



**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA**

**UBICADA EN LA VICTORIA IBARRA IMBABURA, 2017-2017**

**Proyecto de inversión previo a la obtención del título de Tecnólogo en**

**Administración de Boticas y Farmacias**

**Autora: Córdova Carpio Antonia Belén**

**Tutor: Economista Gustavo Xavier Paredes Pérez**

**Octubre - 2017**



## ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 20 de Septiembre del 2017

El equipo asesor del trabajo de Titulación de la Srta. **CORDOVA CARPIO ANTONIA BELEN** de la carrera de **ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS** cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA UBICADA EN LA VICTORIA IBARRA IMBABURA 2017-2017**. Una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la Institución.

Eco. Gustavo Paredes  
Tutor del Proyecto

Lcdo. Marcelo Morocho  
Lector del Proyecto



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



Ing. Gale Cisneros  
Coordinador de la Unidad de Titulación

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

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

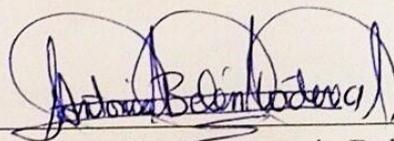
Campus 2:  
Bracamoros N15-163 y  
Yacuambí (esq.)  
Telf.: 2262041

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

Campus  
Yacuambí  
Oe2-36  
Bracamoros

## DECLARATORIA

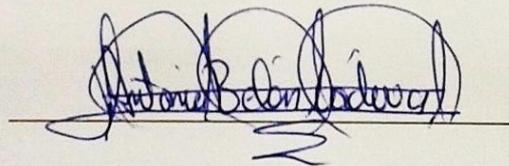
Declaro que el proyecto de inversión es absolutamente original, auténtica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que eh llegado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



Córdova Carpió Antonia Belén  
171138409-7

## CESIÓN DE DERECHOS A LA INSTITUCIÓN

Yo, Córdova Carpio Antonia Belén alumna de la Escuela de Administración de Boticas y Farmacias, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor al Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".



Córdova Carpio Antonia Belén  
171138409-7

## AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por haberme guiado en este hermoso camino que son los estudios; en segundo lugar a mis padres que me han sabido apoyar e inculcar todos los valores y enseñanzas para ser una excelente persona, en tercer lugar a mis queridos docentes Economista Gustavo Paredes y Economista Lenin Paredes, que me han incentivado e instruido en este sendero para llegar a ser una profesional, y para terminar en cuarto lugar a mi prestigioso Instituto Cordillera que me ha dado la oportunidad de formarme académicamente.

## DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios a mis padres y mi hija.

A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome  
fortaleza para continuar,

A mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación  
siendo mi apoyo incondicional en todo momento.

A mi hija, ya que este gran paso que doy es también para ella y así obtener una  
mejor calidad de vida.

## ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA.....	i
CESIÓN DE DERECHOS A LA INSTITUCIÓN .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
DEDICATORIA .....	iv
RESUMEN EJECUTIVO .....	xv
ABSTRACT.....	xvi
CAPÍTULO I.....	1
INTRODUCCIÓN.....	1
1.-Justificación .....	1
1.1.-Antecedentes .....	3
CAPÍTULO II .....	6
2.-ANÁLISIS SITUACIONAL.....	6
2.1. Análisis Externo .....	6
2.1.1. Factor Económico.....	6
2.1.1.1. Producto Interno Bruto (PIB) .....	7
2.1.1.2. Producto Interno Bruto Farmacéutico .....	8
2.1.1.3. Inflación.....	9
2.1.1.4. Tasas de Interés .....	11
2.1.1.4.1. Tasa de Interés Activa .....	11
2.1.1.4.2. Tasa de Interés Pasiva .....	12
2.1.2. Factor Político .....	14
2.1.2.1. Riesgo país .....	14
2.1.3. Factor Social.....	15
2.1.3.1. PEA (Población Económicamente Activa) .....	15
2.1.4. Factor Legal.....	18
2.1.5. Factor Tecnológico.....	21
2.2. ENTORNO LOCAL.....	23

