3,O1)
- Realizar un estudio de mercado y buscar al mejor proveedor para atraer clientes potenciales a la farmacia y fidelizarlos (D1, O3).
- Realizar un análisis de los productos sustitutos que más se comercializan en el sector. (D1, O2).
- Aprovechar la disponibilidad de Cupos por parte del ARCSA en la Zona Comercial activa y la ubicación del nuevo negocio (F1, O5).
- Adquirir productos sustitutos más comercializados y ser más competitivos (D3, O2).
- Innovar los conocimientos administrativos y operativos junto con la variedad de proveedores ofrecer un servicio de calidad. (F2, O3).
- Realizar una alianza con los proveedores para que no se dé el aumento de precio al inicio de la creación de la farmacia (F3, A3).
- Realizar un préstamo a corto plazo para que el mismo no se cobre un interés elevado y ser el as competitivo de la zona comercial(F1,A1)
- Capacitación con personas pertinentes para adquirir mayor experiencia en el medio para mejorar el manejo a los proveedores(D2,A4)

2.04.04 Matriz MCPE

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

1. Seleccionar las cuatro estrategias más importantes de acuerdo al peso ponderado mostrado en las anteriores matrices
2. Se transcriben todos los factores externos e internos de forma vertical y se añaden los pesos ponderados.
3. 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.
4. Se procede a multiplicar el peso ponderado por la calificación para obtener la calificación total.
5. Se suman las calificaciones totales para verificar que estrategia obtuvo la mayor puntuación.

Tabla 27
Matriz MCPE

MCPE		Estrategia 1		Estrategia 2		Estrategia 3		Estrategia 4	
Factores críticos para el éxito	**Peso**	**CA**	**TCA**	**CA**	**TCA**	**CA**	**TCA**	**CA**	**TCA**
FORTALEZAS									
Zona Comercial activa	0,10	-	-	4	0,40	-	-	-	-
Conocimientos Administrativos y operativos de una Farmacia	0,20	4	0,80	4	0,80	4	0,80	4	0,80
Servicio Farmacéutico garantizado	0,10	4	0,40	4	0,40	4	0,40	3	0,30
Ubicación	0,20	3	0,60	4	0,80	-	-	-	-
DEBILIDADES									
Negocio nuevo en el Mercado farmacéutico.	0,10	4	0,40	3	0,30	3	0,30	-	-
Inexperiencia por parte del administrador.	0,10	4	0,40	3	0,30	4	0,40	3	0,30
Competencia.	0,10	-	-	4	0,40	3	0,30	4	0,40
Falta de experiencia en el medio	0,10	3	0,30	3	0,30	3	0,30	4	0,40

OPORTUNIDADES									
Cerca de la escuela Luis Enríquez Baza y sub centro de Salud en la vía principal.	0,10	4	0,40	3	0,3	-	-	-	-
Inexistencia de productos sustitutos	0,15	-	-	4	0,6	3	0,45	4	0,60
Variedad de proveedores	0,15	4	0,60	-	-	4	0,60	3	0,45
Crecimiento PEA	0,05	-	-	4	0,2	-	-	-	-
Disponibilidad de cupos por parte del ARCSA	0,10	-	-	-	-	-	-	-	-
AMENAZAS									
Incremento de la tasa de interés Activa	0,10	-	-	4	0,4	-	-	-	-
Mayor índice de desempleo	0,05	-	-	4	0,2	-	-	-	-
Rivalidad entre competidores	0,10	3	0,30	3	0,3	4	0,40	4	0,40
Condiciones por parte de los proveedores	0,10	3	0,30	3	0,3	4	0,40	4	0,40
Delincuencia	0,10	4	0,40	-	-	-	-	4	0,40
Total			**4,90**		**6,00**		**4,35**		**4,45**

Nota: Matriz MCPE en Pharma Vitality. Investigación Propia

Análisis

Las estrategias seleccionadas son:

1. Brindar un excelente servicio farmacéutico ya que estamos cerca de la Escuela Luis Enrique Baza y el Sub centro de Salud en la vía Principal.(F3,O1)
2. Realizar un estudio de mercado y buscar al mejor proveedor para atraer clientes potenciales a la farmacia y fidelizarlos(D1,O3)
3. Realizar un análisis de los productos sustitutos que más se comercializan en el sector.(D1,O2)
4. Capacitación con personas pertinentes para adquirir mayor experiencia en el medio para mejorar el manejo a los proveedores(D2,A4)

Luego de haber cuantificado cada una de las estrategias se ha determinado que la más óptima es:

Realizar un estudio de mercado y buscar al mejor proveedor para atraer clientes potenciales a la farmacia y fidelizarlos (D1, O3)

Capítulo III

3.01 Análisis Del Consumidor

Este análisis consiste en observar mediante un estudio de mercado los gustos, preferencias y necesidades de nuestros consumidores a la hora de realizar sus compras.

Tabla 28
Análisis del Consumidor

	Variable Demográfica
Edad	Población Activa Económica
Sexo	Masculino y Femenino
	Variable Geográficos
Unidad Geográfica	País .Ecuador ,provincia Pichincha , Cantón : Quito
Tipo de población	Sector Urbano
	Variable Pictográficas
Clase social	Baja ,media

Nota: Análisis del Consumidor en Pharma Vitality. Investigación Propia.

3.01.01 Determinación de la población y muestra

La mejor alternativa seria el estudiar a todo la población o Universo (Totalidad de un grupo de elementos), pero esto resulta imposible ya que supone un costo económico muy alto para la realización del proyecto, por lo tanto se toma una muestra el cual es un subconjunto del Universo, la muestra elegida debe ser representativa y debe tener concordancia con el tema. (Cahuate, 2014)

3.01.01.01 Población

La población es un grupo formado por las personas que viven en un determinado lugar o incluso en el planeta en general. También permite referirse a los espacios y edificaciones de una localidad u otra división política, y a la acción y las consecuencias de poblar (Merino, Población, 2012). Por lo tanto la población promedio a estudiar en el Barrios San Martín de Porres es de 794 hogares aproximadamente.

3.01.01.02 Muestra

Es el subconjunto de los individuos de una población estadística. Estas muestras permiten inferir las propiedades del total del conjunto.

(Merino, Muestra, 2009)

3.01.01.02.01 Muestreo

El muestreo es una técnica utilizada en la sección de una muestra a partir de la población.

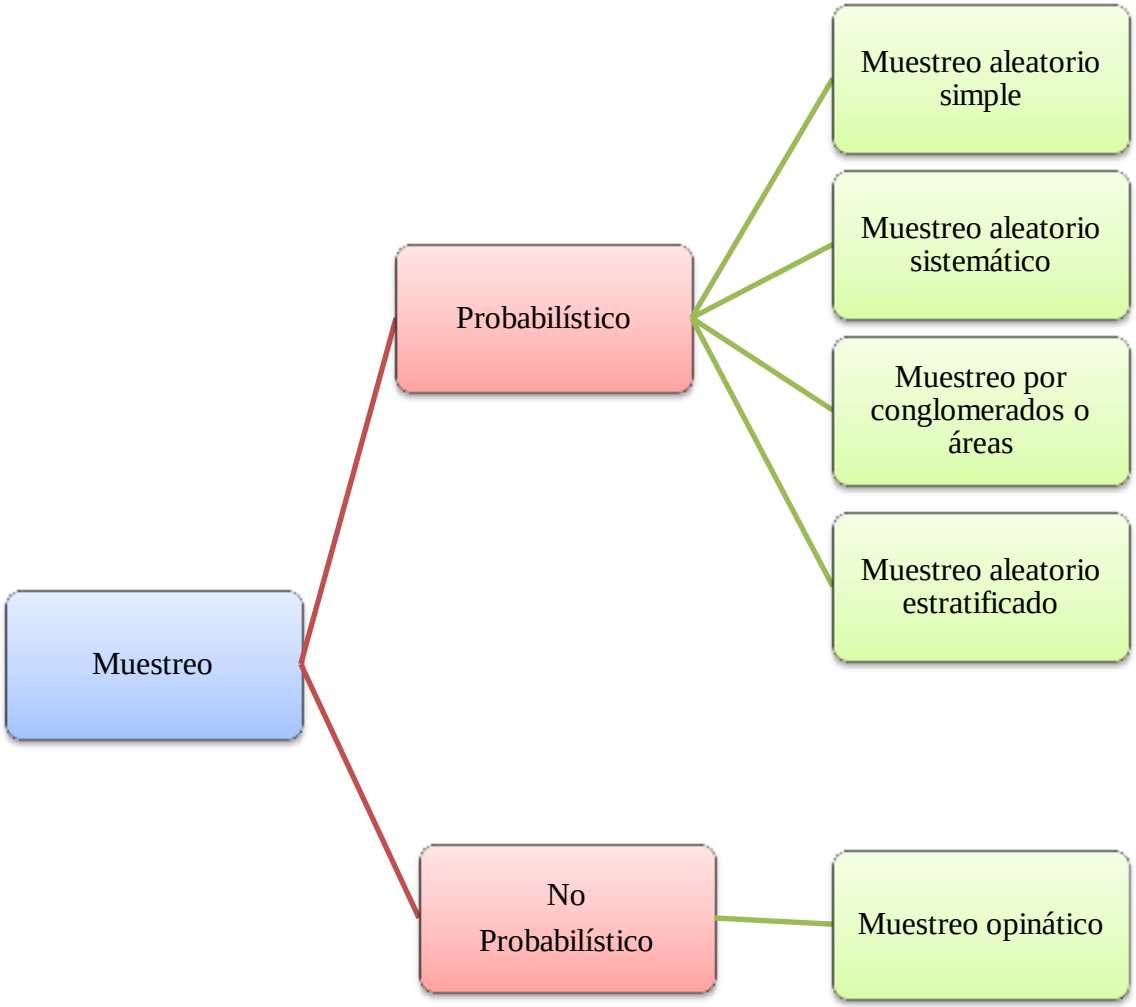


Figura 21. Clasificación del Muestreo. Wikipedia.

3.01.01.02.01.01 Muestreo probabilístico (aleatorio)

En este tipo de muestreo, todos los individuos de la población pueden formar parte de la muestra, tienen probabilidad positiva de formar parte de la muestra. Por lo tanto es el tipo de muestreo que deberemos utilizar en nuestras investigaciones, por ser el riguroso y científico y existen varios tipos que son:

- Muestreo aleatorio simple.- Todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser seleccionados.

- Muestreo aleatorio estratificado.-Permite estudiar una serie de subpoblaciones (estratos) en la población, siendo importante que en la muestra haya representación de todos y cada uno de los estratos considerados.
- Muestreo aleatorio sistemático.-Los elementos se seleccionan según un patrón que se inicia con una elección aleatoria.
- Muestreo aleatorio por conglomerados o áreas.-Considera una agrupación de elementos que presentan características similares a toda la población.

3.01.01.02.01.01Muestreo no probabilístico (no aleatorio)

En este tipo de muestreo, puede haber clara influencia de la persona o personas que seleccionan la muestra o simplemente se realiza atendiendo a razones de comodidad. Salvo en situaciones muy concretas en la que los errores cometidos no son grandes, debido a la homogeneidad de la población, en general no es un tipo de muestreo riguroso y científico, dado que no todos los elementos de la población pueden formar parte de la muestra. (Marjohn, 2010)

Por lo tanto para este proyecto se utilizará el muestreo aleatorio simple ya que es este intervienen todos los individuos y tienen la misma probabilidad de ser seleccionados.

El Muestreo Aleatorio simple cuenta con dos fórmulas:

1. Muestra en Población infinita: Mayor a 30000 elementos
2. Muestra en Población finita: Menor a 300000

Para lo cual en el proyecto se utilizará es la Muestra de población finita porque el número de habitantes de la Parroquia Quitumbe, Barrio San Martín de Porres es de 3000 personas.

3.01.01.02 Calculo de la muestra en Población finita

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

Tabla 29
Elementos para el calculo de la muestra.

Variable	Significado
N	Muestra
N	Población
E	Margen de error
P	Probabilidad de ocurrencia
Q	Probabilidad de no ocurrencia
k (z)	Nivel de confianza

Nota: Elementos para el calculado de la muestra en Pharma Vitality. Investigación Propia.

Tabla 30
Nivel de confianza

K(Z)	1.15	1.28	1.44	1.65	1.96	2	2.58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	**95%**	95.5%	99%

Nota: Nivel de confianza en Pharma Vitality. Investigación Propia.

El Nivel de confianza a utilizar será del 95%=1.96

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

Fórmula:

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

Tabla 31
Cálculo de la Muestra

n (muestra) =	**?**
N (población)=	**794**
e (margen de error)=	**0,06**
p (probabilidad de éxito)=	**0,50**
q (probabilidad de fracaso)=	**0,50**
k (nivel de confianza)=	**1,96**

$$n=\frac{1.96^2\times0.5\times0.5\times794}{0.06^2(794-1)+1.96^2\times0.5\times0.5}$$

$$n=\frac{762,5576}{3,8152}$$

$$n=199,87$$

n= 200 **Encuestas**

Nota: Calculo de la Muestra en Pharma Vitality. Investigación Propia.

Las encuestas son aplicadas a 200 jefes de familias promedio de 3000 habitantes en la Parroquia Quitumbe, Barrio San Martín de Porres.

3.01.02 Técnicas de obtención de información

Para obtener la información en el análisis del consumidor es indispensable una herramienta la cual será en este caso será la encuesta ya que es el método que más se utiliza en la investigación de mercado.

Las encuesta es la entrevista que se puede realizar a un gran número de personas mediante un cuestionario de preguntas prediseñada para la obtención de información que aporte un valor especifico al proyecto. (Acosta, 2011)

La aplicación de las encuestas se realizó en el Barrio San Martín de Porres específicamente frente al UPC N° 4 Quitumbe Calle Principal “K”, para determinar el requerimiento de la población, sector donde se implementara la Farmacia.

3.01.03 Análisis de la información

Luego de encuestar a 200 representantes de familias de la Parroquia de Quitumbe - Barrio San Martin de Porres, se procedió a tabular las encuestas obteniendo los siguientes resultados detallados a continuación.

Pregunta N°1

Tabla 32

¿Qué productos adquiere con mayor frecuencia en una farmacia?

ITEMS	FRECUENCIA	%
Productos de higiene personal (champú, jabón, pasta dental, cepillo dental, etc.)	40	20,00
Productos para bebés	25	12,50
Medicamentos	118	59,00
Cosméticos	7	3,50
Productos Naturales	10	5,00
TOTAL	200	100,00

Nota: Resultados de la pregunta 1 realizada en el barrio San Martin de Porres de la Parroquia Quitumbe. Investigación Propia.

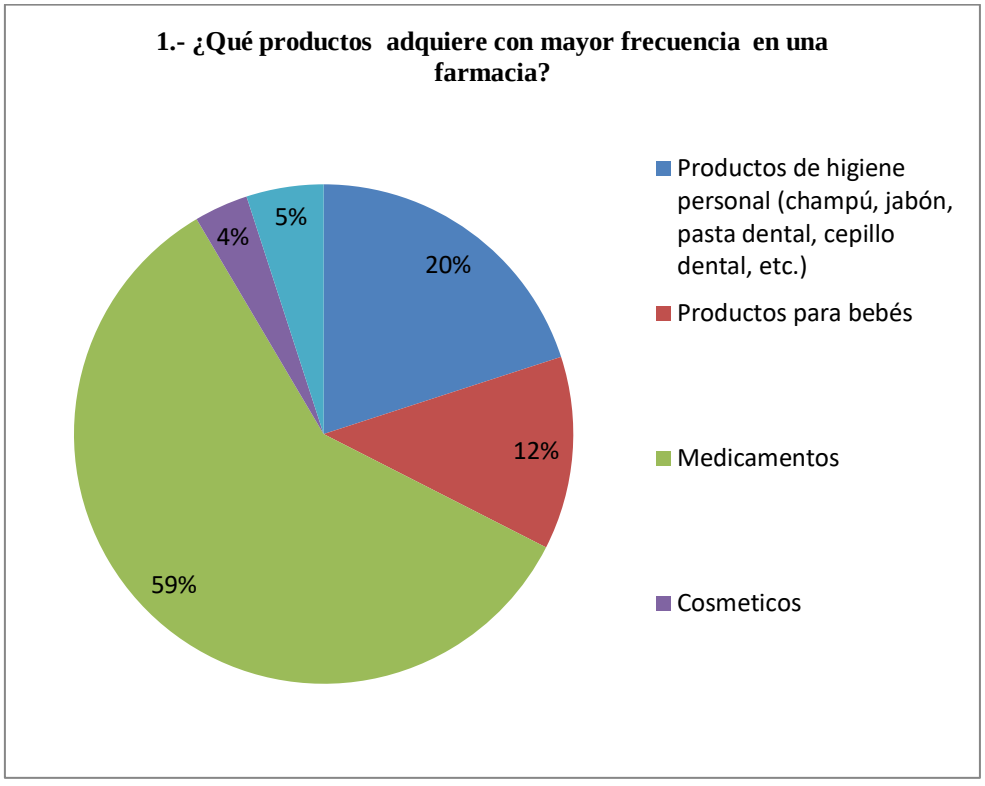


Figura 22. Pregunta 1 de la encuesta realizada a los habitantes del Barrio San Martín de Porres.

Análisis

Se puede observar que un 59% de la población de la Parroquia de Quitumbe, Barrio San Martín de Porres adquiere más medicamentos siendo el producto más demandado por la población y debemos tomar en cuenta que un 20% adquiere productos de higiene personal, por lo cual esto lo debemos tomar más en cuenta para implantar en la farmacia ya que nos ayudara a aumentar la rentabilidad de la Farmacia.

Como último descartamos a los productos sustitos ya que solo un 4% de los demandantes adquieren cosméticos.

Pregunta N°2

Tabla 33

¿Al realizar una compra en una Farmacia que atributos toma más en cuenta?

PREGUNTA 2		
ITEMS	**FRECUENCIA**	**%**
Calidad	30	15,00
Precio	40	20,00
Atención al Cliente	65	32,50
Stock	20	10,00
Promociones	45	22,50
TOTAL	200	100,00

Nota: Resultados de la pregunta 2 realizada en el barrio San Martin de Porres de la Parroquia Quitumbe. Investigación Propia

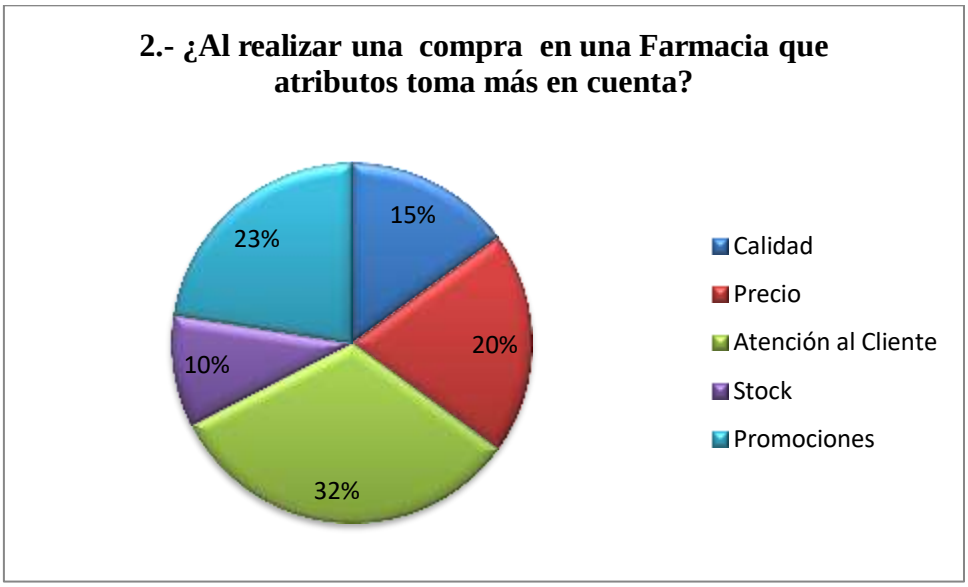


Figura 23. Pregunta 2 de la encuesta realizada a los habitantes del Barrio San Martín de Porres.

Análisis

A través de las 200 encuestas se obtiene que el 32% de los consumidores al momento de realizar una compra toman en cuenta el servicio recibido por parte del personal que expende o distribuyen los productos en las farmacias, por lo cual debemos reducir el tiempo de espera en la atención al cliente.

Pregunta N°3

Tabla 34
¿Con que facilidad encuentra un medicamento en la farmacia de su Barrio?

PREGUNTA 3		
ITEMS	**FRECUENCIA**	**%**
Fácil	45	22,50
Con Dificultad	123	61,50
No Encuentra	32	16,00
TOTAL	200	100,00

Nota: Resultados de la pregunta 3 realizada en el barrio San Martin de Porres de la Parroquia Quitumbe. Investigación Propia

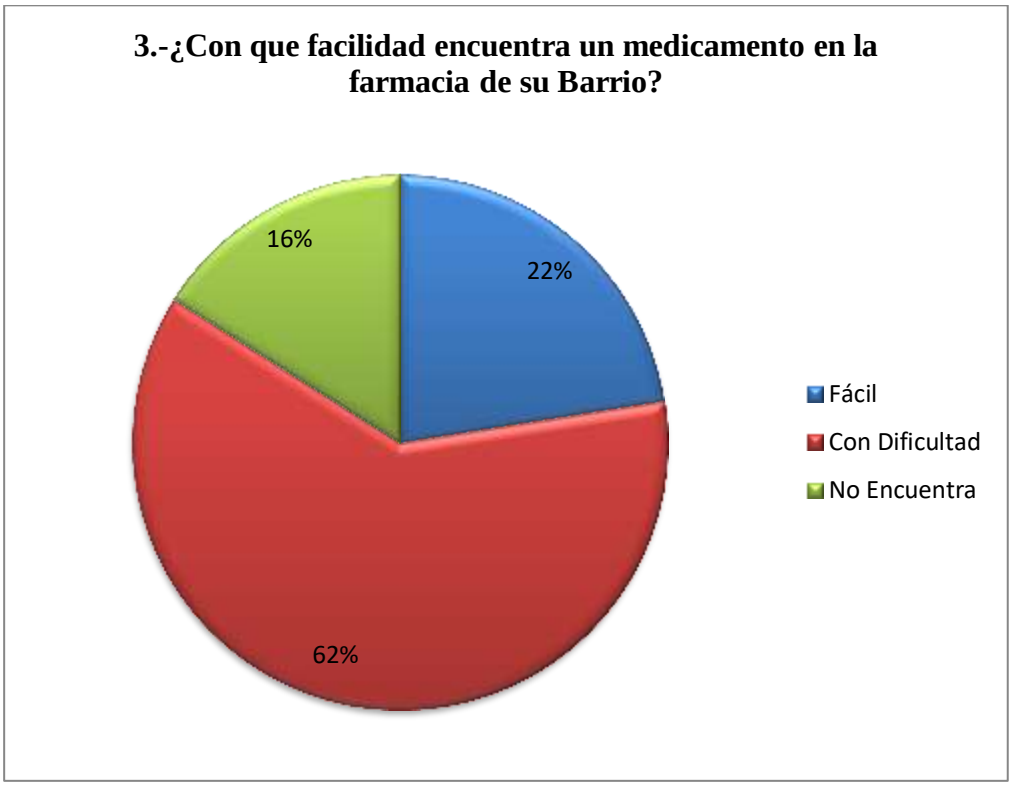


Figura 24. Pregunta 3de la encuesta realizada a los habitantes del Barrio San Martín de Porres.

Análisis

Del 100% de las encuesta realizadas se pudo determinar que el 22% encuentra con facilidad los medicamentos, un 16% no encuentra y el 62% de los encuestados manifiestan que conseguir los medicamentos es difícil n en el Barrio San Martín de Porres, lo que nos demuestra que tenemos que como es una oportunidad para nuestro nuevo negocio ya que debemos mantener un stock adecuado y suficiente para satisfacer las necesidades a nuestros clientes.

Pregunta N°4

Tabla 35
¿Cuáles son los servicios que le gustaría recibir de una Farmacia?

PREGUNTA 4		
ITEMS	**FRECUENCIA**	**%**
Plan de Medicación Continua	68	34,00
Información mediante correo electrónico	56	28,00
Días de promoción	76	38,00
TOTAL	200	100,00

Nota: Resultados de la pregunta 4 realizada en el barrio San Martin de Porres de la Parroquia Quitumbe. Investigación Propia.

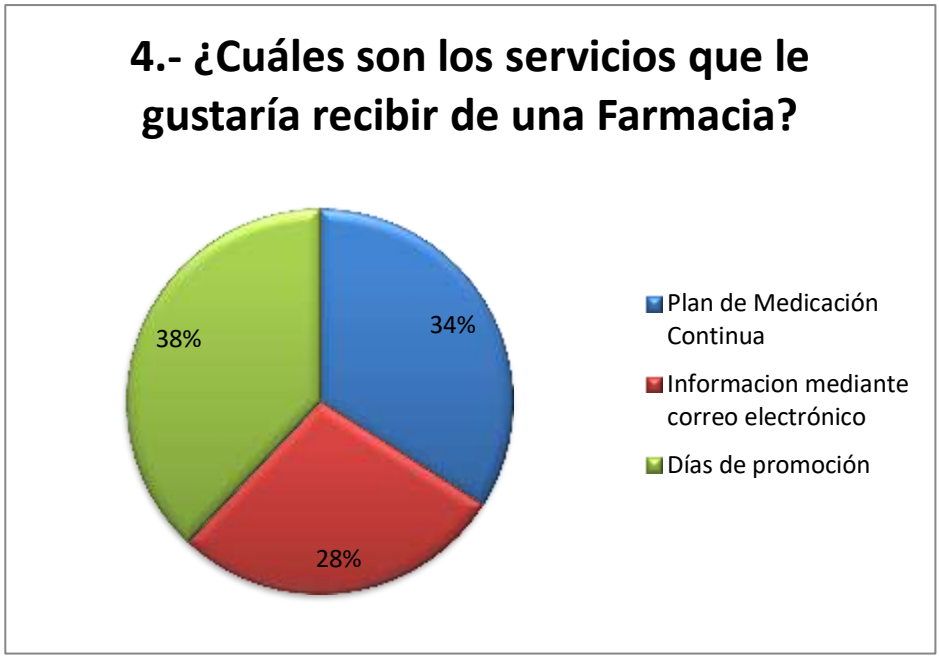


Figura 25. Pregunta 4 de la encuesta realizada a los habitantes del Barrio San Martín de Porres.

Análisis

De los ítems expuestos las familias prefieren recibir días de promoción en un con un 66%, esto nos ayuda a buscar proveedores que brinden más beneficios a las farmacia, por lo tanto la farmacia también podrá planificar e implantar los días de promoción pero sin que afecta el beneficio económico para la misma.

Pregunta N°5

Tabla 36

¿Se encuentra satisfecho con el servicio que recibe de las Farmacias del Sector?

PREGUNTA 5		
ITEMS	**FRECUENCIA**	**%**
SI	72	36,00
NO	128	64,00
TOTAL	200	100,00

Nota: Resultados de la pregunta 5 realizada en el barrio San Martin de Porres de la Parroquia Quitumbe. Investigación Propia.

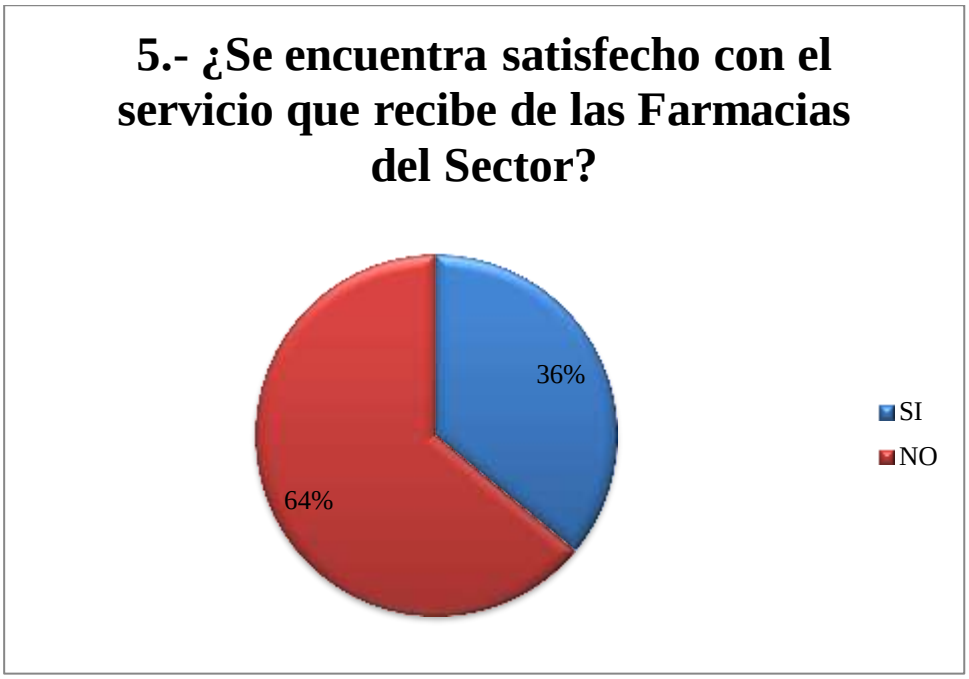


Figura 26. *Pregunta 5* de la encuesta realizada a los habitantes del Barrio San Martín de Porres.

Análisis

Un 64% de familias encuestadas están insatisfechas con el servicio que reciben y un 36% está satisfecho. Pero al momento de realizar las encuestas algunos de los encuestados supieron manifestar que están satisfechos con el servicio de la misma pero que es muy lejana para el sector por lo que recomiendan una farmacia cerca al Centro de Salud San Martín.

Pregunta N°6

Tabla 37
¿Qué horario le gustaría que atendiera una farmacia?

PREGUNTA 6	
ITEMS	**FRECUENCIA**
Todos los días de 7:00 am a 9:30 pm	6
Todos los días de 8:00 am a 8:00 pm incluido feriados	165
Todos los días de 8:00 am a 10:00 pm	25
Todos los días de 9am a 00:00 am incluido feriados	4
TOTAL	**200**

Nota: Resultados de la pregunta 6 realizada en el barrio San Martin de Porres de la Parroquia Quitumbe. Investigación Propia.

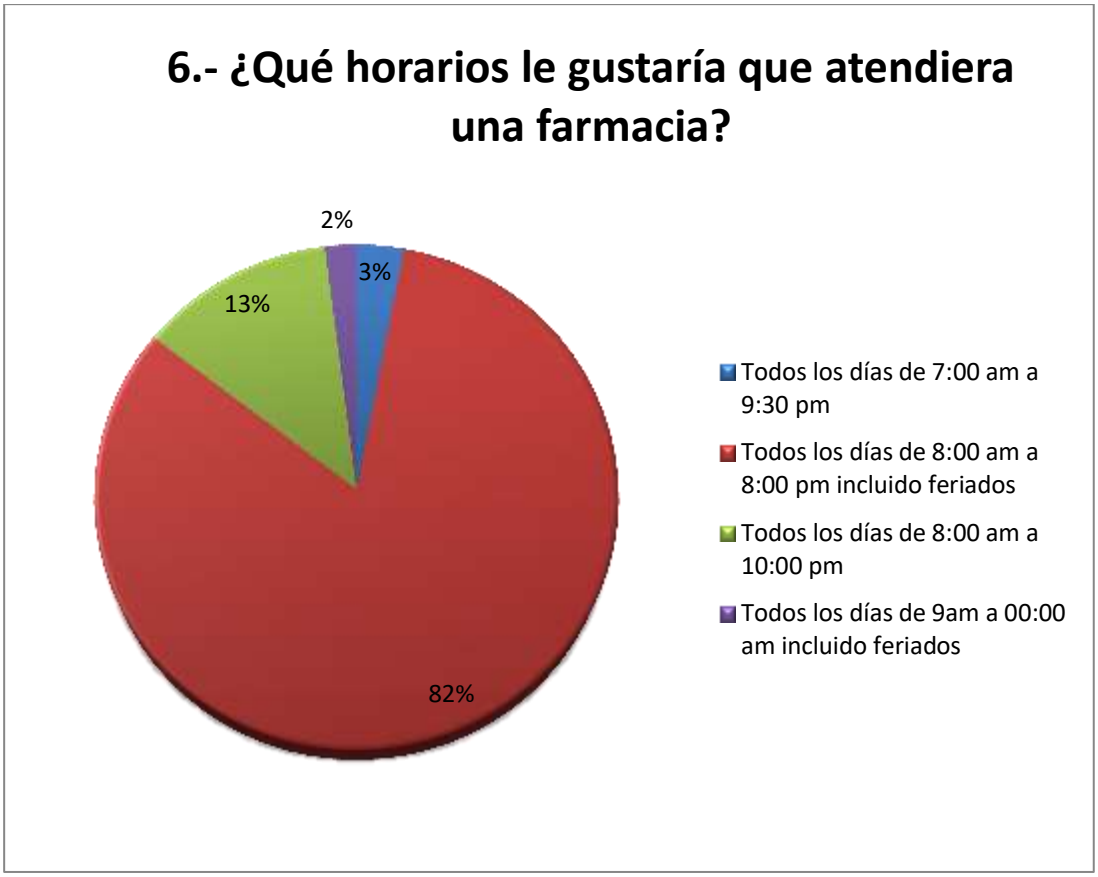


Figura 27. Pregunta 6de la encuesta realizada a los habitantes del Barrio San Martín de Porres.

Análisis

Esta Pregunta nos permitirá conocer el horario de atención que les gustaría a nuestros posibles consumidores, por lo cual los resultados indican que el 82% de la población les gustaría que la farmacia atendiera de ocho de la mañana (8:00 am) hasta las ocho de la noche (08:00pm), incluido feriados ya que en los feriados algunas tienden a cerrar., por lo tanto la farmacia va a tomar en cuenta este horario para satisfacer las necesidades de las familias.

Pregunta N°7

Tabla 38

¿Cuánto invierte usted en medicamentos farmacéuticos mensualmente?

PREGUNTA 7		
ITEMS	**FRECUENCIA**	**%**
$0-$15	30	15,00
$16-$30	106	35,00
$31-$50	50	43,00
$51-$70	14	7,00
TOTAL	**200**	**100,00**

Nota: Resultados de la pregunta 7 realizada en el barrio San Martin de Porres de la Parroquia Quitumbe. Investigación Propia.

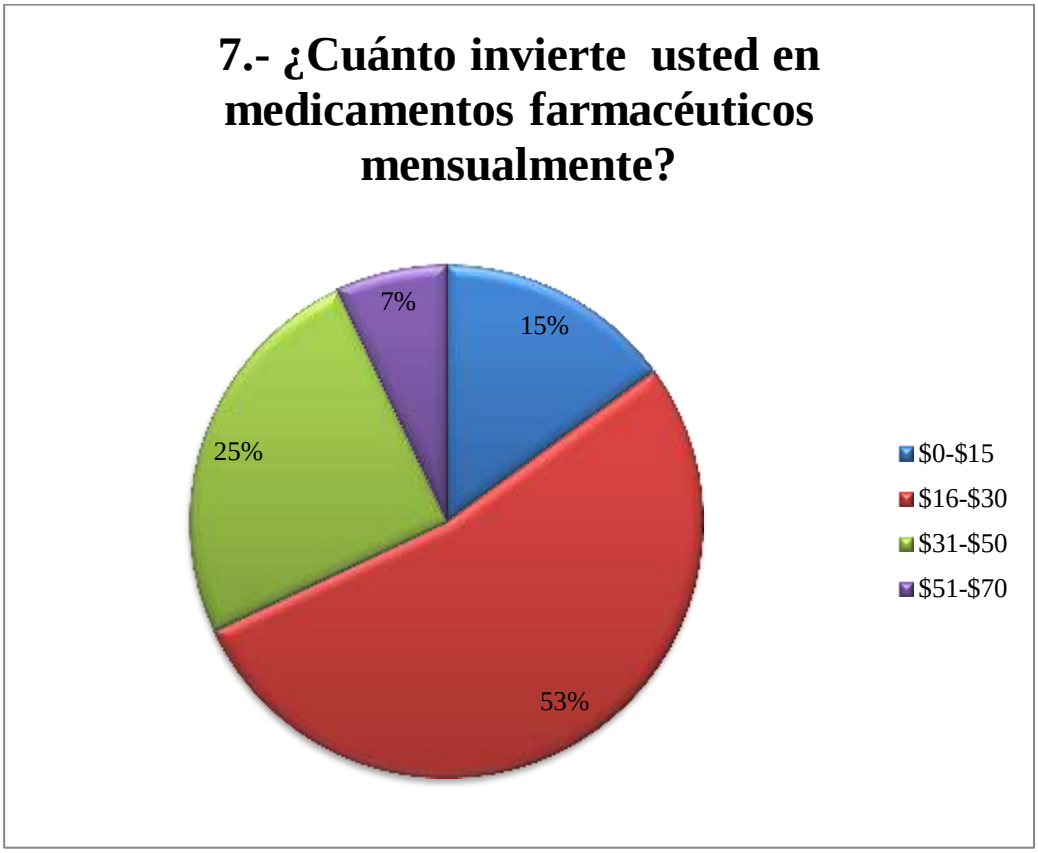


Figura 28. Pregunta 7 de la encuesta realizada a los habitantes del Barrio San Martín de Porres.

Análisis

La población del Barrio San Martín de Porres, responde con un 43% que cancela por sus productos farmacéuticos de 25 dólares en adelante mensualmente en una farmacia y con un 30% de 11 a 20 dólares. Relacionando con la pregunta uno de la encuesta realizada parte del 59% los demandantes lo gastan en medicamentos.

Pregunta N°8

Tabla 39
¿Qué medicamentos consume usted?

PREGUNTA 8		
ITEMS	**FRECUENCIA**	**%**
Medicamentos Genéricos	93	46,50
Medicamentos de Marca	107	53,50
TOTAL	200	100,00

Nota: Resultados de la pregunta 8 realizada en el barrio San Martin de Porres de la Parroquia Quitumbe. Fuente: Investigación Propia.

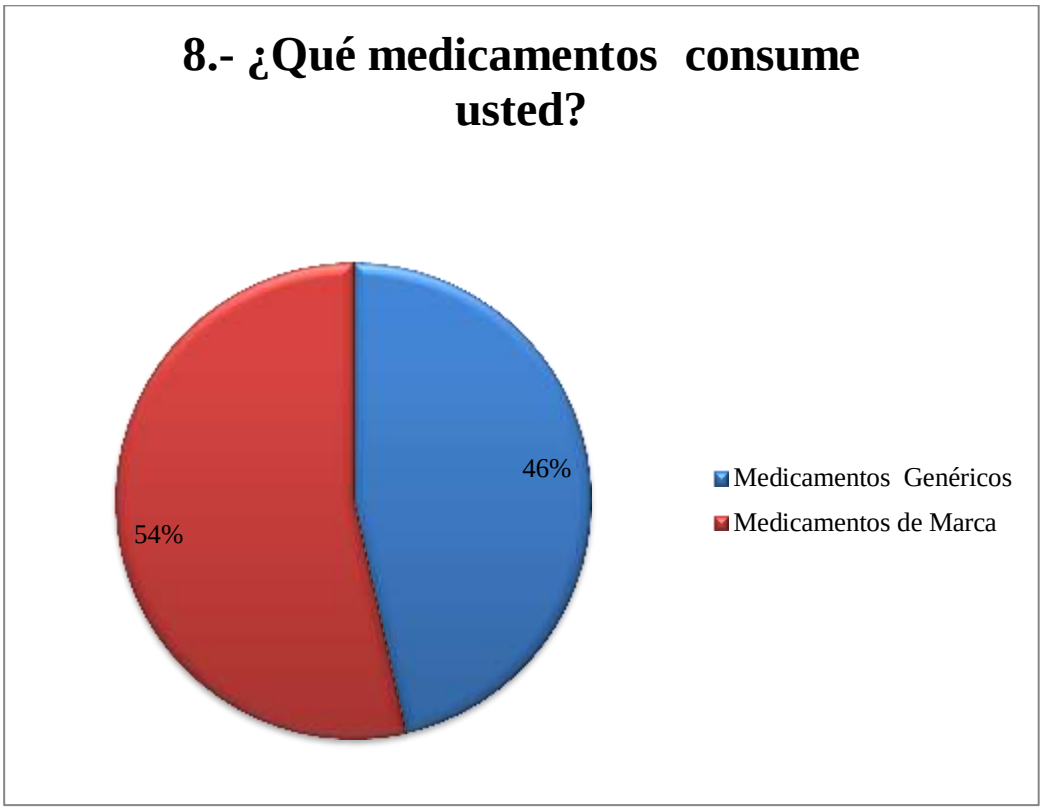


Figura 29. Pregunta 8 de la encuesta realizada a los habitantes del Barrio San Martín de Porres.

Análisis

Esta pregunta hace referencia a que clase de medicamentos consume más las familias del sector da como resultado que un 53.50 % de la población adquiere medicamentos de marca y un 46,50 % medicamentos genéricos, lo cual da una pauta a que en el stock se tenga marcas variadas para cubrir las necesidades de los habitantes y al preferir más los medicamentos de marca esto da como resultado más rentabilidad ya que los mismos tienen un precio más elevado.

Pregunta N^{O} 9

Tabla 40

¿Utilizaría usted los productos de una nueva farmacia en el sector, que brindara los beneficios que usted necesita?

PREGUNTA 9		
ITEMS	**FRECUENCIA**	**%**
SI	178	89,00
NO	22	11,00
TOTAL	**200**	**100,00**

***Nota*:** Resultados de la pregunta 9 realizada en el barrio San Martin de Porres de la Parroquia Quitumbe. Investigación Propia.