2.2.1 Clientes.....	23
2.2.2. ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE MAICOL PORTER .....	23
2.2.2.1. Amenaza a nuevos Competidores .....	24
2.2.2.2. Rivalidad entre competidores .....	24
2.2.2.3. Amenaza de ingreso a productos sustitutos.....	24
2.2.2.4. Poder de negociación de Proveedores .....	25
2.2.2.5. Poder de negociación de Consumidores.....	25
2.3. ANÁLISIS INTERNO .....	26
2.3.1. Propuesta Estratégica .....	26
2.3.2. Logotipo de la Farmacia.....	26
2.3.3. Misión.....	27
2.3.4. Visión .....	27
2.3.5. Objetivos .....	28
2.3.5.1. Objetivo General .....	28
2.3.5.2. Objetivos Específicos .....	28
2.3.6. Valores.....	28
2.3.7. Políticas internas de la empresa.....	30
2.3.8. Gestión Administrativa.....	30
2.3.9. Gestión Operativa.....	31
2.3.9. Gestión Comercial .....	33
2.4 Análisis FODA .....	36
2.4.1.-Matriz de los Factores Internos (MEFI).....	36
2.4.2.-Matriz de los Factores Externos (MEFE).....	38
CAPÍTULO III.....	40
ESTUDIO DE MERCADO.....	40
3.1. Análisis del consumidor .....	40
3.1.1. Determinación de la población y muestra .....	40
3.1.2. Fórmula para calcular la muestra .....	41
3.1.3. Obtención de Información.....	43
3.1.3.1. La Encuesta .....	43
3.1.4. Tabulación y análisis de la Información.....	43

Datos Obtenidos de la Encuesta .....	43
3.2.- Oferta .....	55
3.2.1.- Oferta Histórica .....	56
3.2.2.- Oferta Actual .....	57
3.2.3.- Oferta Proyectada.....	57
3.3. Demanda.....	58
3.3.1.- Demanda Histórica.....	59
3.3.1.- Demanda Actual.....	60
3.2.3.- Demanda Proyectada.....	61
3.4. Balance Oferta-Demanda .....	62
3.4.1. Balance Actual de la Oferta-Demanda .....	62
CAPÍTULO IV .....	64
4.1. Tamaño del Proyecto.....	64
4.1.1. Capacidad instalada .....	64
4.1.2. Capacidad Demanda.....	65
4.2. Localización .....	66
4.2.1 Macro localización .....	66
4.2.2 Micro localización .....	67
4.2.3 Localización Óptima .....	68
4.3 Ingeniería del Producto .....	71
4.3.1 Definición del Bien y Servicio .....	71
4.3.2 Distribución de planta .....	71
4.3.3. Proceso Productivo.....	72
4.3.3.1. Maquinaria.....	72
4.3.3.2. Equipos .....	73
CAPÍTULO V .....	75
Estudio Financiero.....	75
5.1. Ingresos Operacionales.....	75
5.2. No Operacionales .....	76
5.2 Costos .....	76
5.2.1 Costo Directo.....	76

5.2.3. Gastos Administrativos .....	78
5.2.3.1. Rol de pagos .....	79
5.2.3.2. Depreciaciones .....	81
5.2.3.3. Amortización de Activos Diferidos (Otros activos).....	83
5.2.4. Gastos Financieros .....	83
Fórmula para la Amortización.....	84
5.2.5. Costo de Venta .....	86
5.3. Inversiones del Proyecto .....	86
5.3.1. Activos Fijos.....	86
5.3.2. Activos Nominales (diferidos) .....	87
5.3.4. Capital de Trabajo .....	88
5.3.5. Fuentes de Financiamiento y Uso de fondos.....	89
5.3.6. Estado de Situación Inicial .....	91
5.3.7. Estado de Resultados Proyectado (a cinco años) .....	92
5.3.7.1. Impuesto a la Renta. ....	93
5.3.8. Flujo Caja .....	93
5.4. Evaluación Financiera .....	94
5.4.1. Tasa de descuento (T MAR) .....	94
5.4.2. Valor Actual Neto (VAN) .....	95
5.4.3. Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	96
5.4.4. PRI (Período de recuperación de la inversión).....	96
5.4.5. RCB (Relación costo beneficio).....	97
5.4.6. Punto de equilibrio .....	98
Fórmula del Punto de Equilibrio .....	99
5.4.7. Margen de Rentabilidad .....	100
CAPÍTULO VI.....	101
Análisis de Impactos .....	101
6.1 Impacto Ambiental .....	101
6.2 Impacto Económico.....	101
6.3 Impacto Productivo .....	102
6.4 Impacto Social .....	103

---

CAPÍTULO VII .....	104
Conclusiones y Recomendaciones .....	104
7.1 Conclusiones .....	104
7.2 Recomendaciones .....	106
REFERENCIAS .....	107
ANEXOS .....	113
Anexo N°1 .....	113
Anexo N°2 .....	116
Anexo N°3 .....	116
Anexo N°4 .....	117