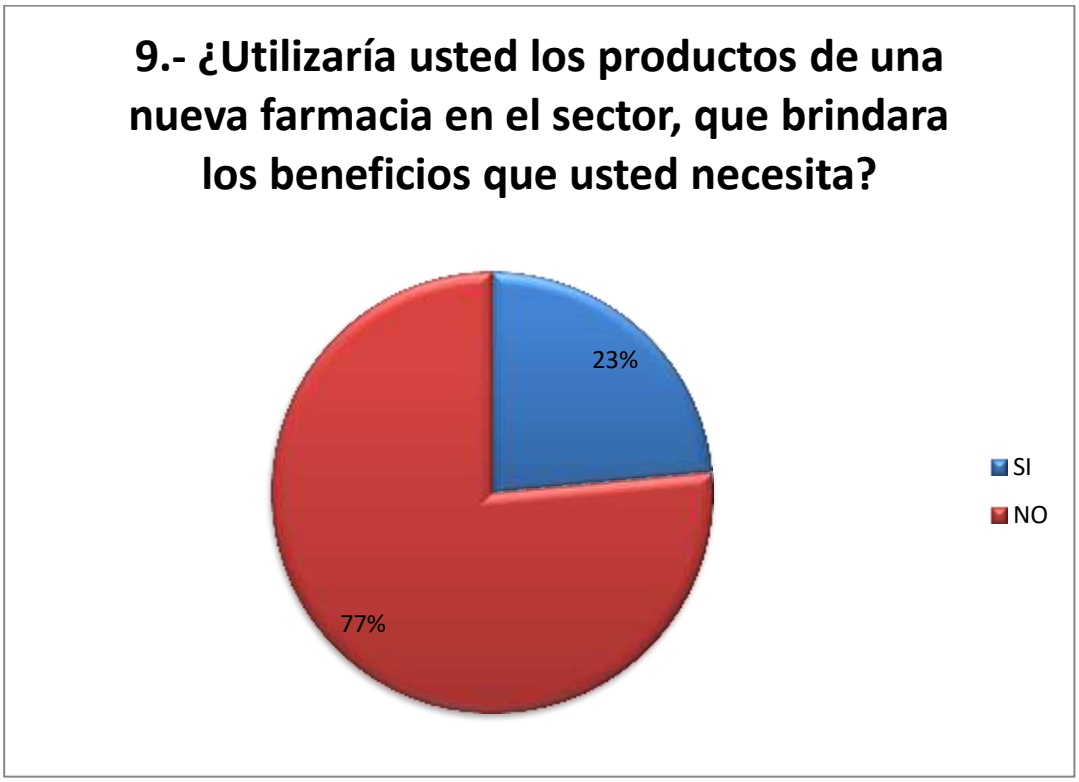


Figura 30. *Pregunta 9* de la encuesta realizada a los habitantes del Barrio San Martín de Porres.

Análisis

Esta pregunta hace referencia a que el 89% de la Población del Barrio San Martin de Porres utilizará los productos que brinde nuestra nueva farmacia, lo cual determina que tendremos gran demanda para nuestra farmacia.

Pregunta N°10

Tabla 41
¿Consume productos naturales?

PREGUNTA 10		
ITEMS	**FRECUENCIA**	**%**
SI	47	23,50
NO	153	76,50
TOTAL	**200**	**100,00**

Nota: Resultados de la pregunta 10 realizada en el barrio San Martin de Porres de la Parroquia Quitumbe. Investigación Propia.

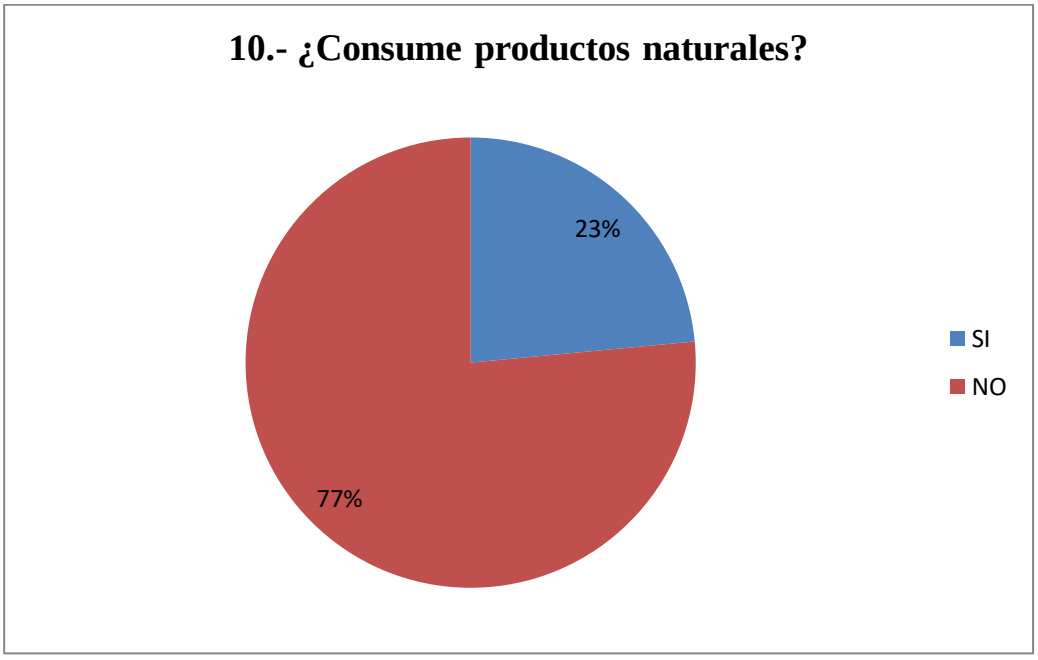


Figura 31. Pregunta 10 de la encuesta realizada a los habitantes del Barrio San Martín de Porres.

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 23% que sí lo hace.

Pregunta N^{O} 11

Tabla 42
En caso de que su respuesta en la pregunta anterior haya sido afirmativa, indique ¿En qué establecimiento compra productos naturales?

PREGUNTA 11		
ITEMS	**FRECUENCIA**	**%**
FARMACIAS	15	31,91
CENTROS NATURISTAS (SUN NATURAL)	32	68,09
TOTAL	**47**	**100,00**

Nota: Resultados de la pregunta 11 realizada en el barrio San Martin de Porres de la Parroquia Quitumbe. Investigación Propia.

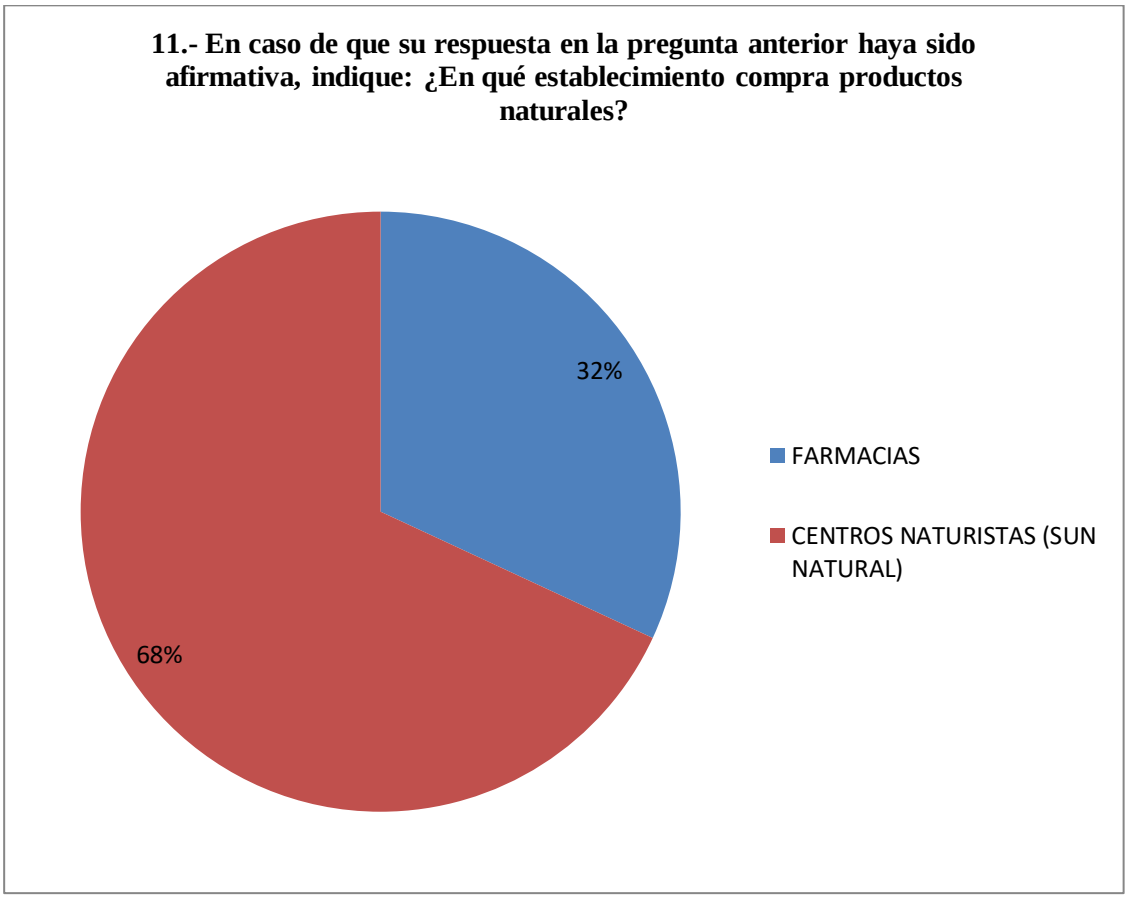


Figura 32. Pregunta 11 de la encuesta realizada a los habitantes de la población de San Martín de Porres

Análisis:

Se obtiene como resultado que de 47 familias que consumen productos naturales solo el 68.09% adquieren sus productos en Centros naturistas y un 31,91% en farmacias lo cual es necesario manejar un stock variado de productos naturales para nuestros demandantes.

3.02 Oferta

Cantidad de bienes y servicios que los ofertantes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos. (Economipedia, 2015)

Por lo tanto en este proyecto, se ha tomado en cuenta para el cálculo de la oferta a la competencia que tendría la farmacia propuesta.

Se analizará la oferta histórica, actual y proyectada de Farmacia San Martín, siendo competencia directa del negocio a establecerse.

3.02. 01 Oferta histórica.

La Farmacia San Martín fue creada a inicios del año 2011 por lo tanto se procederá al cálculo de su oferta histórica, con la oferta actual y con el PIB SALUD del 2016 hasta el 2012 correspondiente.

Tabla 43
Oferta Histórica

OFERTA HISTÓRICA	FARMACIA SAN MARTÍN	
2016	$	68.642,31
2015	$	68.619,11
2014	$	68.596,00
2013	$	68.574,05
2012	$	68.551,02

Nota: Oferta histórica de la Farmacia San Martin últimos 5 años. Investigación Propia.

3.02. 02 Oferta actual.

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

Tabla 44
Oferta actual

VENTAS	CONSUMO DIARIO
LUNES	$ 113,59
MARTES	$ 235,41
MIERCOLES	$ 232,6
JUEVES	$ 220,79
VIERNES	$ 170,12
SABADO	$ 242,25
DOMINGO	$ 215,78
SUMA	$ 1430,54
PROMEDIO DIARIO	$ 204,36

Nota: Oferta Actual de la farmacia de la farmacia San Martin de Porres de la Parroquia Quitumbe. Investigación Propia.

Por lo tanto podemos observar que las ventas diarias promedio de la Farmacia San Martín son de $204,36; este dato nos permite obtener las ventas mensuales que son de $5722,16 y la venta anual (oferta actual) correspondiente a $68665,92.

3.02. 03 Oferta proyectada

La oferta proyectada nos permitirá conocer la cantidad a fututo de bienes o servicios que la competencia brindará al mercado. Para el efecto se ha utilizado la siguiente fórmula:

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

Dónde:

C_n= Oferta proyectada

C_0= Oferta actual

i= Promedio de los porcentajes de variación del PIB

n= Tiempo

Los valores se han proyectado con el promedio de los porcentajes de variación del PIB SALUD de los años 2012 al 2016 correspondiente al 3,31%.

Tabla 45
Oferta proyectada

OFERTA PROYECTADA	FARMACIA SAN MARTÍN
2018	$ 70.938,76
2019	$ 73.286,83
2020	$ 75.712,63
2021	$ 78.218,72
2022	$ 80.807,76

Nota: Oferta Proyectada en la farmacia del Barrio San Martin de Porres de la parroquia Quitumbe. Investigación propia.

3.03 Oferta de productos sustitutos

Los productos sustitutos de la farmacia propuesta por el proyecto es el centro naturista ubicado en una zona aledaña, este es: Sun Natural

3.03. 01 Oferta histórica de productos sustitutos

La oferta histórica se ha calculado con la siguiente fórmula:

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

Dónde:

C_n= Oferta histórica

C_0= Oferta del año posterior al año de cálculo

i= Porcentaje de variación del PIB

Tabla 46.
Oferta histórica de productos sustitutos

OFERTA HISTÓRICA	SUN NATURAL	
2016	$	21.592,57
2015	$	21.585,28
2014	$	21.578,00
2013	$	21.571,10
2012	$	21.563,86

Nota: En la presente tabla se detalla la oferta histórica de los productos sustitutos. Investigación Propia

3.03. 02 Oferta actual de productos sustitutos

El cálculo de la oferta actual de productos sustitutos se basó en la cifra proporcionada por el propietario de los Centro Naturista "SUN NATURAL", con este dato se determinó un promedio de venta diaria, lo cual corresponde

únicamente a aproximaciones por la dificultad presentada al conseguir los datos reales.

Tabla 47
Oferta actual de productos sustitutos (SUN NATURAL)

VENTAS		CONSUMO DIARIO
LUNES	$	65,00
MARTES	$	50,00
MIERCOLES	$	70,00
JUEVES	$	65,00
VIERNES	$	55,00
SABADO	$	85,00
DOMINGO	$	60,00
SUMA	$	450,00
PROMEDIO	$	64,29

Nota: Oferta actual de productos sustitutos (SUN NATURAL). (SUN NATURAL)

Con el dato de las ventas diarias promedio del Centro Naturista Sun Natural de $64,29; este dato permite obtener las ventas mensuales que son de $1800,00 y la venta anual correspondiente a $21600,00. Del total de ventas anuales se tomará en cuenta únicamente el 23,50% correspondiente al porcentaje de familias que consumen productos naturales, obteniendo un valor de $ 5076,60 posteriormente, de este valor se extraerá el 32% equivalente al porcentaje de familias que compran este tipo de productos en Sun Natural dando como resultado $ 6912.

3.03. 03 Oferta proyectada de productos sustitutos

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

La oferta proyectada se ha determinado tomando en cuenta el porcentaje promedio de crecimiento del PIB SALUD correspondiente a 3,31%

Tabla 48.
Oferta proyectada de productos sustitutos

OFERTA PROYECTADA	SUN NATURAL
2018	$ 22.314,96
2019	$ 23.053,59
2020	$ 23.816,66
2021	$ 24.604,99
2022	$ 25.419,42

***Nota*: Oferta proyectada de productos sustitutos (SUN NATURAL). (SUN NATURAL)**

3.04 Oferta global

Nos permitirá 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 49
Oferta global actual

AÑOS	SUN NATURAL	FARMACIA SAN MARTÍN	OFERTA GLOBAL ACTUAL
2017	21600,00	68665,92	90265,92

***Nota*:** Oferta global actual de productos sustitutos (SUN NATURAL). (SUN NATURAL)

Tabla 50
Oferta global proyectada

AÑOS	SUN NATURAL	FARMACIA SAN MARTÍN	OFERTA GLOBAL PROYECTADA
2018	22314,96	$ 70.938,76	$ 93.253,72
2019	23053,59	$ 73.286,83	$ 96.340,42
2020	23816,66	$ 75.712,63	$ 99.529,29
2021	24604,99	$ 78.218,72	$ 102.823,71
2022	25419,42	$ 80.807,76	$ 106.227,17

Nota: Oferta global proyectada de productos sustitutos "SUN NATURAL". SUN NATURAL

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

3.05 Demanda

Cantidad máxima de un Bien o servicio que un individuo o grupo de ellos está dispuesto a adquirir a un determinado Precio, por unidad de Tiempo. (Eco-finanzas)

3.05.01 Demanda histórica.

El cálculo de la demanda histórica es importante para tener datos de tendencias de años anteriores.

Para su cálculo se utilizó la siguiente fórmula:

$$C_n = \frac{C_0}{1 + i}$$

Dónde:

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 51
Inflación y tasa de crecimiento poblacional

AÑOS	Inflación	Tasa de Crecimiento	%	I
2011	5,41	1,44	6,85	0,0685
2012	4,16	1,61	5,77	0,0577
2013	2,7	1,58	4,28	0,0428
2014	3,67	1,56	5,23	0,0523
2015	3,38	1,53	4,91	0,0491
2016	1,12	1,56	2,68	0,0268

Nota: Inflación y tasa de crecimiento poblacional. BCE

Tabla 52
Demanda histórica

Años	Ventas	
2012	$	199.106,67
2013	$	222.891,88
2014	$	226.193,24
2015	$	239.477,41
2016	$	256.692,08

Nota: La presente tabla detalla la demanda histórica (2012-2016). Investigación Propia

3.05.02 Demanda actual

La demanda actual se determina en base al número de familias de la Parroquia Quitumbe Barrio San Martín de Porres y el promedio de consumo mensual extraído de la encuesta.

Tabla 53
Promedio de consumo mensual

ITEMS		PROMEDIO	N° DE PERSONAS	TOTAL
$ 0	$ 15	$ 8	30	$225,00
$ 16	$ 30	$ 23	106	$2438,00
$ 31	$ 50	$ 41	50	$2025,00
$ 51	$ 70	$ 61	14	$847,00
TOTAL			200,00	$5535,00
Consumo Mensual				$27,675

Nota: La presente tabla describe el promedio consumo mensual de los moradores del Barrio San Martín. Investigación Propia de Porres.

Tabla 54
Demanda actual anual

Población	3000
Promedio por personas por hogar:	3,78
Población:	794
Consumo Mensual	$ 27,68
Consumo Mensual Promedio	$ 21.964,29
Demanda anual (ACTUAL) 2017	$ 263.571,43

Nota: Detalle de los datos que se toman en cuenta para la demanda actual anual. Investigación Propia

En la tabla se puede observar que la demanda anual actual es de $ 263.571, 43

3.05.03 Demanda proyectada.

La demanda proyectada se calcula con la siguiente fórmula:

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

Dónde:

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 4,91%

Tabla 55
Demanda proyectada

Años	Ventas	
2018	$	270.635,14
2019	$	277.888,16
2020	$	285.335,57
2021	$	292.982,56
2022	$	300.834,49

Nota: La presente tabla detalla la demanda proyectada en los próximos 5 años. Investigación Propia

3.06 Balance oferta-demanda

El balance oferta-demanda representa 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 76,5%, tal valor es obtenidos en las preguntas 5 y 9 de la encuesta en las que se conoció que el 64% de las familias están insatisfechas con el servicio que presta la farmacia de su barrio, además que a un 89% utilizarían los productos de una nueva farmacia en el sector, que brindara los beneficios que usted necesita.

Tabla 56
Balance Actual

Años	Oferta Actual	Demanda Actual	Demanda Insatisfecha	Ventas Anuales
2017	$ 90.265,92	$ 263.571,43	$ (173.305,51)	$ 51.991,65

Nota: La presente describe el Balance Actual. Investigación Propia

3.06.02 Balance proyectado.

El balance proyectado se lo calcula con la diferencia de las cantidades correspondientes a la oferta global proyectada y demanda proyectada.

Tabla 57
Balance proyectado

Años	Oferta Proyectada	Demanda Proyectada	Demanda Insatisfecha	Ventas Anuales Proyectadas
2018	$ 93.253,72	$ 270.635,14	$ (177.381,42)	$ 53.214,43
2019	$ 96.340,42	$ 277.888,16	$ (181.547,74)	$ 54.464,32
2020	$ 99.529,29	$ 285.335,57	$ (185.806,28)	$ 55.741,88
2021	$ 102.823,71	$ 292.982,56	$ (190.158,85)	$ 57.047,66
2022	$ 106.227,17	$ 300.834,49	$ (194.607,32)	$ 58.382,20

***Nota*:** Balance Proyectado en los próximos 5 años. Investigación Propia

Capitulo IV

4.01 Tamaño del Proyecto

Expresa la cantidad de producto o servicio, por unidad de tiempo, por esto lo podemos definir en función de su capacidad de producción de bienes o prestación de servicios, durante un período de tiempo determinado. (Universidad Santo Tomás Primer Claustro Universitario de Colombia)

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

4.01 .01 Capacidad instalada

La capacidad instalada es la cantidad máxima de prestación de servicio por un tiempo determinado y es considerada como el 100% de la capacidad del total de la empresa, es decir la capacidad instalada del proyecto es el total de las áreas del local comercial.

Para la ejecución del proyecto se ha seleccionado un local comercial de 40 m^2, cumpliendo lo que ha establecido en el reglamento y control de funcionamiento de establecimientos farmacéuticos.

El establecimiento contará con las siguientes áreas:

- Área Administrativa
- Área de Recepción
- Área de Cuarentena
- Área de Almacenamiento
- Área de dispensación y Expendio

4.01 .01.01 Área administrativa

El área administrativa cuenta con dos sub áreas:

4.01. 01.01. 01 Área de archivo

El cual se divide en 3 partes los cuales deben 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
- Archivo de facturas
- Cierres de caja
- Inventarios

Documentos del personal:

- Copias de cédula de identidad y papeleta de votación del personal
- Copias del título de bachiller
- Título del Químico Farmacéutico
- Contratos

Documentos de la farmacia

- Patente, plano 1:50
- Permiso municipal
- Permiso de bomberos
- Permiso de funcionamiento del ARCSA

4.01. 01.01. 02 Área de bibliografía

Esta área contiene los documentos que son de suma importancia para la farmacia ya que servirán de gran ayuda.

- Vademécum
- Cuadro nacional de medicamentos básicos
- Ley Orgánica de Salud
- Ley de Estupefacientes y Psicotrópicos
- Farmacopeas.

4.01 .01.02 Área de recepción

Lugar donde se receptan los pedidos que llegan a la farmacia y se procede a constatar que la cantidad solicitada al proveedor sea igual a la orden de compra, de tal manera que la cantidad al momento de recibirla se tome verifique 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 debidos a que están deteriorados o próximos a vencer plazo de 90 días, esos productos ya no constan en el sistema para su venta.

4.01.01.04 Área de almacenamiento

El área de almacenamiento incluye varias sub áreas que son:

- **Área de productos controlados:** 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 y son los Psicotrópicos y Estupefacientes.

- **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%.

- **Área de productos fotosensible:** Se ubican productos sensibles a la luz. Los medicamentos fotosensibles vienen en recipientes color ámbar.

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

4.01 .01.05 Área de dispensación y expendio

- **Área de dispensación:** Área que ocupa el dependiente o administrador para esperar al cliente

- **Área de expendio:** Zona que requiere de perchas y vitrinas manejando conceptos de merchandising, la iluminación y ubicación de los productos para llamar la atención de los consumidores y mejorar las ventas.

4.01.02 Capacidad óptima

Es el porcentaje usado del total instalado de la empresa, es la capacidad que más genera rentabilidad. (Chimbo J. , 2016)

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 de los trabajadores de la misma.

Tabla 58
Capacidad Óptima

DESCRIPCIÓN	CANT.	PVP. UNITARIO	PVP. TOTAL
Tablero ranurado 244 cm -217 cm - 1,5 cm	4	$ 90,00	$ 360,00
Ganchos 15 cm - 7cm - 2,5cm pqte. X 10 und	5	$ 4,50	$ 22,50
Ganchos 30 cm - 7cm - 2,5cm pqte. X 10 und	5	$ 7,50	$ 37,50
Plancha para bandejas de Vidrio 80 cm - 13 cm	2	$ 50,00	$ 100,00
Percha 5 servicios 93cm - 33 cm - 2cm	2	$ 55,00	$ 110,00
Percha 7 servicios 93cm - 33 cm - 2cm	3	$ 90,00	$ 270,00
Vitrina panorámica 120cm -53cm- 120cm	4	$ 220,00	$ 880,00
Mostrador caja 120 cm -53- 120 cm	1	$ 280,00	$ 280,00
Calculadora Casio	2	$ 17,00	$ 34,00
Grapadora pequeña	2	$ 4,00	$ 8,00
Perforadora	2	$ 4,30	$ 8,60
Mini Refrigerador Mabe 4.0	1	$ 248,00	$ 248,00
Dispensador de agua	2	$ 42,00	$ 84,00
Termohigrómetro 20 x 15 cm	1	$ 36,00	$ 36,00
Candado Viro 75mm	2	$ 30,00	$ 60,00
Candado Viro 94 mm	3	$ 40,00	$ 120,00
Extintor 10 lb	1	$ 28,00	$ 28,00
Barras protectoras de candado enrrollable 1,73 m	1	$ 15,00	$ 15,00
Barras protectoras de candado enrrollable 2,13 m	1	$ 25,00	$ 25,00
Banco Plástico confort	2	$ 5,00	$ 10,00
Basurero pedal 8 lt	4	$ 6,50	$ 26,00
Puerta de aluminio y vidrio 2,05m- 1,6 m	1	$ 150,00	$ 150,00
Escalera dos escalones plegable alumnio	2	$ 20,00	$ 40,00
Silla de oficina giratoria ergonómica	1	$ 109,00	$ 109,00
Escritorio Moderno de madera	1	$ 225,00	$ 225,00
Archivador 4 gavetas vertical de metal	1	$ 158,00	$ 158,00
Letrero grande 2,5 m x 1 m	1	$ 255,00	$ 255,00
Letrero pequeño 55 cm x 25 cm	1	$ 48,00	$ 48,00
Teléfono inalámbrico Panasonic Doble contestador	1	$ 55,00	$ 55,00
Computador Samsung Led 28 full HD	2	$ 525,00	$ 1.050,00
Impresora Epson Tmu 220 d806	1	$ 360,00	$ 360,00
Impresora Epson Wf 2631	1	$ 269,00	$ 269,00
Lector CodigoBarra Pistola Honeywell 1200	2	$ 169,00	$ 338,00
Software Infamed	1	$ 825,00	$ 825,00
TOTAL			$ 6.644,60

Nota: Descripción de la capacidad instalada. Investigación Propia

Tabla 59
Gastos de sueldos y beneficios sociales

Sueldo	ADMINISTRADOR		DEPENDIENTE	
	$	550,00	$	366,00
Décimo tercero	$	45,83	$	30,50
Décimo cuarto	$	30,50	$	30,50
Vacaciones	$	22,92	$	15,25
Aporte patronal	$	66,83	$	44,47
Fondos de reserva	$	-	$	-
Total mensual	$	716,08	$	486,72
Total anual	$	8.592,90	$	5.840,63

Nota: La presente tabla detalla los sueldos del Administrador y Dependiente para sus pagos

El Bioquímico Farmacéutico contará con un sueldo fijo mensual de $ 180 por concepto de servicios profesionales.

4.02 Localización

Es el lugar que se analiza y se elige para instalar el proyecto, con el fin de que este lugar permita generar mayor rentabilidad, maximizando la eficiencia en la comercialización de sus productos o servicio ofrecido.

La localización del proyecto consta de:

- Macro Localización
- Micro Localización

4.02.01 Macro localización

En la Macro localización se elige el país, provincia, cantón y parroquia donde se instalará el negocio, ya que tiene como objetivo determinar las ventajas y desventajas en donde se instalara la empresa.

Para el presente proyecto la farmacia se ubicará en el Ecuador, provincia de Pichincha, cantón Quito, Parroquia Quitumbe.

La parroquia Quitumbe 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 demanda de todo tipo de servicios incluido el farmacéutico.

Figura 33. Macro localización parroquia Quitumbe. Google Maps

4.02.02 Micro –localización

El micro- localización nos indica el lugar exacto donde se ubicará la farmacia.

La farmacia será situada en el barrio San Martín de Porres, en la calle V y K diagonal al UPC N° 4.

La ventaja principal de la elección del lugar es la no existencia de una farmacia que atienda al público con variedad de productos a un horario continuo cerca del UPC N° 4, la Escuela Fiscal Mixta Luis Enrique Raza, el Centro de Salud San Martín

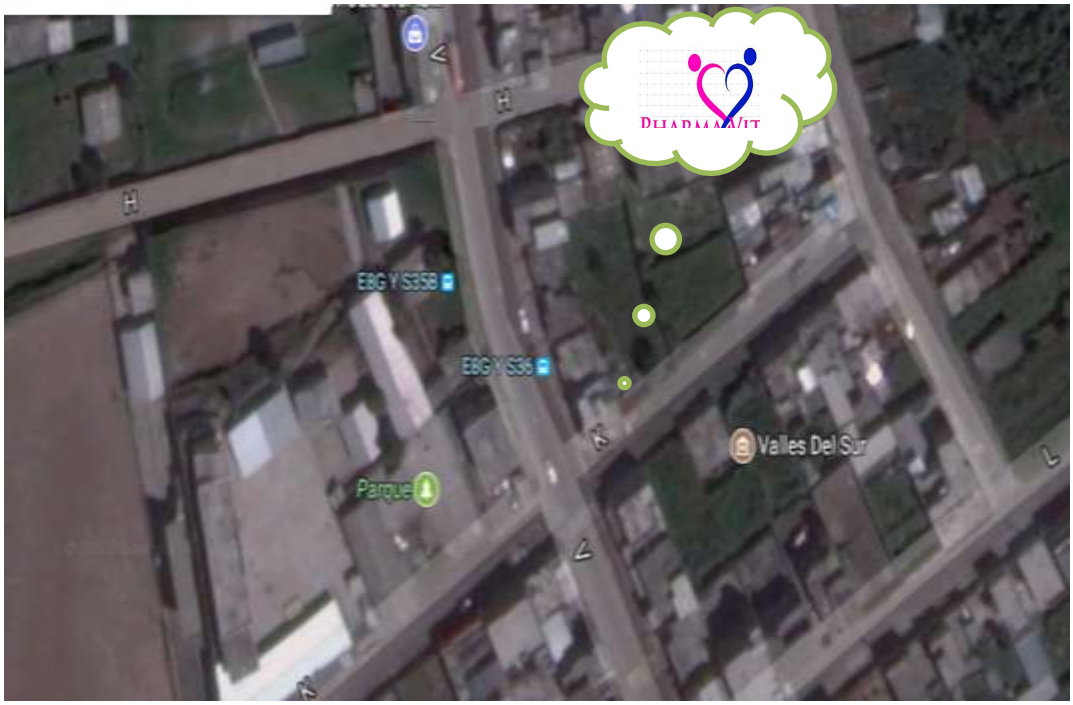


Figura 34. Micro localización Barrio San Martin de Porres. Google Maps

4.02.03 Localización óptima

La método donde se determina la localización optima es aplicando el método cualitativo de peso el cual consiste en definir los factores determinantes para elegir la localización optima, dándole así una calificación del 1 al 4 acuerdo con la importancia mediante una tabla de ponderaciones mediante una escala del 1 al 3; donde 1 es nada, 2 es poco y 3 es suficiente.

Tabla 60
Localización óptima

Factores	Peso	Calle V y K		Calle L y V	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Vías de acceso peatonal	0,10	3	0,30	2	0,20
Transporte público	0,10	3	0,30	3	0,30
Servicios básicos	0,25	4	1.00	3	0,75
Afluencia de personas	0,35	3	1.05	2	0,70
Locales de arriendo	0,10	3	0.30	2	0,20
Negocios complementarios	0,10	4	0.40	1	0,10
TOTAL	**1.00**	**3.35**		**2,25**	

Nota: Factores que influyeron para escoger la localización óptima.

Mediante la elaboración del método cuantitativo se concluye que el lugar más adecuado y óptimo para implantar la farmacia es en la Calle V y K ya que cuenta con los factores que incidirían en la rentabilidad del negocio, principalmente por la afluencia de personas a comparación con la Calle L y V y por la disponibilidad de locales de arriendo que aunque el costo es ligeramente mayor a los de la Calle L y V presentan mayores beneficios para el arrendador como la amplitud y luminosidad del local; además la calle V y K presenta negocios complementarios de los que carece la Calle L y V como la presencia del Centro de Salud San Martín que contribuiría al incremento de ventas.

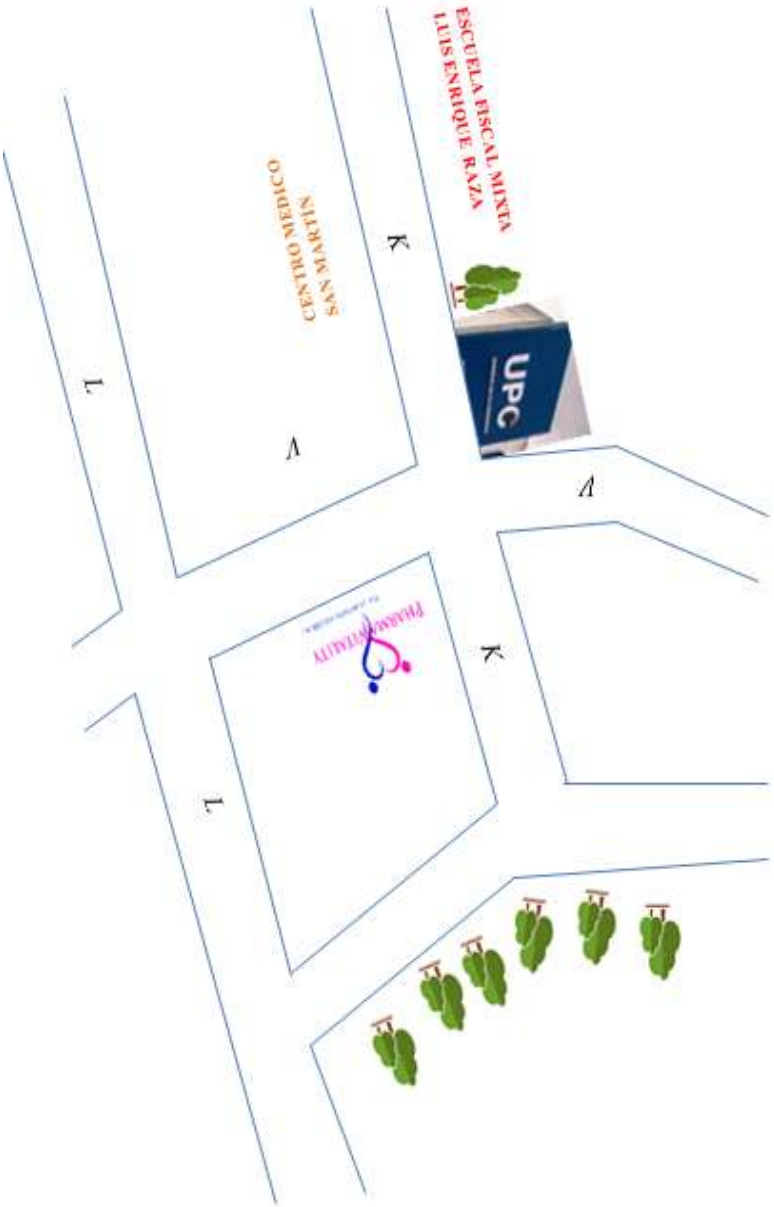


Figura 35. Localización Óptima. Investigación propia

4.03 Ingeniería del Producto

Es todo lo referente a las instalaciones y funcionamiento de la planta, describiendo cada proceso, con la optimización de los recursos, tiempo y espacio físico para reducir. (Cahuate, 2014)

4.03.01 Definición del B y S

El proyecto propone la creación de la Farmacia "Pharma Vitality" de origen independiente; La Ley Orgánica de Salud acuerdo N° 0813 Capitulo de las Farmacias Artículo 2, define el término Farmacia como:

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

4.03.02 Distribución de planta

En la distribución de planta se presenta el ordenamiento físico de los elementos que constituyen una organización ya sea industrial, es decir el esquema o diseño del espacio físico de la farmacia mostrando la ubicación de las distintas áreas.

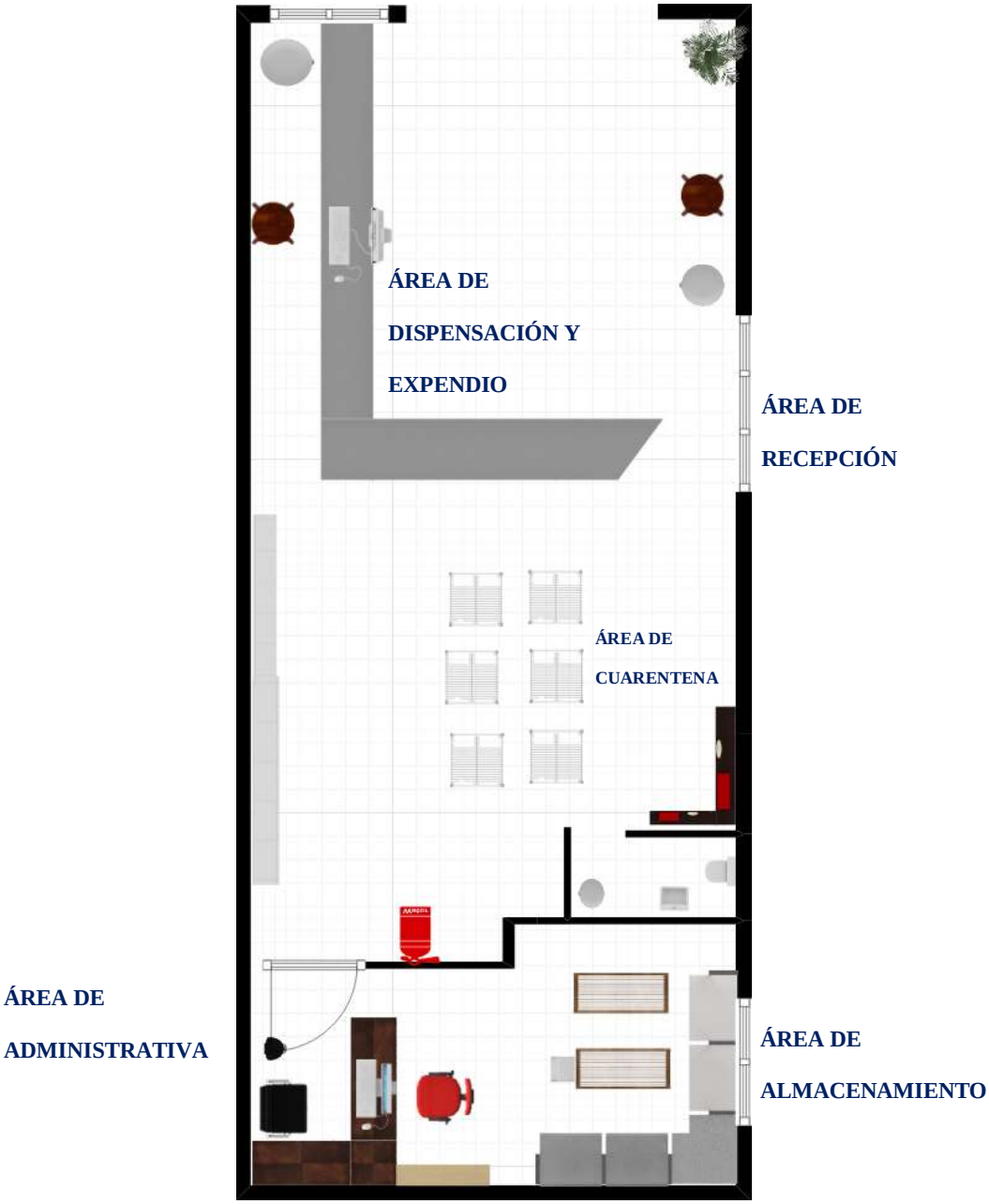


Figura 36. Distribución de planta Investigación propia

4.03.03 Proceso productivo

Los establecimientos farmacéuticos para ofrecer un servicio que satisfaga las necesidades de los clientes, requieren que sus actividades estén estandarizadas, por lo tanto ejecutará procesos administrativos y operativos. (Chimbo J. , 2016)

Los procesos administrativos son:

- **Aprovisionamiento**.- Radica en una adecuada programación de pedidos considerando el stock mínimo para disuadir los periodos de desabastecimiento y el stock máximo para evitar que los productos se caduquen se realiza la clasificación de medicamentos según la Ley de Pareto.

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.
- Productos de baja rotación C (50%) que cubrirán al 5% de la población por lo que se les designa el 5% del dinero. (Ríos, 2016)

- **Adquisición.-** En este proceso sé realizar el pedido al proveedor y verificar en la entrega que se 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. (Ríos, 2016)

- **Almacenamiento y Distribución.-** Esté garantiza una adecuada conservación de las propiedades del fármaco respectivo teniendo en cuenta las condiciones ambientales en las que debe ser almacenado cada uno. (Ríos, 2016)
- **Control de inventarios.-** Los inventarios nos permiten identificar cualquier variación en la mercadería (ingresar facturas, descontar al personal) siendo herramienta para saber las compras realizadas, las ventas y el sobrante de stock. (Ríos, 2016)

A continuación se describen cada uno de los procesos:

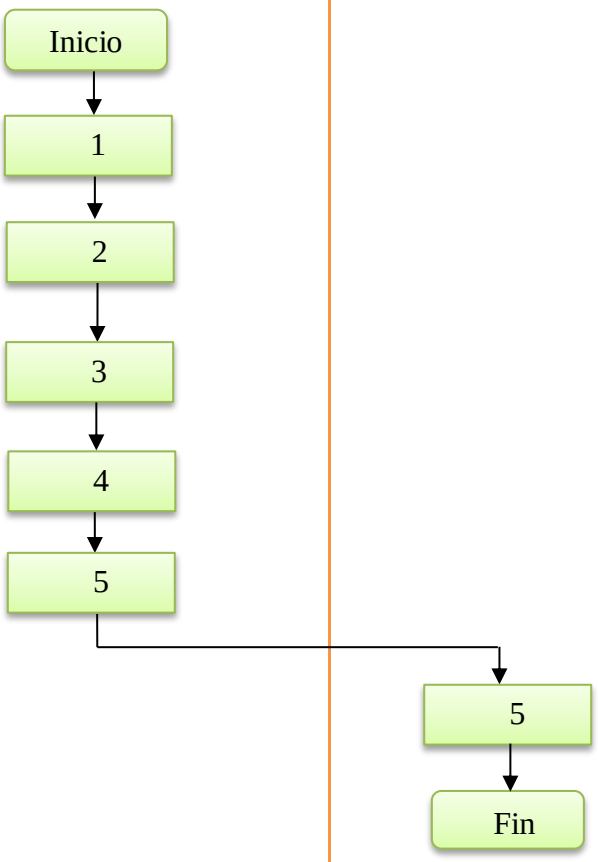
APROVISIONAMIENTO	ADMINISTRADOR	PROVEEDOR
1. Seleccionar medicamentos 2. Calcular el número de posibles usuarios 3. Calcular el presupuesto para la dotación de productos. 4. Aplicar La Ley de Pareto 5. Seleccionar Proveedores idóneos. 6. Programar Pedido		

Figura 37. Aprovisionamiento Fuente: Organización Farmacéutica II

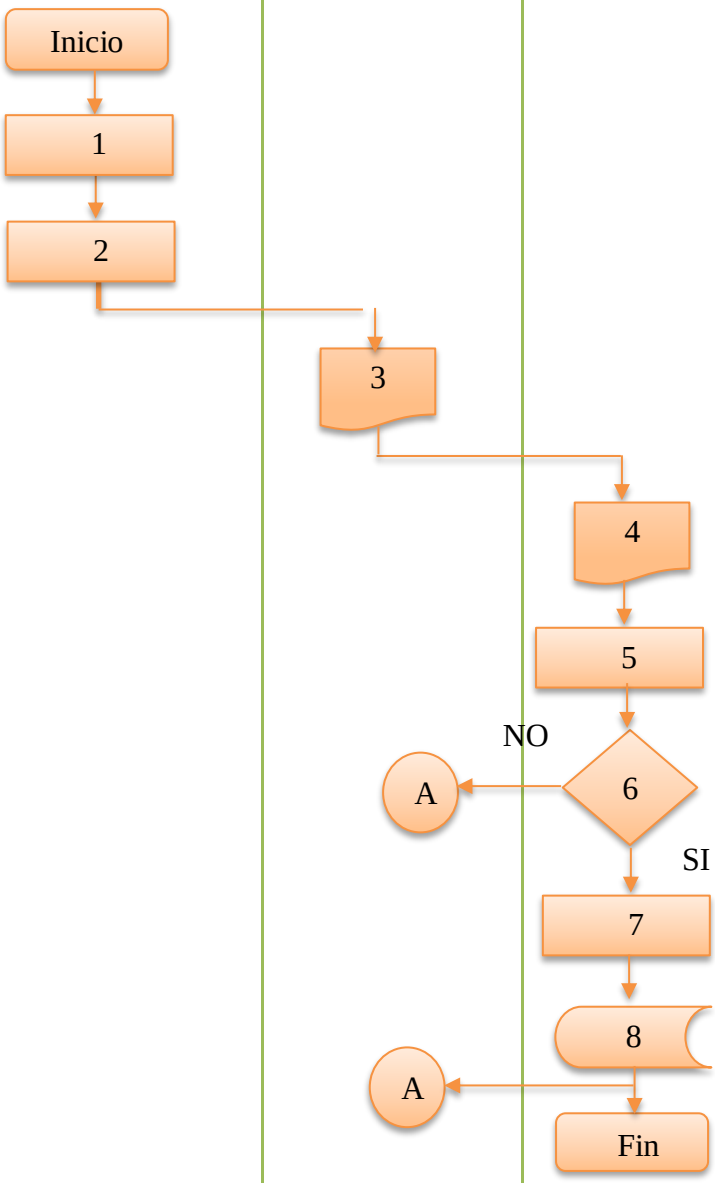
ADQUISICIÓN	ADMINISTRADOR	PROVEEDOR	DEPENDIENTE
1. Verificar el stock 2. Realizar la orden de pedido 3. Entregar factura con pedido y orden 4. Informe de la llegada del pedido 5. Verificación del pedido 6. Decisión de devolución del pedido por fecha 7. Aceptación del pedido 8. Ingreso al sistema operativo.			

Figura 38. Adquisición. Fuente: Organización Farmacéutica II

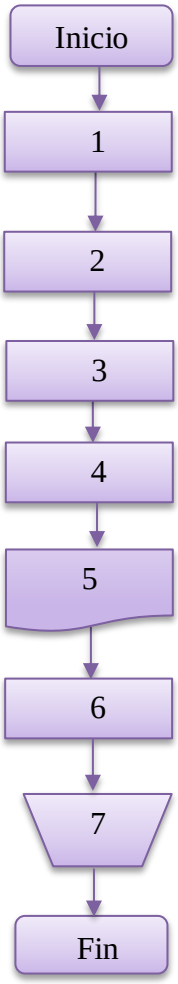
ALMACENAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN	DEPENDIENTE
1. Ingresar las cajas al área de almacenamiento 2. Establecer ubicación 3. Ubicar en perchas 4. Control de temperatura 5. Registrar la temperatura 6. Cuidar la limpieza en perchas 7. Aplicar etiquetas de semaforización en las perchas	

Figura 39. Almacenamiento y Distribución de medicamentos e insumos médicos. Organización Farmacéutica II

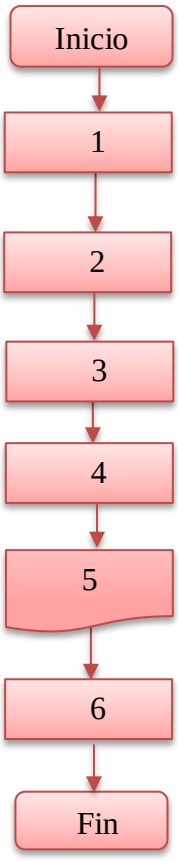
ALMACENAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN	DEPENDIENTE
1. Ingresar las cajas al área de almacenamiento 2. Establecer ubicación 3. Ubicar en perchas del refrigerador 4. Control de temperatura 5. Registrar la temperatura 6. Cuidar la limpieza en perchas	

Figura 40. Almacenamiento y Distribución de medicamentos refrigerados. Organización Farmacéutica II

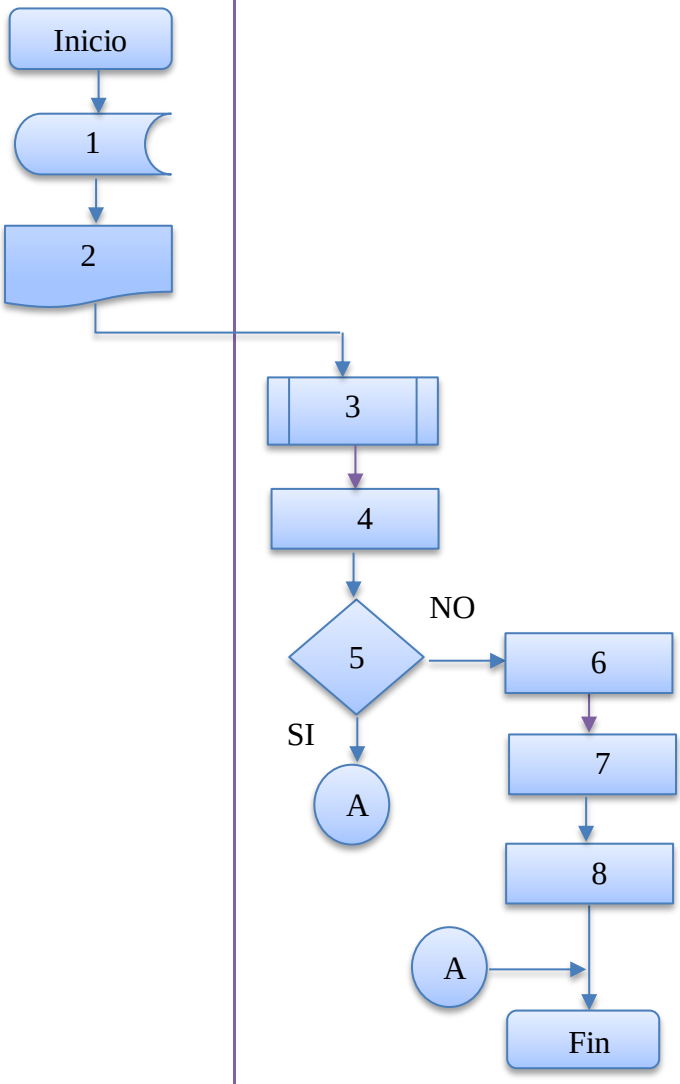
CONTROL DE INVENTARIO	ADMINISTRADOR	DEPENDIENTE
1.- Actualización en el sistema 2.- Imprimir el listado de medicamentos 3.- Realizar el conteo físico 4.- Comparar el conteo físico con el existente en el sistema 5.- Se verifica la existencia de faltantes. 6.- Si no hay Faltantes se verifica la fecha de caducidad 7.- Colocación de los medicamentos en fecha de caducidad. 8.- Realización de informe		

Figura 41. Control de inventario. Fuente: Organización Farmacéutica II

Los procesos operativos son:

- **Recepción.-**Este proceso consiste en cotejar que los productos lleguen con una buena fecha de caducidad y en perfecto estado para tomar la decisión de ingresar al almacenamiento o devolver a su proveedor. (Ríos, 2016)
- **Perchado.-** Consiste en la ubicación correcta de los productos farmacéuticos en las perchas y vitrinas, los medicamentos serán ubicados mediante el método ATC (Anatómico, Terapéutico y Químico) manteniendo 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 evitando perdidas futuras. (Ríos, 2016)
- **Dispensación- expendio.-** El Administrador o dependiente se encargará de informar al cliente o usuario sobre los aspectos importantes del medicamento que se está expendiendo como: dosificación, efectos secundarios y asegurando así el uso racional del medicamento. (Ríos, 2016)

- **Facturación.- S**e realiza el registro de los productos para ser vendidos mostrando sus montos correspondientes con los datos del cliente. (Ríos, 2016)

Detallados a continuación:

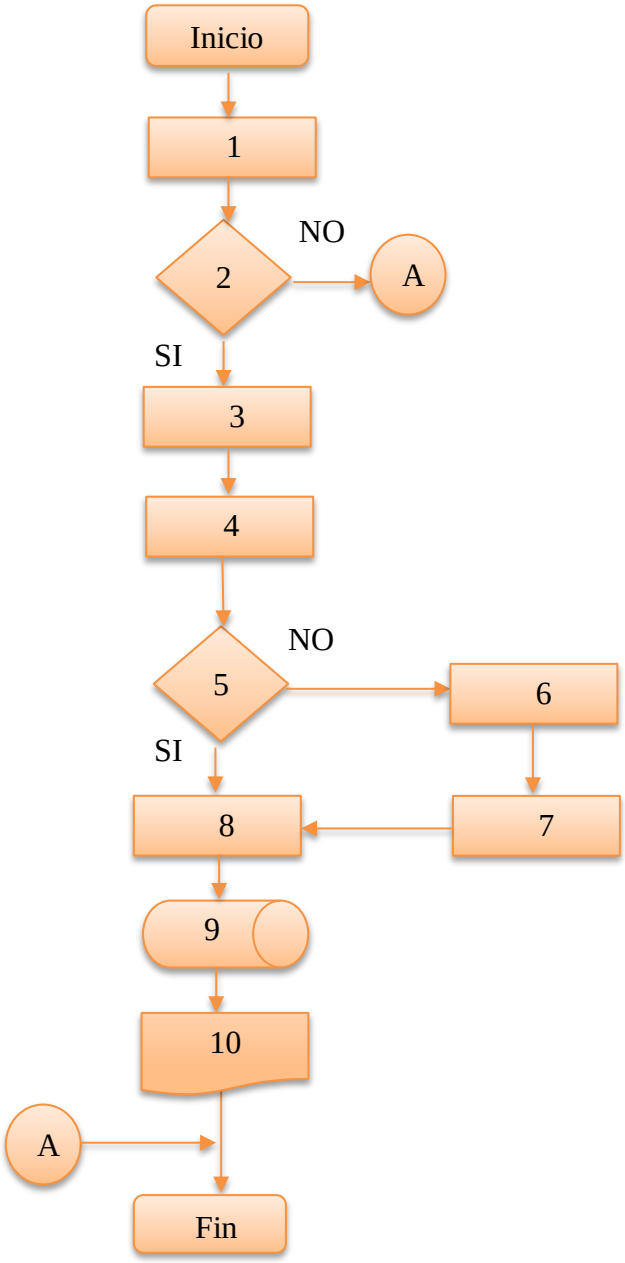
RECEPCIÓN	DEPENDIENTE
1.Verificación de la fecha de caducidad 2. Cumple con la fecha de caducidad 3.Si cumple con la fecha extendida 4.Verificación que cumpla con las especificaciones de la farmacia 5.Decisión si cumple con lo requerido 6. Si no cumple se coloca en percha de cuarentena 7.Se solicita la devolución 8.Si cumple con o requerido se aprueba la recepción 9.Se ingresa factura al sistema 10.Y se almacena según la técnica ATC	

Figura 42. Proceso de Recepción. Organización Farmacéutica II

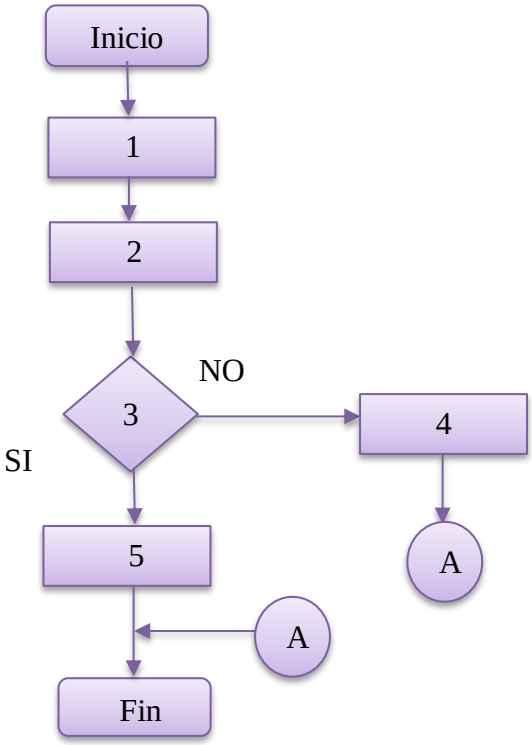
PERCHADO	DEPENDIENTE
1. Rellenar perchas con medicación faltante 2. Observación de las fechas de caducidad de los medicamentos que se están traspasando 3. Se decide si el producto esta con fecha próxima a caducarse 4. Si esta con fecha próxima se les ubica en la parte delantera 5. Si esta con fecha amplia en la parte de atrás la técnica ATC	

Figura 43. Proceso de Perchado. Organización Farmacéutica II

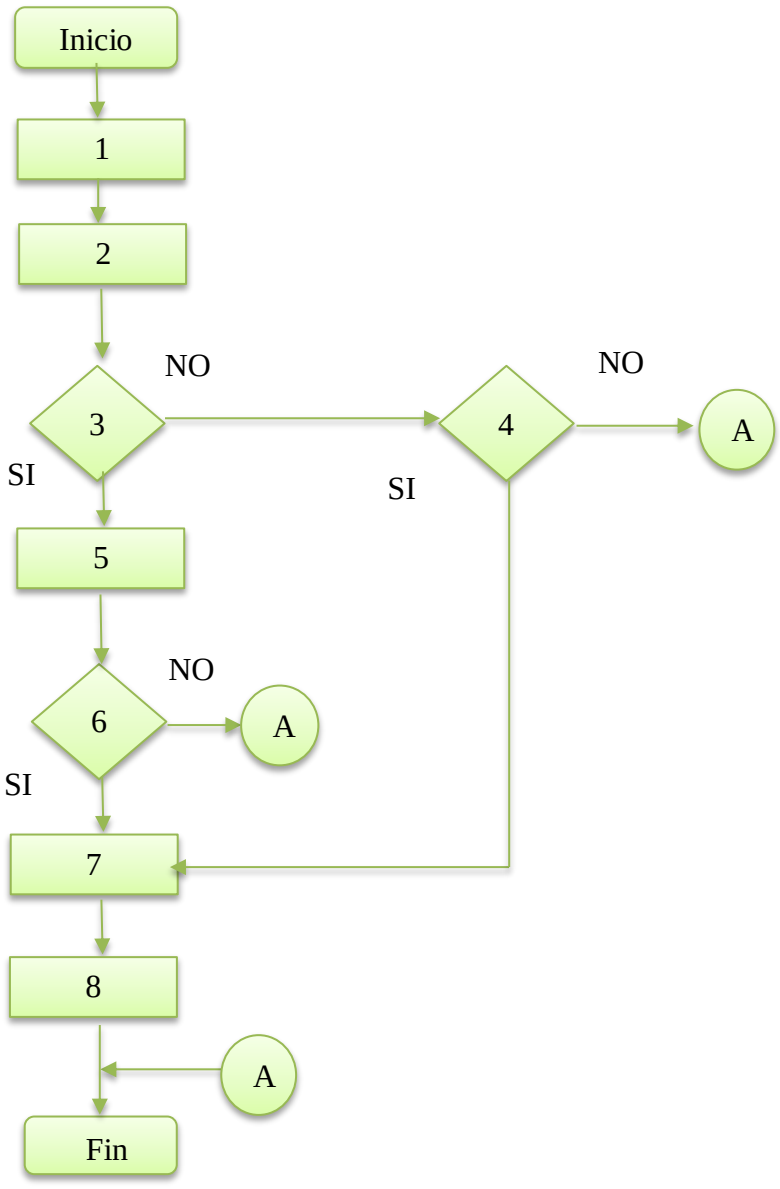
DISPENSACIÓN – EXPENDIO	DEPENDIENTE
1. Protocolo Farmacéutico 2. Escuchar la necesidad del cliente 3. Receta 4. Si no es medicación con receta se verifica si es medicación de venta libre 5. Si es medicación con receta 6. Decisión Si existe la medicación en perchas 7. Si existe en perchas traer el producto de perchas 8. Se notifica el precio del producto	

Figura 44. Proceso de Dispensación – Expendio. Organización Farmacéutica II

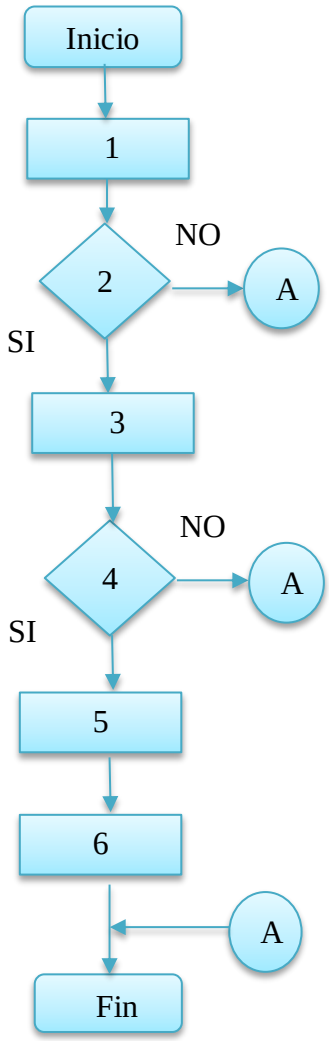
FACTURACIÓN	DEPENDIENTE
1. Informar al Cliente el valor a cancelar 2. Pago en Efectivo 3. Veracidad del dinero 4. Datos del Cliente 5. Imprime la factura 6. Entrega de Producto, factura y cambio.	

Figura 45. Proceso de Factura. Organización Farmacéutica II

4.03.04 Muebles y Equipos.

Tabla 61
Muebles y enseres

Items	DESCRIPCIÓN	CANT.	PVP. UNITARIO	PVP. TOTAL
1	**Tablero ranurado 244 cm -217 cm - 1,5 cm**	4	$ 90,00	$ 360,00
2	**Ganchos 15 - 7- 2,5cm pqte. X 10 und**	5	$ 4,50	$ 22,50
3	**Ganchos 30 - 7 - 2,5cm pqte. X 10 und**	5	$ 7,50	$ 37,50
4	**Plancha para bandejas de Vidrio 80 - 13 cm**	2	$ 50,00	$ 100,00
5	**Percha 5 servicios 93cm - 33 cm - 2cm**	2	$ 55,00	$ 110,00
6	**Percha 7 servicios 93cm - 33 cm - 2cm**	3	$ 90,00	$ 270,00
7	**Vitrina panorámica 120cm -53cm- 120cm**	4	$ 220,00	$ 880,00
8	**Mostrador caja 120 cm -53- 120 cm**	1	$ 280,00	$ 280,00
9	**Barra protectora de candado 1,73 m**	1	$ 15,00	$ 15,00
10	**Barras protectoras de candado 2,13 m**	1	$ 25,00	$ 25,00
11	**Banco Plástico confort**	2	$ 5,00	$ 10,00
12	**Basurero pedal 8 lt**	4	$ 6,50	$ 26,00
13	**Puerta de aluminio y vidrio 2,05m- 1,6 m**	1	$ 150,00	$ 150,00
14	**Escalera dos escalones plegable aluminio**	2	$ 20,00	$ 40,00
15	**Silla de oficina giratoria ergonómica**	1	$ 109,00	$ 109,00
16	**Escritorio Moderno de madera**	1	$ 225,00	$ 225,00
17	**Archivador 4 gavetas vertical de metal**	1	$ 158,00	$ 158,00
18	**Letrero grande 2,5 m x 1 m**	1	$ 255,00	$ 255,00
19	**Letrero pequeño 55 cm x 25 cm**	1	$ 48,00	$ 48,00
	TOTAL			$ 3.121,00

Nota: En la presente tabla se detalla los muebles y enseres de la farmacia “Pharma Vitality”. Investigación propia

Tabla 62
Equipo de oficina

Items	DESCRIPCIÓN	CANT.	PVP. UNITARIO	PVP. TOTAL
1	**Calculadora Casio**	2	$ 17,00	$ 34,00
2	**Grapadora pequeña**	2	$ 4,00	$ 8,00
3	**Perforadora**	2	$ 4,30	$ 8,60
4	**Mini Refrigerador Mabe 4.0**	1	$ 248,00	$ 248,00
5	**Dispensador de agua**	2	$ 42,00	$ 84,00
6	**Termo higrómetro 20 x 15 cm**	1	$ 36,00	$ 36,00
7	**Candado Viro 75mm**	2	$ 30,00	$ 60,00
8	**Candado Viro 94 mm**	3	$ 40,00	$ 120,00
9	**Extintor 10 lb**	1	$ 28,00	$ 28,00
10	**Teléfono inalámbrico Panasonic Doble contestador**	1	$ 55,00	$ 55,00
	TOTAL			$ 681,60

Nota: En la presente tabla se detalla el equipo de oficina de la farmacia "Pharma Vitality". Investigación Propia

Tabla 63
Equipo de computación

Items	DESCRIPCIÓN	CANT.	PVP. UNITARIO	PVP. TOTAL
1	**Computador Samsung Led 28 full HD**	2	$ 525,00	$ 1.050,00
2	**Impresora Epson Tmu 220 d806**	1	$ 360,00	$ 360,00
3	**Impresora Epson Wf 2631**	1	$ 269,00	$ 269,00
4	**Lector CodigoBarra Pistola Honeywell 1200**	2	$ 169,00	$ 338,00
5	**Software Infamed**	1	$ 900,00	$ 900,00
	TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			$ 2.917,00

Nota: En la presente tabla se detalla el equipo de computación de la farmacia "Pharma Vitality". Investigación Propia

Capítulo V

5.01 Ingresos operacionales y no operacionales

Toda empresa posee ingresos estos se clasifican en 2:

- 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. (Gavilanes, 2016)
- Los ingresos no operacionales se obtienen de forma indirecta a las actividades principales. (Gavilanes, 2016)

El proyecto de la farmacia contará únicamente con ingresos operacionales originados por la venta de los productos farmacéuticos.

Tabla 64
Ingresos operacionales

Demanda Insatisfecha	%	Ingresos operacionales
$ 173.305,51	76.5%	$ 132578,7141

Nota: Demanda insatisfecha para la farmacia "Pharma Vitality". Investigación Propia

Para el cálculo de los ingresos operacionales se tomó en cuenta a la demanda insatisfecha, de la cual el 76,5% tal valor es obtenidos en las preguntas 5 y 9 de la encuesta en las que se conoció que el 64% de las familias están insatisfechas con el servicio que presta la farmacia de su barrio, además que a un 89% utilizarían los productos de una nueva farmacia en el sector, que brindara los beneficios que usted necesita

5.02 Costos y gastos

Los costos y gastos son erogaciones de dinero, ya que 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, mientras que los gastos son necesarios para el funcionamiento de la empresa y venta del producto como el arriendo, servicios básicos, publicidad, etc. (Ronquillo, 2016)

5.02.01 Costos directos

Los costos directos son los que se relacionan directamente con el producto o servicio que brinda una empresa.

En el caso de la farmacia intervienen dos costos directos principales como:

- Materia Prima: Productos Farmacéuticos que se venderán en el establecimiento.
- Mano de Obra Directa: Factor humano que interviene en la actividad.

Tabla 65
Materia Prima

Stock Básico Inicial	$	24.306,10
Costo de mercadería Anual	$	91.713,28

Nota: Detalle de los costos de materia prima

El stock básico inicial se calculó al dividir las ventas anuales para 12 y el resultado se lo multiplico para 2,2 que corresponde al índice de rotación de la mercadería; es decir se contará con un stock inicial para 66 días.

$ 132578,7141 / 12 = $ 11048,22

$ 11048,22 x 2,2 = $ 24.306,10

Se prevé que el costo de la mercadería anual (costo de ventas) será el 70% de las ventas.

$ 132578,7141 x 70% = $ 91.713,28

Tabla 66
Mano de obra Directa

Sueldo	**ADMINISTRADOR**		**DEPENDIENTE**	
	$	550,00	**$**	**375,00**
Décimo tercero	$	45,83	**$**	**31,25**
Décimo cuarto	$	31,25	**$**	**31,25**
Vacaciones	$	22,92	**$**	**15,63**
Aporte patronal	$	66,83	**$**	**45,56**
Fondos de reserva	$	-	**$**	**-**
Total mensual	$	716,83	**$**	**486,72**
Total anual	$	8.601,90	**$**	**5.840,63**

Nota: Sueldos del personal "Pharma Vitality"

5.02.02 Costos indirectos

Los costos indirectos son los que no se relacionan directamente con la actividad de la empresa (Ronquillo, 2016), en el caso de la Farmacia es el Bioquímico quien nos facilita con la firma para la apertura actividad de las misma.

Tabla 67
Costo Indirecto

	BIOQUÍMICO	
SUELDO		
	$	180,00
Total mensual	$	180,00
Total anual	$	2.160,00

Nota: Detalle del Sueldo del Bioquímico de la "Pharma Vitality**"**. Investigación Propia

Al Representante bioquímico farmacéutico se le realizará un contrato de 1 año por servicios profesionales con un sueldo mensual de $ 180 por cumplir 20 horas al mes.

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. (Cahuate, 2014)

Tabla 68
Gastos administrativos

Concepto	Cantidad
Honorarios Bioquímico Farmacéutico	$ 2.160,00
Dep. Muebles y Enseres	$ 312,10
Dep. Equipo de oficina	$ 681,60
Dep. Equipo de computación	$ 947,33
Gastos de Amortización	$ 127,18
Permisos de Funcionamiento	$ 169,00
Servicios Básicos, teléfono e internet	$ 840,00
Arriendo	$ 2.400,00
Suministros de Oficina	$ 381,75
Útiles de Aseo	$ 121,00
Total	$ 8.139,96

Nota: La presente tabla detalla los Gastos Administrativos de la farmacia "Pharma Vitality". Investigación Propia

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

Tabla 69
Permisos de Funcionamiento

DESCRIPCIÓN	VALOR
Permiso de funcionamiento del ARCSA	$ 54,00
Patente Municipal	$ 90,00
Permiso de bomberos	$ 25,00
TOTAL	$ 169,00

Nota: LA presente tabla detalla los permisos de funcionamiento. ARCSA-Municipio de Quito (Administración Zonal Quitumbe)

Tabla 70
Servicios básicos, teléfono e internet

DESCRIPCIÓN	VALOR
Luz	$ 20,00
Agua	$ 10,00
Teléfono	$ 20,00
Internet	$ 20,00
TOTAL MENSUAL	**$ 70,00**
TOTAL ANUAL	**$ 840,00**

Nota: La presente tabla detalla los servicios básicos de la farmacia "Pharma Vitality". Investigación Propia

Tabla 71
Suministros de oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Resma de papel bond	18	$ 3,50	$ 63,00
Rollo de papel térmico	120	$ 1,75	$ 210,00
Esferos	36	$ 0,35	$ 12,60
Lápices	18	$ 0,25	$ 4,50
Borradores	6	$ 0,20	$ 1,20
Corrector Bic	5	$ 1,65	$ 8,25
Sacapuntas	3	$ 0,25	$ 0,75
Grapas(caja)	6	$ 0,40	$ 2,40
Clips(Caja)	2	$ 1,50	$ 3,00
Tijeras	3	$ 1,00	$ 6,00
Marcadores	3	$ 0,75	$ 2,25
Carpetas archivadoras	6	$ 6,50	$ 39,00
Carpeta portafolio	3	$ 4,50	$ 13,50
Libreta	12	$ 1,00	$ 6,00
Cuadernos universitarios	6	$ 1,15	$ 6,90
Goma en barra	3	$ 0,80	$ 2,40
TOTAL ANUAL			**$ 381,75**

Nota: La presente tabla detalla los suministros a utilizarse en la Farmacia "Pharma Vitality". Varios proveedores

Tabla 72
Útiles de aseo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escoba	2	$ 2,00	$ 4,00
Trapeador	2	$ 2,50	$ 5,00
Recogedor de basura de metal	1	$ 2,00	$ 2,00
Balde para trapeador	1	$ 3,00	$ 3,00
Franelas	12	$ 1,00	$ 12,00
Desinfectante galón	6	$ 6,00	$ 36,00
Cloro Galón	4	$ 5,00	$ 20,00
Detergente Ciclón	3	$ 13,00	$ 39,00
TOTAL ANUAL			**$ 121,00**

Nota: Descripción de los suministros de la farmacia "Pharma Vitality. 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 73
Gastos de ventas

DESCRIPCIÓN	VALOR
Sueldo Administrador	$ 8.601,90
Sueldo Dependiente	$ 5.984,25
Publicidad y promoción	$ 457,90
TOTAL	**$ 15044,05**

Nota: Descripción de los Gastos de Ventas de la farmacia "Pharma Vitality". Investigación Propia

A continuación se detallan los gastos de promoción y publicidad:

Tabla 74
Gastos de promoción y publicidad

PUBLICIDAD (ACTIVACIÓN DE MARCA)	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Hojas Volantes 21.5 x 14 cm	1000	$ 0,04	$ 40,00
Arco de globos	2	$ 25,00	$ 50,00
Globos con logos de la farmacia (100)	200	$ 0,25	$ 50,00
Toma Todos	100	$ 1,50	$ 150,00
Caritas Pintadas x 3 horas	1	$ 20,00	$ 20,00
Llaveros Personalizados	30	$ 1,75	$ 52,50
TOTAL			**$ 362,50**

Nota: Descripción de los Gastos de promoción y publicidad de la farmacia "Pharma Vitality". Varios proveedores

Tabla 75
Gastos de promoción y publicidad por inauguración

INAUGURACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Arco de globos	1	$ 25,00	$ 25,00
Globos con logos de la farmacia	100	$ 0,25	$ 25,00
Funda de caramelos (yogueta)	3	$ 1,80	$ 5,40
Hojas Volantes 21.5 x 14 cm	500	$ 0,04	$ 20,00
Caritas Pintadas x 3 horas	1	$ 20,00	$ 20,00
TOTAL			**$ 95,40**

Nota: Descripción de los Gastos de promoción y publicidad por inauguración de la farmacia "Pharma Vitality". Varios proveedores

Tabla 76
Gastos de promoción y publicidad total

DESCRIPCIÓN	VALOR
Publicidad/promoción(Año)	$ 362,50
Publicidad/promoción(Inauguración)	$ 95,40
TOTAL	**$ 457,90**

Nota: Descripción de los Gastos de promoción y publicidad total de la farmacia "Pharma Vitality. Varios proveedores

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

Tabla 77
Presupuesto Administrador

Presupuesto Administrador	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Sueldo	$ 587,33	$ 627,20	$ 669,78	$ 715,24	$ 763,79	$ 815,64
Décimo tercero	$ 48,94	$ 52,27	$ 55,81	$ 59,60	$ 63,65	$ 67,97
Décimo cuarto	$ 32,57	$ 34,78	$ 37,14	$ 39,66	$ 42,36	$ 45,23
Vacaciones	$ 24,47	$ 26,13	$ 27,91	$ 29,80	$ 31,82	$ 33,98
Aporte patronal	$ 65,49	$ 69,93	$ 74,68	$ 79,75	$ 85,16	$ 90,94
Fondos de reserva	$ 48,92	$ 52,25	$ 55,79	$ 59,58	$ 63,62	$ 67,94
Total mensual	$ 807,73	$ 862,56	$ 921,11	$ 983,64	$ 1.050,41	$ 1.121,71
Total anual	$9.692,81	$ 10.350,75	$ 11.053,36	$11.803,66	$ 12.604,90	$ 13.460,52

Nota: La presente tabla detalla el presupuesto para el sueldo del Administrador en los próximos 5 años.

Tabla 78
Presupuesto dependiente

Presupuesto Dependiente	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Sueldo	$ 400,46	$ 427,64	$ 456,67	$ 487,66	$ 520,77	$ 427,64
Décimo tercero	$ 33,37	$ 35,64	$ 38,06	$ 40,64	$ 43,40	$ 35,64
Décimo cuarto	$ 32,57	$ 34,78	$ 37,14	$ 39,66	$ 42,36	$ 45,23
Vacaciones	$ 16,69	$ 17,82	$ 19,03	$ 20,32	$ 21,70	$ 17,82
Aporte patronal	$ 48,66	$ 51,96	$ 55,48	$ 59,25	$ 63,27	$ 51,96
Fondos de reserva	$ 33,36	$ 35,62	$ 38,04	$ 40,62	$ 43,38	$ 35,62
Total mensual	$ 565,10	$ 603,45	$ 644,42	$ 688,16	$ 734,87	$ 613,90
Total anual	$ 6.781,14	$ 7.241,45	$ 7.733,00	$ 8.257,91	$ 8.818,46	$ 7.366,84

Nota: La presente tabla detalla el presupuesto para el sueldo del Dependiente en los próximos 5 años. 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 79
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%

Nota: En la presente tabla detalla los sueldos desde el 2011 hasta el 2016. (Contraloria, 2007)

Para el cálculo de los sueldos básicos proyectados del 2018 al 2020, se ha tomado en consideración el promedio de los sueldos desde el 2011 – 2016, con la fórmula correspondiente.

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

Dónde:

C_n= Sueldo a proyectar

C_0=Sueldo actual.

i= Promedio de las sumatorias de los salarios del Ecuador = 6,788%

n= Tiempo

Tabla 80
Sueldos básicos proyectados 2018-2022

Año	Sueldo
2018	$ 390,84
2019	$ 417,37
2020	$ 445,71
2021	$ 475,96
2022	$ 508,27

Nota: En la presente tabla detalla los sueldos proyectados desde el 2018 hasta el 2022. 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 81
Gastos financieros

Capital	20000	**Interes 1er Año**	**$2.449,86**
Tasa de interes	16,08%	**Interes 2do Año**	**$1.585,92**
Tiempo	36	**Interes 3er Año**	**$592,37**
	TOTAL INTERES		**$4.628,15**

Nota: Detalle de los gastos financieros que se incurre cuando se realiza un préstamo. Investigación Propia

5.02.05 Costos fijos y variables.

- Costos fijos: son aquellos rubros que no varían con los cambios que se producen en el volumen de ventas
- Costos variables: varían conforme el volumen de ventas.

Tabla 82
Costos fijos y variables

DESCRIPCIÓN	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES
Costo de ventas	$ -	$ 77.640,87	**$ 77.640,87**
Gasto de ventas	$ 14.520,15	$ 457,90	**$ 14.978,05**
Gasto Administrativo	$ 7.526,52	$ -	**$ 7.526,52**
Gasto Financiero	$ 2.812,71	$ -	**$ 2.812,71**
TOTAL	**$ 24.859,38**	**$ 78.098,77**	**$ 102.958,15**

Nota: Detalle de los costos fijos y variables del proyecto. 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. (Ronquillo, 2016)

5.03.01 Inversión Fija

Este rubro ayudará en la fase operativa del proyecto. (Gavilanes, 2016)

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. (Gavilanes, 2016)

- **Tangible**

Tabla 83
Activos fijos

MUEBLES Y ENSERES						
Items	**DESCRIPCIÓN**	**CANT.**	**PVP. UNITARIO**		**PVP. TOTAL**	
1	Tablero ranurado 244 cm -217 cm - 1,5 cm	4	$	90,00	$	360,00
2	Ganchos 15 cm - 7cm - 2,5cm pqte. X 10 und	5	$	4,50	$	22,50
3	Ganchos 30 cm - 7cm - 2,5cm pqte. X 10 und	5	$	7,50	$	37,50
4	Plancha para bandejas de Vidrio 80 cm - 13 cm	2	$	50,00	$	100,00
5	Percha 5 servicios 93cm - 33 cm - 2cm	2	$	55,00	$	110,00
6	Percha 7 servicios 93cm - 33 cm - 2cm	3	$	90,00	$	270,00
7	Vitrina panorámica 120cm -53cm- 120cm	4	$	220,00	$	880,00
8	Mostrador caja 120 cm -53- 120 cm	1	$	280,00	$	280,00
9	Barras protectoras de candado enrrollable 1,73 m	1	$	15,00	$	15,00
10	Barras protectoras de candado enrrollable 2,13 m	1	$	25,00	$	25,00
11	Banco Plástico confort	2	$	5,00	$	10,00
12	Basurero pedal 8 lt	4	$	6,50	$	26,00
13	Puerta de aluminio y vidrio 2,05m- 1,6 m	1	$	150,00	$	150,00
14	Escalera dos escalones plegable alumnio	2	$	20,00	$	40,00
15	Silla de oficina giratoria ergonómica	1	$	109,00	$	109,00
16	Escritorio Moderno de madera	1	$	225,00	$	225,00
17	Archivador 4 gavetas vertical de metal	1	$	158,00	$	158,00
18	Letrero grande 2,5 m x 1 m	1	$	255,00	$	255,00
19	Letrero pequeño 55 cm x 25 cm	1	$	48,00	$	48,00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES				$	3.121,00

EQUIPOS DE OFICINA				
Items	**DESCRIPCIÓN**	**CANT.**	**PVP. UNITARIO**	**PVP. TOTAL**
1	Calculadora Casio	2	$ 17,00	$ 34,00
2	Grapadora pequeña	2	$ 4,00	$ 8,00
3	Perforadora	2	$ 4,30	$ 8,60
4	Mini Refrigerador Mabe 4.0	1	$ 248,00	$ 248,00
5	Dispensador de agua	2	$ 42,00	$ 84,00
6	Termohigrómetro 20 x 15 cm	1	$ 36,00	$ 36,00
7	Candado Viro 75mm	2	$ 30,00	$ 60,00
8	Candado Viro 94 mm	3	$ 40,00	$ 120,00
9	Extintor 10 lb	1	$ 28,00	$ 28,00
10	Teléfono inalámbrico Panasonic Doble contestador	1	$ 55,00	$ 55,00
	TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA			$ 681,60
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				
Items	**DESCRIPCIÓN**	**CANT.**	**PVP. UNITARIO**	**PVP. TOTAL**
1	Computador Samsung Led 28 full HD	2	$ 525,00	$ 1.050,00
2	Impresora Epson Tmu 220 d806	1	$ 360,00	$ 360,00
3	Impresora Epson Wf 2631	1	$ 269,00	$ 269,00
4	Lector CodigoBarra Pistola Honeywell 1200	2	$ 169,00	$ 338,00
	TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			$ 2.017,00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS				$ 5.819,60

Nota: Detalle de los activos fijos tangibles. Investigación Propia

- **Intangible**

Tabla 84
Activo Fijo Intangible

Items	**DESCRIPCIÓN**	**PVP**
1	Patente	$ 210,00
2	Software Infamed	$ 900,00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES		**$ 1.110,00**

Nota: Detalle de los activos fijos intangibles. Investigación Propia

Este módulo le permite el manejo eficiente de sus Inventarios. Manteniendo un control basado en mínimos y máximos pre-establecidos al nivel de producto, permite manejo de múltiples almacenes, Valorización del inventario, generación de precios, pvp automático de acuerdo a un porcentaje determinado de utilidad, listado de precios, reportes adicionales.

El proceso de Patentar la Razón Social tiene un precio de $ 210 USD y tiene una duración de 10 años.

5.03.01.02 Activos nominales (diferidos).

Los activos diferidos son rubros que por su naturaleza no pueden considerarse consumidos íntegramente, estos se cancelan por adelantado, siendo necesarios para la constitución y puesta en marcha de la empresa. (Cahuate, 2014)

Tabla 85
Gastos de constitución

Descripción	Valor
Contrato de constitución	$ 330,50
Trámite de registro de derecho de nombre patente	$ 210,00
Publicidad Inicial	$ 95,40
TOTAL	**$ 635,90**

Nota: Detalle de los gastos de constitución para la creación de la empresa. 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. (Chimbo J. , 2016)

Tabla 86
Capital de trabajo

Cuentas	Cantidad
Caja	$ 2.334,51
Bancos	$ 2.000,00
Mercadería	$ 24.306,10
Total	$ 28.640,61

Nota: Detalle de las cuentas correspondientes al capital de trabajo. Investigación Propia

Para el valor de Caja se ha tomado en consideración los siguientes rubros:

Tabla 87
Caja

Concepto	Cantidad
Arriendo	$ 200,00
Garantía local comercial	$ 500,00
Servicios básicos, teléfono e internet	$ 70,00
Sueldo Administrador	$ 716,83
Sueldo Dependiente	$ 498,69
Honorarios Bioquímico Farmacéutico	$ 180,00
Permisos de funcionamiento	$ 169,00
Total	$ 2.334,51

Nota: Detalle de las cuentas correspondientes al capital de trabajo. 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. (Cahuate, 2014)

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 88
Fuentes de financiamiento

FUENTE		CANTIDAD	PORCENTAJE (%)
Préstamo bancario	$	20.000,00	53,91%
Capital Social	$	17.100,61	46,09%
TOTAL	$	37100,61	100%

Nota: Detalle de las cuentas correspondientes a las fuentes de financiamiento. Investigación Propia

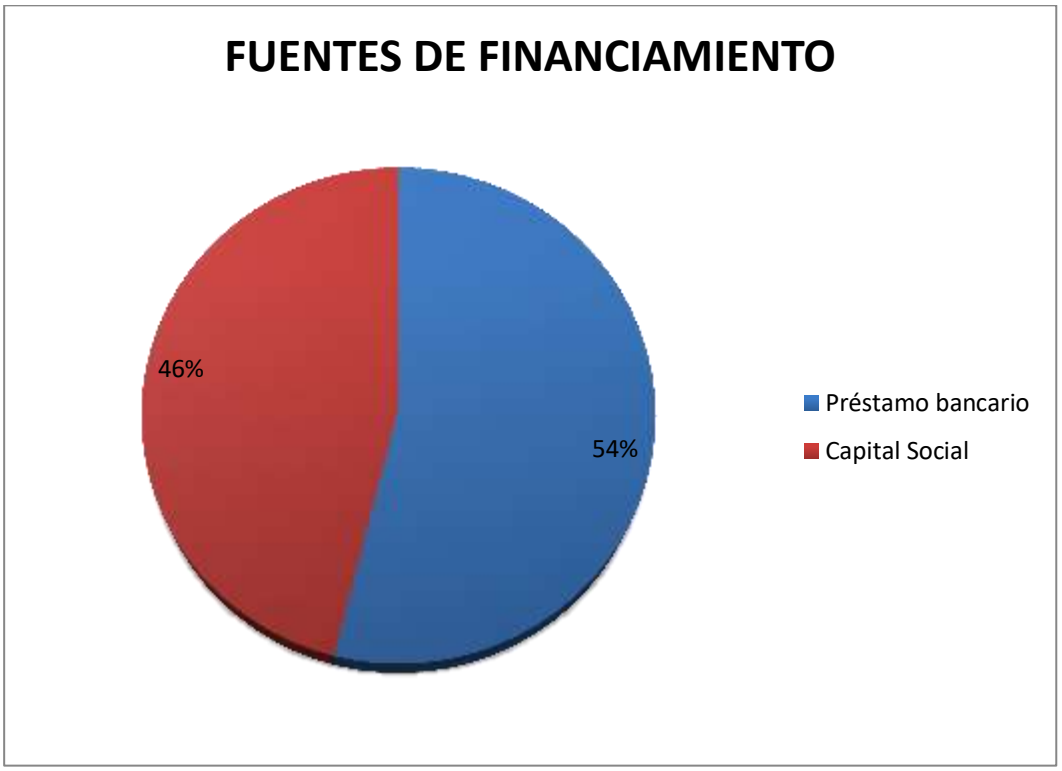


Figura 46. Fuentes de Financiamiento para el proyecto

Se planifica generar el préstamo bancario en BanEcuador, ya que es una entidad bancaria exclusiva 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 (2017) para conceder un crédito son:

Propietario

-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 $ 17.100,61

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. (Gavilanes, 2016)La mayor parte del proyecto será financiado con un préstamo bancario de $20.000 con una tasa de interés anual de 16,08% a un plazo de 36 meses.

Tabla 89
Tabla de amortización (préstamo bancario)

Cuota	Saldo Capital	Capital	Interés	Seguro Desgravamen	Valor a Pagar
1	$ 20,000.00	$ 449.82	$ 234,30	$ 5.26	$ 689.38
2	$ 19,550.18	$ 455.09	$ 229,03	$ 5.14	$ 689.26
3	$ 19,095.10	$ 460.42	$ 223,70	$ 5.02	$ 689.14
4	$ 18,634.68	$ 465.81	$ 218,30	$ 4.90	$ 689.02
5	$ 18,168.87	$ 471.27	$ 212,85	$ 4.78	$ 688.89
6	$ 17,697.60	$ 476.79	$ 207,33	$ 4.66	$ 688.77
7	$ 17,220.81	$ 482.37	$ 201,74	$ 4.53	$ 688.65
8	$ 16,738.44	$ 488.03	$ 196,09	$ 4.40	$ 688.52
9	$ 16,250.41	$ 493.74	$ 190,37	$ 4.27	$ 688.39
10	$ 15,756.67	$ 499.53	$ 184,59	$ 4.14	$ 688.26
11	$ 15,257.14	$ 505.38	$ 178,74	$ 4.01	$ 688.13
12	$ 14,751.76	$ 511.30	$ 172,82	$ 3.88	$ 688.00
13	$ 14,240.46	$ 517.29	$ 166,83	$ 3.75	$ 687.86
14	$ 13,723.17	$ 523.35	$ 160,77	$ 3.61	$ 687.72
15	$ 13,199.82	$ 529.48	$ 154,63	$ 3.47	$ 687.59
16	$ 12,670.34	$ 535.68	$ 148,43	$ 3.33	$ 687.45
17	$ 12,134.66	$ 541.96	$ 142,16	$ 3.19	$ 687.31
18	$ 11,592.70	$ 548.31	$ 135,81	$ 3.05	$ 687.16
19	$ 11,044.39	$ 554.73	$ 129,38	$ 2.91	$ 687.02
20	$ 10,489.66	$ 561.23	$ 122,89	$ 2.76	$ 686.87
21	$ 9,928.43	$ 567.80	$ 116,31	$ 2.61	$ 686.73
22	$ 9,360.63	$ 574.46	$ 109,66	$ 2.46	$ 686.58
23	$ 8,786.17	$ 581.19	$ 102,93	$ 2.31	$ 686.43
24	$ 8,204.99	$ 587.99	$ 96,12	$ 2.16	$ 686.27
25	$ 7,616.99	$ 594.88	$ 89,23	$ 2.00	$ 686.12
26	$ 7,022.11	$ 601.85	$ 82,26	$ 1.85	$ 685.96
27	$ 6,420.26	$ 608.90	$ 75,21	$ 1.69	$ 685.80
28	$ 5,811.35	$ 616.04	$ 68,08	$ 1.53	$ 685.64
29	$ 5,195.32	$ 623.25	$ 60,86	$ 1.37	$ 685.48
30	$ 4,572.07	$ 630.55	$ 53,56	$ 1.20	$ 685.32
31	$ 3,941.51	$ 637.94	$ 46,17	$ 1.04	$ 685.15
32	$ 3,303.57	$ 645.41	$ 38,70	$ 0.87	$ 684.98
33	$ 2,658.16	$ 652.98	$ 31,14	$ 0.70	$ 684.81
34	$ 2,005.18	$ 660.62	$ 23,49	$ 0.53	$ 684.64
35	$ 1,344.56	$ 668.36	$ 15,75	$ 0.35	$ 684.47
36	$ 676.19	$ 676.19	$ 7,92	$ 0.18	$ 684.29

Nota: Detalle de la tabla de amortización alemana del préstamo para la constitución de la empresa.

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

Tabla 90
Amortización Gastos de Constitución

Años	Amortización	Amortización acumulada	Valor libros
0	$ 0,00	$ 0,00	$ 635,90
1	$ 127,18	$ 127,18	$ 508,72
2	$ 127,18	$ 254,36	$ 381,54
3	$ 127,18	$ 381,54	$ 254,36
4	$ 127,18	$ 508,72	$ 127,18
5	$ 127,18	$ 635,90	$ 0,00

Nota: Detalle de la tabla de amortización de los gastos de constitución.

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. (Gavilanes, 2016)

Tabla 91
Depreciación muebles y enseres

Años	Depreciación	Depreciación acumulada	Valor libros
0			$ 3.121,00
1	$312,10	$ 312,10	$ 2.808,90
2	$312,10	$ 624,20	$ 2.496,80
3	$312,10	$ 936,30	$ 2.184,70
4	$312,10	$ 1.248,40	$ 1.872,60
5	$312,10	$ 1.560,50	$ 1.560,50
6	$312,10	$ 1.872,60	$ 1.248,40
7	$312,10	$ 2.184,70	$ 936,30
8	$312,10	$ 2.496,80	$ 624,20
9	$312,10	$ 2.808,90	$ 312,10
10	$312,10	$ 3.121,00	$ 0,00

Nota: La presente tabla representa la depreciación de muebles y enseres.

Tabla 92
Depreciación equipo de oficina

Años	Depreciación	Depreciación acumulada	Valor libros
0			$681,60
1	$68,16	$68,16	$613,44
2	$68,16	$136,32	$545,28
3	$68,16	$204,48	$477,12
4	$68,16	$272,64	$408,96
5	$68,16	$340,80	$340,80
6	$68,16	$408,96	$272,64
7	$68,16	$477,12	$204,48
8	$68,16	$545,28	$136,32
9	$68,16	$613,44	$68,16
10	$68,16	$681,60	$0,00

Nota: La presente tabla representa la depreciación de equipos de oficina.

Tabla 93
Depreciación equipo de computación

Años	Depreciación	Depreciación acumulada	Valor libros
0			$2.842,00
1	$947,33	$947,33	$1.894,67
2	$947,33	$1.894,67	$947,33
3	$947,33	$2.842,00	$0,00

Nota: La presente tabla representa la depreciación de equipos de computación.

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 94
Estado de Situación Inicial

Farmacia Pharma Vitality					
Estado de Situación Inicial					
al 1 de Enero del 2018					
ACTIVOS				**PASIVOS**	
Activos corrientes		$28.635,11	**Pasivos corrientes**		$ -
Disponible	$4.329,01				
Caja	$ 2.329,01				
Bancos	$ 2.000,00				
Exigible	$ -				
			Pasivos a largo plazo		$ 20.000,00
Realizable	$24.306,10		Préstamo bancario	$ 20.000,00	
Mercadería	$ 24.306,10				
Activos fijos		$7.829,60			
Tangibles	$6.719,60				
Muebles y enseres	$ 3.121,00		**TOTAL PASIVOS**	$ 20.000,00	
Equipo de oficina	$ 681,60				
Equipo de computación	$ 2.917,00				
Intangibles	$1.110,00		**PATRIMONIO**	$ 17.100,61	
Patente	$ 210,00		Capital social	$ 17.100,61	
Software Infamed	$ 900,00				
			TOTAL PATRIMONIO	$ 17.100,61	
Activos diferidos		$ 635,90			
Gastos de Constitución	$ 635,90				
TOTAL ACTIVOS	$ 37.100,61		**TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO**	$ 37.100,61	

Nota: La presente tabla detalla el Balance General Inicial de la empresa "Pharma Vitality"

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 95
Estado de Resultados proyectado

FARMACIA "PHARMA VITALITY"
Estado de pérdida y Ganancias
Al 1 DE ENERO DEL 2018

	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas	**$ 135.696,79**	**$ 138.884,02**	**$ 142.141,80**	**$ 145.471,52**	**$ 148.874,60**
(-)Costo de ventas	$ 94.987,75	$ 97.218,82	$ 99.499,26	$ 101.830,07	$ 104.212,22
Utilidad bruta en ventas	**$ 40.709,04**	**$ 41.665,21**	**$ 42.642,54**	**$ 43.641,46**	**$ 44.662,38**
(-)Gastos de ventas	$ 16.039,56	$ 17.505,29	$ 18.679,43	$ 19.932,85	$ 21.270,90
- Sueldo Administrador/Vendedor	$ 9.692,81	$ 10.350,75	$ 11.053,36	$ 11.803,66	$ 12.604,90
- Sueldo Dependiente	$ 5.984,25	$ 6.781,14	$ 7.241,45	$ 7.733,00	$ 8.257,91
- Gastos de promoción y publicidad	$ 362,50	$ 373,40	$ 384,62	$ 396,18	$ 408,09
Utilidad neta en ventas	**$ 24.669,48**	**$ 24.159,91**	**$ 23.963,11**	**$ 23.708,61**	**$ 23.391,48**
(-)Gastos administrativos	$ 9.926,52	$ 10.227,66	$ 10.540,25	$ 9.917,42	$ 10.254,33
- Honorarios Bioquímico Farmacéutico	$ 2.160,00	$ 2.271,41	$ 2.388,56	$ 2.511,76	$ 2.641,31
- Dep. Muebles y Enseres	$ 312,10	$ 312,10	$ 312,10	$ 312,10	$ 312,10
- Dep. Equipo de Oficina	$ 68,16	$ 68,16	$ 68,16	$ 68,16	$ 68,16
- Dep. Equipo de Computación	$ 947,33	$ 947,33	$ 947,33	$ -	$ -
- Amortización gastos de constitución	$ 127,18	$ 127,18	$ 127,18	$ 127,18	$ 127,18
- Permisos de funcionamiento	$ 169,00	$ 174,08	$ 179,31	$ 184,70	$ 190,26
- Servicios básicos, teléfono e internet	$ 840,00	$ 865,25	$ 891,26	$ 918,05	$ 945,65
- Arriendo	$ 4.800,00	$ 4.944,29	$ 5.092,91	$ 5.246,01	$ 5.403,70
- Suministros de oficina	$ 381,75	$ 393,23	$ 405,05	$ 417,22	$ 429,76
- Útiles de aseo	$ 121,00	$ 124,64	$ 128,38	$ 132,24	$ 136,22
Utilidad operacional	**$ 14.742,96**	**$ 13.932,25**	**$ 13.422,86**	**$ 13.791,19**	**$ 13.137,14**
(-)Gastos financieros	$ 2.449,86	$ 1.585,92	$ 592,37	$ -	$ -
Utilidad antes de impuestos	**$ 12.293,10**	**$ 12.346,33**	**$ 12.830,49**	**$ 13.791,19**	**$ 13.137,14**
(-) 15% Trabajadores	$ 1.843,96	$ 1.851,95	$ 1.924,57	$ 2.068,68	$ 1.970,57
Utilidad de impuestos	**$ 10.449,13**	**$ 10.494,38**	**$ 10.905,92**	**$ 11.722,51**	**$ 11.166,57**
(-)% de Impuestos	$ -	$ -	$ -	$ 586,13	$ 558,33
Utilidad final	**$ 10.449,13**	**$ 10.494,38**	**$ 10.905,92**	**$ 11.136,38**	**$ 10.608,24**
(-)10% Reserva legal	$ 1.044,91	$ 1.049,44	$ 1.090,59	$ 1.113,64	$ 1.060,82
Utilidad de dividendos	**$ 9.404,22**	**$ 9.444,94**	**$ 9.815,32**	**$ 10.022,75**	**$ 9.547,42**

Nota: La presente tabla detalla el Estado de Pérdidas y Ganancia proyectado de la empresa "Pharma Vitality". Investigación Propia

Para el cálculo de los impuestos se escoge el porcentaje de la siguiente tabla del SRI:

Año 2017 - En dólares			
Fracción básica	Exceso hasta	Impuesto fracción básica	Impuesto fracción excedente
0	11.290	-	**0%**
11.290	14.390	-	**5%**
14.390	17.990	155	**10%**
17.990	21.600	515	**12%**
21.600	43.190	948	**15%**
43.190	64.770	4.187	**20%**
64.770	86.370	8.503	**25%**
86.370	115.140	13.903	**30%**
115.140	En adelante	22.534	**35%**

Figura 47. Tabla de impuestos. (SRI, 2016)

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 96
Flujo de Caja

Flujo de caja						
	Inversión Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad final		$ 10.449,13	$ 10.494,38	$ 10.905,92	$ 11.136,38	$ 10.608,24
Depreciaciones		$ 1.327,59	$ 1.327,59	$ 1.327,59	$ 380,26	$ 380,26
Amortizaciones		$ 127,18	$ 127,18	$ 127,18	$ 127,18	$ 127,18
Gastos financieros		$ 2.449,86	$ 1.585,92	$ 592,37	$ 0,00	$ 0,00
Flujo operacional		$ 14.353,77	$ 13.535,07	$ 12.953,06	$ 11.643,82	$ 11.115,68
Inversiones						
Capital de trabajo	-$ 28.635,11					
Activos fijos	-$ 7.829,60					
Flujo neto	-$ 36.464,71	$ 14.353,77	$ 13.535,07	$ 12.953,06	$ 11.643,82	$ 11.115,68

Nota: La presente tabla detalla el Flujo de Caja de la empresa "Pharma Vitality". Investigación Propia

5.03 Evaluación

Es una técnica que se utiliza para analizar, evaluar y tomar la decisión de invertir o no en el proyecto, determinando una rentabilidad económica del proyecto (Guzmán, 2009)

5.04.01 Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR).

Es la tasa mínima o de referencia en la cual se basa para realizar la inversión.

. El TMAR se determinó mediante la sumatoria de la inflación, la tasa de interés pasiva, el riego país (en variación porcentual) y el premio al riesgo.

Tabla 97
TMAR

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE
Inflación	3,01%
Tasa de interés pasiva	4,64%
Riesgo País	0,01%
Premio al Riesgo	10,00%
TMAR	**17,66%**

Nota: Detalle de los factores que intervienen para el TMAR

Se aclara que la inflación, la tasa de interés pasiva y el riesgo país corresponden al promedio de los últimos 5 años (2012-2016).

5.04.02 Valor actual neto (VAN).

Es las ganancias o pérdidas que se generarían en la vida del proyecto, siendo así que si el VAN es positivo significara que el proyecto tendrá ganancias y se recuperará más allá del dinero invertido, si el VAN es negativo esté no tendrá ganancias y por lo tanto no se recuperara la inversión lo cual determinara el proyecto no es viable para ejecutarlo. (Chimbo J. , 2016)

Para lo cual la fórmula que se utilizará es la siguiente:

$$\text{VAN= -Inversión Inicial}+\frac{FNE1}{(1+i)^1}+\frac{FNE2}{(1+i)^2}+\frac{FNE3}{(1+i)^3}+\frac{FNE4}{(1+i)^4}+\frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

De tal manera los datos que se toman en cuenta son los siguientes:

Inversión inicial: $ 36.464,71

Flujo Neto de Efectivo 1 (FNE1) $ 14.353,77

Flujo Neto de Efectivo 2 (FNE2) $ 13.535,07

Flujo Neto de Efectivo 3 (FNE3) $ 12.953,06

Flujo Neto de Efectivo 4 (FNE4) $ 11.643,82

Flujo Neto de Efectivo 5 (FNE5) $ 11.115,68

TMAR: 17,66 % / 0,1766

$$VAN = -\text{Inversión Inicial} + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -36.470{,}21 + \frac{\$\ 14.353{,}77}{(1+0{,}1766)^1} + \frac{\$\ 13.535{,}07}{(1+0{,}1766)^2} + \frac{\$\ 12.953{,}06}{(1+0{,}1766)^3} + \frac{\$\ 11.643{,}82}{(1+0{,}1766)^4} + \frac{\$\ 11.115{,}68}{(1+0{,}1766)^5}$$

$$VAN = -36.470{,}21 + \frac{\$\ 14.353{,}77}{1{,}1766} + \frac{\$\ 13.535{,}07}{1{,}3843} + \frac{\$\ 12.953{,}06}{1{,}6288} + \frac{\$\ 11.643{,}82}{1{,}9165} + \frac{\$\ 11.115{,}68}{2{,}2549}$$

VAN= $ 4.465,11

5.04.03 Tasa interna de rendimiento (TIR).

Es la tasa de descuento que hace que el valor actual neto sea igual a cero, por lo tanto el TIR es la tasa de rendimiento real generada por la empresa. (Gavilanes, 2016)

Tabla 98
TIR

Período	Flujos netos	VAN	TIR
0	-$ 36.464,71	-$ 36.464,71	-$ 36.464,71
1	$ 14.353,77	$ 12.198,95	$ 11.650,66
2	$ 13.535,07	$ 9.776,28	$ 8.917,23
3	$ 12.953,06	$ 7.951,37	$ 6.926,69
4	$ 11.643,82	$ 6.074,66	$ 5.053,98
5	$ 11.115,68	$ 4.928,55	$ 3.916,15
		VAN	$ 0,00
		TIR	23,20%

Nota: Detalle de los valores para la obtención del TIR 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. (Gavilanes, 2016)

Tabla 99
PRI

Período	Flujos a valor presente
0	-$ 36.464,71
1	$ 14.353,77
	-$ 22.110,94
2	$ 13.535,07
	-$ 8.575,87
3	$ 12.953,06
	$ 4.377,19
Meses	0,6620729
	7,944874805
Días	0,944874805
	28,34624415
PRI	**2 años, 7 meses, 28 días**

Nota: La presente tabla detalla el Periodo de Recuperación de la inversión en el proyecto.

5.04.05 Relación beneficio costo (RBC).

Esta relación radica en dividir el total de los beneficios en valores actuales para los gastos realizados, mostrando la rentabilidad del mismo.

Tabla 100
Relación beneficio costo

Beneficios	$ 40.929,82
Costos	$ 36.464,71
Relación B/C	$ 1,12

Nota: Detalle de los Costos y Gastos para determinar el Riesgo Beneficio Costo. Investigación Propia

La relación beneficio costo nos indica que por cada dólar invertido se espera obtener $ 1, 12 en beneficios, es decir el proyecto es rentable debido a que sus beneficios son mayores a los gastos invertidos.

5.04.06 Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio nos indica cuantos productos se debe vender para cubrir todos los costos, por lo tanto los ingresos totales deben ser iguales a los costos totales para que no exista pérdida alguna. (Acosta, 2011)

Para el cálculo del punto de equilibrio es necesario usar los siguientes datos:

Tabla 101
Datos para el cálculo del punto de equilibrio

DESCRIPCIÓN	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES
Costo de ventas	$ -	$ 77.640,87	**$ 77.640,87**
Gasto de ventas	$ 14.520,15	$ 457,90	**$ 14.978,05**
Gasto Administrativo	$ 7.526,52	$ -	**$ 7.526,52**
Gasto Financiero	$ 2.449,86	$ -	**$ 2.449,86**
TOTAL	**$ 24.496,53**	**$ 78.098,77**	**$ 102.595,30**

Nota: Costos Fijos y Variables de la Farmacias Pharma Vitality. Investigación Propia

Tabla 102
Datos para el cálculo del punto de equilibrio

Ingresos (Y)	**$ 135.696,79**
Número de días (Q)	360
Precio de venta unitario (Pvu)	$ 376,94
Costo variable unitario (Cvu)	$ 216,94
Costos fijos (CF)	$ 24.496,53
Costos variables (CV)	$ 78.098,77

Nota: Datos para el cálculo del punto de equilibrio. Investigación Propia

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

$$PE(Q)= \frac{CF}{Pvu-Cvu}$$

$$PE(Q)= \frac{\$\ \mathbf{24.496,53}}{\$\ 376,94 - \$\ 216,94}$$

$$PE(Q)= 153,11 \text{ días}$$

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

$$PE(MON)= \frac{CF}{1-\frac{Cvu}{Pvu}}$$

$$PE(MON)= \frac{\$\ 24.496,53}{1-\frac{\$\ 216,94}{\$\ 376,94}}$$

$$PE(MON)= \$\ 57.712,07$$

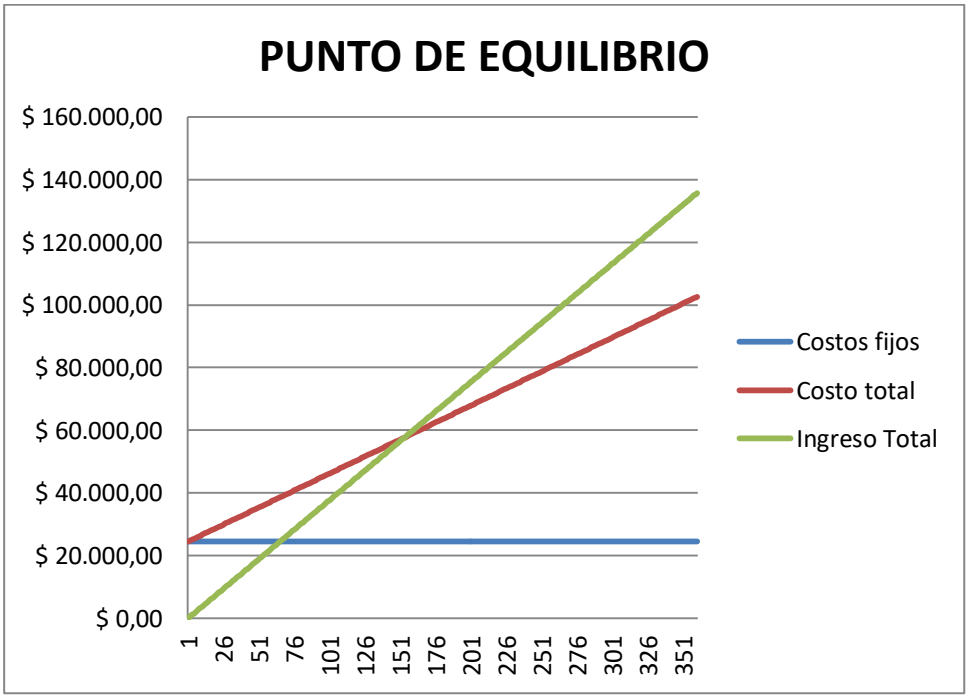


***Figura* 48.** Descripción del punto de equilibrio. Investigación Propia

Análisis:

La Farmacia Pharma Vitality para la equiparación entre costos y gastos, deberá vender $ 376,94 en 153 días alcanzando unas ventas de $ 57.712,07, obteniendo su punto de equilibrio, es decir, sin pérdidas ni ganancias.

5.04.07 Análisis de índices financieros.

Con el cálculo de los diferentes índices financieros realizados en la evaluación financiera se obtienen los siguientes resultados.

- VAN: **$ 4.465,11**
- TIR: **23,20%**
- PRI: 2 **años, 7 meses, 28 días**
- RBC: **$1,12**

Con los resultados alcanzados podemos deducir que el proyecto es rentable ya que el VAN es positivo en el quinto año, la TIR es mayor a los costos de oportunidad (TMAR), el PRI indica que la inversión se recuperara en 2 años, 7 mes, 28 días y la Relación Costo Beneficios es mayor a 1.

Capítulo VI

6.01 Impacto Ambiental

Se establecerá un cronograma para la limpieza de perchas lo cual permitirá sacar los medicamentos prontos a caducar evitando la acumulación de basura, no generara ningún impacto que afecte al medio ambiente ya que la empresa se encargara de la eliminación de los desechos de manera adecuada capacitando a los colaboradores en campañas de reciclaje, utilizando bolsas de basura de color rojo y negro para diferenciar el desecho y no contribuir al cuidado del medio ambiente, además al enviar publicidad móvil en las compras evitaremos la contaminación en las calles.

6.02 Impacto Económico

La creación de la farmacia desemboca un impacto importante en la economía del país ya que este proyecto emprendedor generará fuentes de empleo tanto como para el administrador, dependiente y bioquímico farmacéutico, en conjunto con las empresas proveedora las cuales nos permitirán llegar a acuerdos con el fin de brindar los mejores descuentos a los habitantes del sector.

6.03Impacto Productivo

Es de gran beneficio para la población ya que nuestra función específica es distribuir los bienes a la población provocando un bienestar para el cuidado de su salud como fuente de consulta para la elaboración de uno similar, además la farmacia Pharma Vitality usara recursos tecnológicos los cuales cumplirán su tiempo de vida útil y serán desechados.

6.04Impacto Social

El impacto de la creación de la farmacia en la población es positivo ya que siempre prestaremos nuestros servicios en forma indispensable para la prevención y tratamiento de las enfermedades con profesionales en el área de Farmacia con el fin de prevalecer la Salud de nuestros clientes y la de su familia, lo cual es un beneficio mutuo para mejorar la calidad de vida en el Barrio San Martin de Porres.

Capítulo VII

7.01Conclusiones

Una vez de haber culminado con el proyecto del Estudio de Factibilidad para la creación de una farmacia independiente en el sector San Martín. Podemos concluir lo siguiente:

- En el análisis del ambiente externo se pudo identificar factores positivos y negativos de suma importancia que influyen en el crecimiento del mismo, es por ello que se deberá planificar estrategias que nos diferencia con la competencia para el posicionamiento en el mercado.
- Al realizar el estudio de mercado se determinó que existe demanda insatisfecha de productos farmacéuticos en el Barrios San Martín de Porres.
- En el estudio técnico se determinó que la dimensión del local será de $40m^{2,}$ el mismo que constará de las áreas específicas manera equitativa para su normal funcionamiento.
- La farmacia será situada en el barrio San Martín de Porres, en la calle V y K diagonal al UPC N° 4.

- La ventaja principal de la elección del lugar es la no existencia de una farmacia que atienda al público con variedad de productos a un horario continuo cerca del UPC N° 4, la Escuela Fiscal Mixta Luis Enrique Raza, el Centro de Salud San Martín

- El Proyecto debido a que sus proyecciones manifiestan resultados satisfactorios puede ser ejecutarlo.
- Mediante el Estudio Financiero arrojo los siguientes resultados:
  - VAN: $ 4.465,11
  - TIR: 23,20%
  - PRI: 2 años, 7 meses, 28 días
  - RBC: $1,12
- El impacto ambiental no será perjudicial ya que la farmacia impartirá campañas de reciclaje, Los impactos social y económico que producirá el proyecto son positivos, al crear nuevas plazas de trabajo y el negocio servirá a la población en el ámbito farmacéutico contribuyendo al cuidado de su salud

7.02 Recomendaciones

Para la ejecución del proyecto se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Realizar el estudio de factibilidad el cual determine si el negocio será rentable.

- Ser innovadores y brindar un servicio profesional el cual será un valor agregado para fidelizar clientes y ser preferidos por la competencia.
- Mantener un stock variado para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
- Realizar un control adecuado de los medicamentos pata evitar pérdidas futuras.
- Cumplir con los cronogramas de limpieza para tener una buena imagen para los clientes.
- Contratar personal profesional que brinde un buen servicio a nuestros clientes, y colaboren al crecimiento de la empresa.
- Realizar las proyecciones con todos los gastos que se incurre en la creación del negocio lo cual nos permitirá identificar las ganancias verídicas.

ANEXOS

Anexo Nº 1

ENCUESTA

Tema: Encuesta sobre las preferencias de los medicamentos e insumos médicos que se dispensan y se expenden en una farmacia, DMQ.

Objetivo: Identificar las preferencias de los productos farmacéuticos e insumos médicos que se expenden en una farmacia.

Seleccione el ítem colocando una X

1. **¿Qué productos adquiere con mayor frecuencia en una farmacia?**

Productos de higiene personal (champú, jabón, pasta dental, cepillo dental, etc.)	
Productos para bebes	
Medicamentos	
Cosméticos	
Productos Naturales	

2. **¿Al realizar una compra en una Farmacia que atributos toma más en cuenta?**

Calidad	
Precio	
Atención al Cliente	
Stock	
Promociones	

3. **¿Con que facilidad encuentra un medicamento en la farmacia de su Barrio?**

Fácil	
Con Dificultad	
No Encuentra	

4. **¿Cuáles son los servicios que le gustaría recibir de una Farmacia?**

Plan de Medicación Continua	
Información mediante correo electrónico	
Días de promoción	

5. **¿Se encuentra satisfecho con el servicio que recibe de las Farmacias del Sector?**

☐ SI ☐ NO

6. **¿Qué horarios le gustaría que atendiera una farmacia?**

Todos los días de 7:00 am a 9:30 pm	
Todos los días de 8:00 am a 8:00 pm incluido feriados	
Todos los días de 8:00 am a 10:00 pm	
Todos los días de 9am a 00:00 am incluido feriados	

7. ¿Cuánto invierte usted en medicamentos farmacéuticos mensualmente?

$0-$15	
$16-$30	
$31-$50	
$51-$70	

8. ¿Qué medicamentos consume usted?

Medicamentos Genéricos ☐ Medicamentos de Marcas ☐

9. ¿Utilizaría usted los productos de una nueva farmacia en el sector, que brindara los beneficios que usted necesita?

☐ SI ☐ NO

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

SI ☐ NO ☐

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

Farmacias ☐

Centros Naturistas ☐

Anexo N°2

INFAMED SISTEMA FACTURACION E INVENTARIO DE FARMACIA Y MEDICAMENTOS

NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO: **INFAMED**
Versión del sistema: 2.0 /2015 – 2016

Contenido de paquete: Instalador de Sistema de inventarios facturación y manual de usuario.

REQUERIMIENTOS DEL SISTEMA

Procesador: **Pentium Dual-Core**
Memoria: 2GB RAM.
Disco: 200 GB.
Windows 7 ó posterior.
Office 2007 o posterior
Net frame work 2.0 y 3.5

SISTEMA DE INVENTARIOS FACTURACION

MODULO INVENTARIOS

Este módulo le permite el manejo eficiente de sus Inventarios. Manteniendo un control basado en mínimos y máximos pre-establecidos al nivel de producto, permite manejo de múltiples almacenes, Valorización del inventario, generación de precios pvp automático de acuerdo a un porcentaje determinado de utilidad, listado de precios, reportes adicionales.

Opciones:

Registro de categorías de productos
Ingreso de productos
Registro de catálogo de productos
Carga de inventario inicial
Actualización masiva de productos
Creación masiva de productos datos importados desde Excel
Incremento y descuento a precios globalmente
Ajustes de inventario
Reporte de inventario valorizado
Productos con Stock mínimo

MODULO COMPRAS

Opciones:

Registro de Compras con factura
Registro de compras con nota de venta
Todo en cuanto a compras y fechas de compras y detalles de las mismas.
Devoluciones (notas de crédito)
Compras por pagar.

MODULO VENTAS

Este módulo permite registrar las ventas de la empresa sean al contado, crédito, o con cheque, registrar los pagos que realizan los clientes, de clientes, retenciones en ventas, así como reportes de estadísticas en ventas y más opciones para el manejo y control de los ingresos de la empresa.

Opciones:

Registro de facturas de venta.
Registro de facturas con nota de venta.
Registro de notas de crédito.
Reporte retenciones de ventas.
Registro de clientes.
Registro de vendedores.
Estadísticas de ventas.
Productos más vendidos.
Reporte de utilidades en ventas.
Búsqueda de productos por nombre genéricos, comerciales, laboratorios o marcas, dolencia y categorías, además de productos similares al producto principal.

HERRAMIENTAS

El sistema cuenta con herramientas para la configuración de las diversas opciones del sistema, respaldos de información, creación de usuarios y asignación de opciones permitidas por usuario:

- Agregar configurar impresoras
- Parametrización de datos del sistema: en compras, ventas, inventario, numeración de documentos.
- Configuración de formato de impresión de facturas y notas de venta
- Asignación de impresoras para documentos (facturas, notas de crédito, notas de venta, cierre caja,
- retención) por usuario.
- Restricciones para usuarios a los diversos módulos del sistema (Inventarios, ventas, almacenes).
- Posee vademécum integrado que no depende de internet.
- Base de datos de medicamentos de los más usados en el medio.
- Kárdex control de entrada y salida de productos, evidenciado el concepto del movimiento del producto por qué sale y por qué entra al inventario, sucursales, etc.
- Consultas de ventas, compras por fechas, por productos, por laboratorio, por proveedor, ultimo costo adquirido.
- Consulta de caducidad de productos con su respectivo nombre, proveedor, marca, fecha, lote y permitiendo establecer con cuantos días de anticipación se debe realizar las devoluciones por concepto de caducidad.

Usuarios
Gestión

Este módulo de seguridad define y controla todos los accesos permitidos al nivel permitido de cada Usuario.

Se tiene 2 niveles de usuario:

- Nivel 1 Administrador (acceso total a las funciones del sistema.
- Nivel 2 Usuario (Solo ingresa información no puede alterar datos ni eliminarlos).

Restricciones

Adicional se cuenta con restricciones de acceso a las opciones del sistema para los módulos de Inventarios, ventas, almacenes, y reportes de inventarios.

Empresa

Añadir
Crear una nueva empresa al sistema.

Eliminar
Eliminar del listado una empresa registrada.

VADEMECUM.

Útil para consultar posología y más características del producto e ese caso medicamentos.

Garantía:

1 año de garantía contra defectos de programación
No cubre garantía por situación de virus o mal funcionamiento del sistema operativo o equipo o por mal manejo del usuario.
Tampoco cubre mal estado de conexiones eléctricas que pudieren ocasionar perdida de información.

VALOR DE LA INVERSION

1.- Sistema básico $900 incluye sistema para dos computadoras una principal y un punto de venta en caso de solicitar para una computadora adicional dentro de la misma farmacia tendrá un valor de $ 150.

En caso de solicitar más licencias se llegará a un acuerdo con el comprador dependiendo del número de sucursales teniendo en cuenta que cada una de las farmacias trabajará de forma independiente y no tendrá acceso a la información entre ellas.

2.- Sistema tipo Cadena de Farmacias (full) $1300 incluye sistema para dos computadoras una principal y un punto de venta en caso de solicitar para una computadora adicional dentro de la misma farmacia tendrá un valor de $ 250.

En caso de solicitar más licencias se llegará a un acuerdo con el comprador dependiendo del número de sucursales teniendo en cuenta que cada una de las farmacias trabajará en red estarán conectadas la una con la otra y se podrá hacer trasferencia de productos entre ellas, consultas de stock, ventas y más detalles en caso de que así lo desee el comprador, caso contario se deshabilita esta función.

Si la instalación se hace vía internet usando team viewer o Skype los costos de instalación no se cobran.

Asesoría técnica vía telefónica o vía internet team viewer o Skype

TELEFONO:
CEL WHATSAPP. : 0999958885 - 0984846733 Cristian Calle R

Página web:
SERVICOMPU@INFORMATICABIBLIAN
YOUTUBE: https://www.youtube.com/watch?v=Lt0jjh6JOR4
Correo: sistemainfamedcorp@outlook.com

Email personal:
cristianfcalle@hotmail.com
cristianfcalle@yahoo.com
cristianfcalle@gmail.com

Formas de pago
Cuenta Banco pichincha
N° 4798033200
A nombre de Calle Rubio Cristian Fernando

Att
Ing Cristian Calle R.

Referencias Bibliográficas

Acosta, A. (08 de Mayo de 2011). *De Proyectos en Proyectos.* Obtenido de http://deproyectoenproyecto.blogspot.com/2011/05/el-punto-de-equilibrio-del-proyecto.html

ARCSA. (2016). *Emisión de permisos de funcionamiento.* Obtenido de www.controlsanitario.gob.ec: http://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/

Bagó. (s.f.). *Bagó.* Obtenido de www.bago.com.ec: http://www.bago.com.ec/

Banco Central del Ecuador. (1990). *Desempleo*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=desempleo

Banco Central del Ecuador. (01 de 01 de 2016). *Inflación*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/763

Banco Mundial. (2001). *Tasa de Crecimiento poblacional*. Obtenido de datos.bancomundial.org: https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.GROW

Bayer. (s.f.). *Bayer.* Obtenido de www.bayer.com: https://www.bayer.com/en/latin-america.aspx

BCE. (2012). *Inflación*. Obtenido de Contenido.bce.fin.ec: https://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion

BCE. (2017). *Producto Interno Bruto*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/310-producto-interno-bruto

Cahuate, L. (2014). *Clientes.* Obtenido de www.dspace.cordillera.edu.ec: http://www.dspace.cordillera.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/532/26-FARM-14-14-1720904679.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Carvajal, J. A. (2014). *Factores Económicos*. Obtenido de prezi.com: https://prezi.com/iphpiqykamlk/factores-y-sectores-economicos/

Castro, E. (2003). *La empresa y su entorno.* Obtenido de www.edebe.com: https://www.edebe.com/educacion/documentos/830343-0-529-830343_LA_EIE_CAS.pdf

Chimbo, J. (2016). *Capacidad óptiima.* Obtenido de www.dspace.cordillera.edu.ec: http://www.dspace.cordillera.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/1475/8-FARM-15-16-1722221346.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Chimbo, J. (2016). *Cinco Fuerzas de Porter.* Obtenido de www.dspace.cordillera.edu.ec: http://www.dspace.cordillera.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/1475/8-FARM-15-16-1722221346.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Contraloria. (2007). *Sueldos y Salarios.* Obtenido de www.contraloria.gob.ec: http://www.contraloria.gob.ec/Informativo/SalariosManoObra

Eco- finanzas. (s.f.). *Demanda*. Obtenido de eco-finanzas.com: http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DEMANDA.htm

Economipedia. (2015). *Oferta*. Obtenido de economipedia.com: http://economipedia.com/definiciones/oferta.html

Economipedia. (2015). *Pleno Empleo.* Obtenido de economipedia.com: http://economipedia.com/definiciones/pleno-empleo.html

Economipedia. (2016). *Poder Adquisitivo*. Obtenido de economipedia.com: http://economipedia.com/definiciones/poder-adquisitivo.html

Ecuaquimica. (s.f.). *Ecuaquimica.* Obtenido de www.ecuaquimica.com.ec: http://www.ecuaquimica.com.ec/nuestra-empresa.html

Ekos. (2016). *Leterago.* Obtenido de www.ekosnegocios.com: http://www.ekosnegocios.com/empresas/empresas.aspx?idE=75

Ekos. (2016). *Quifatex.* Obtenido de www.ekosnegocios.com: http://www.ekosnegocios.com/empresas/empresas.aspx?idE=27

Euroresidentes. (2013). *Color azul*. Obtenido de euroresidentes.com: https://www.euroresidentes.com/horoscopos/colores/significado-color-azul.htm

Gavilanes, S. (2016). *Cadena de Valor.* Obtenido de www.dspace.cordillera.edu.ec: http://www.dspace.cordillera.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/1488/43-FARM-15-16-1724529563.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Grünenthal. (2017). *Grünenthal.* Obtenido de www.grunenthal.com.ec: https://www.grunenthal.com.ec/grt-web/178300805.jsp

Guzmán, C. A. (2009). *Tasa de interés.* Obtenido de MATEMATICAS FINANCIERAS PARA TOMA DE DECISIONES EMPRESARIALES: http://www.adizesca.com/site/assets/me-matematicas_financieras_para_toma_de_decisiones_empresariales-ca.pdf

Hierbalife. (2017). *Hierbalife.* Obtenido de www.herbalife.com.ec: http://www.herbalife.com.ec/

Insuasti, I. J. (2014). *Industria Farmaceutica*. Obtenido de repositorio.ucsg.edu.ec: http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2587/1/T-UCSG-PRE-ESP-MD-CM-1.pdf

Leandro, L. G. (2000). *Pobreza*. Obtenido de www.auladeeconomia.com: http://www.auladeeconomia.com/articulos.htm#ENTORNO2

Leandro, L. G. (2001). *Ambiente externo*. Obtenido de www.auladeeconomia.com: http://www.auladeeconomia.com/articulos.htm

Marjohn, D. (2010). *Tipos de Muestreo*. Obtenido de metodologia02.blogspot: http://metodologia02.blogspot.com/p/tipos-de-muestreo.html

Merino, J. P. (2009). *Muestra*. Obtenido de Definición de: http://definicion.de/muestra/

Merino, J. P. (2012). *Población*. Obtenido de Definición de: http://definicion.de/poblacion/

Ministerio de Salud Pública. (2013). *Ley Orgánica de Salud*. Obtenido de www.todaunavida.gob.e: http://www.todaunavida.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/10/ley-sis-nac-salud.pdf

Nature's Garden. (2017). *Nature's Garden*. Obtenido de www.naturesgarden.com.ec: http://www.naturesgarden.com.ec/

Omnilife. (2009). *Omnilife*. Obtenido de www.omnilife.com: https://www.omnilife.com/ecuador/haz-negocio/

Ríos, M. B. (2016). Organización Farmacéutica II. *Organización Farmacéutica II*.

Roche. (s.f.). *Roche*. Obtenido de www.roche.com.ec: http://www.roche.com.ec/

Ronquillo, J. (2016). *Tesis de Factibilidad.* Obtenido de www.dspace.cordillera.edu.ec: http://www.dspace.cordillera.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/1488/43-FARM-15-16-1724529563.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sanofi. (2017). *Sanofi.* Obtenido de www.sanofi.com.ec: http://www.sanofi.com.ec/l/ec/sp/index.jsp

SRI. (2016). *Impuesto a la Renta*. Obtenido de http://www.sri.gob.ec/web/guest/detalle?idnoticia=380&marquesina=1

Superintendencia de Bancos del Ecuador. (2010). *Tasa de interés activa*. Obtenido de www.superbancos.gob.ec: http://www.superbancos.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=70&vp_tip=2

Superintendencia del Ecuador. (s.f.). *Tasa de interés pasiva*. Obtenido de www.superbancos.gob.ec: http://www.superbancos.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=70&vp_tip=2

Universidad Santo Tomás Primer Claustro Universitario de Colombia. (s.f.). *Tamaño del Proyecto.* Obtenido de ustadistancia.edu.co: http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20%28Segundo%20Momento%29/tamao_del_proyecto.html

Wikipedia. (2017). *Colorometria*. Obtenido de es.wikipedia.org: https://es.wikipedia.org/wiki/Colorimetr%C3%ADa

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: Orellana.Viviana.AdministraciónBoticasy Farmacias.pdf (D30323524)
Submitted: 2017-09-01 02:48:00
Submitted By: mishell_mai@hotmail.com
Significance: 8 %

Sources included in the report:

Proyecto de titulación Sofía Gavilanes.pdf (D23359528)
Ronquillo Jessica-Administracion de Boticas y Farmacias16-17Urkund.pdf (D26652406)
Maiguashca.Melisa.Administración de Boticas y Farmacias.pdf (D30274349)
Tesis-final-Josselyn- Carolina-Aguayo-Martínez.pdf (D26677614)
Quinatoa Myriam .Farmacias.pdf (D30273977)
http://economipedia.com/definiciones/oferta.html
http://metodologia02.blogspot.com/p/tipos-de-muestreo.html

Instances where selected sources appear:

88