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Pib desde el 2012-2016 .....	7
Tabla 2 PIB Farmacéutico desde el 2012-2016 .....	8
Tabla 3 Inflación en el Ecuador desde el 2012-2016.....	10
Tabla 4 Tasa Activa desde el 2012-2016 .....	11
Tabla 5 Tasa de Interés Pasiva desde el 2012-2016.....	13
Tabla 6 Riesgo País desde Mayo2017 al Junio 2017 .....	14
Tabla 7 PEA desde el 2012-2016.....	16
Tabla 8 Desempleo desde el 2012-2016 .....	17
Tabla 9 % de personas que utilizan internet en el Ecuador.....	22
Tabla 10. Análisis MEFI .....	37
Tabla 11. Análisis MEFE.....	38
Tabla 12. Total de habitantes del sector de la Victoria, Ibarra .....	41
Tabla 13. Pregunta Nro. 1 de la encuesta .....	43
Tabla 14. Pregunta Nro. 2 realizada por una encuesta.....	44
Tabla 15. Pregunta Nro.3 de la encuesta.....	45
Tabla 16, Pregunta Nro. 4 de la encuesta.....	46
Tabla 17. Pregunta Nro. 5 de la encuesta.....	47
Tabla 18, pregunta Nro.6 de la encuesta. ....	48
Tabla 19. Pregunta Nro. 7 de la encuesta.....	49
Tabla 20. Pregunta Nro. 8 de la encuesta.....	50
Tabla 21. Pregunta Nro. 9 de la encuesta .....	51
Tabla 22. Pregunta Nro. 10 de la encuesta.....	52
Tabla 23. Preguntan Nro. 11 de la encuesta.....	53
Tabla 24. Pregunta Nro. 12 de la encuesta.....	54
Tabla 25. Oferta Histórica 2012-2016. ....	56
Tabla 26. Oferta Actual 2017.....	57
Tabla 27. Oferta Proyectada desde 2018 - 2022. ....	57
Tabla 28. Demanda Histórica desde 2012-2016. ....	59

Tabla 29. Consumo Mensual en el sector de La Victoria 2017. ....	60
Tabla 30. Demanda Actual 2017.....	60
Tabla 31. Demanda Proyectada desde 2018-2022. ....	61
Tabla 32. Balance Oferta-Demanda 2017 .....	62
Tabla 33. Balance Proyectado de la Oferta- Demanda. ....	62
Tabla 34. Capacidad Instalada, 2017. ....	65
Tabla 35. Capacidad Demandada, 2017.....	65
Tabla 36. Calificación Ponderada, 2017. ....	70
Tabla 37. Equipos de Oficina, 2017.....	73
Tabla 38. Equipos de Cómputo, 2017.....	73
Tabla 39. Muebles y Enseres, 2017. ....	74
Tabla 40. Ingresos Operacionales, 2017. ....	75
Tabla 41. Laboratorios farmacéuticos, 2017.....	77
Tabla 42. Costos Operacionales, 2017.....	77
Tabla 43. Costo Indirecto, 2017.....	78
Tabla 44. Gastos Administrativos, 2017.....	79
Tabla 45. Rol de Pagos de los Trabajadores, 2017. ....	79
Tabla 46. Rol de Pagos del Administrador proyectado 2018-2022. ....	80
Tabla 47. Rol de pagos del Dependiente proyectado 2018-2022.....	80
Tabla 48. Rol de pagos del Bioquímico proyectado 2018-2022.....	81
Tabla 49. Depreciación de muebles y enseres, 2017. ....	81
Tabla 50. Depreciación de equipos de cómputo., 2017. ....	82
Tabla 51. Depreciación de equipos de oficina, 2017. ....	82
Tabla 52. Amortización de Activos Diferidos, 2017. ....	83
Tabla 53. Capital y el Préstamo. ....	84
Tabla 54. Interés por los tres años de préstamo, 2017. ....	84
Tabla 55. Tabla de Amortización., 2017.....	85
Tabla 56. Gastos de Marketing, 2017. ....	86
Tabla 57. Activos fijos, 2017.....	87
Tabla 58. Activos Diferidos o Nominales, 2017.....	88
Tabla 59. Capital de Trabajo, 2017.....	88

---

Tabla 60. Fuentes de Financiamiento, 2017. ....	89
Tabla 61. Política de Inversión, 2017.....	90
Tabla 62. Estado de Situación Inicial, 2017.....	91
Tabla 63. Estado de Resultados. Proyectados a 5 años.....	92
Tabla 64. Impuesto a la Renta, 2017.....	93
Tabla 65. Flujo de Caja, 2017 .....	94
Tabla 66. TMAR, 2017. ....	95
Tabla 67. VAN, 2017 .....	95
Tabla 68, Cálculo del TIR, 2017.....	96
Tabla 69. PRI, 2017 .....	97
Tabla 70. Relación Costo-Beneficio, 2017. ....	97
Tabla 71. Punto de equilibrio, 2017. ....	98
Tabla 72. Costos fijos, variables y totales.....	99
Tabla 73. Margen de Rentabilidad, 2017.....	100

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. PIB desde el 2012 al 2016 .....	7
Figura 2, PIB farmacéutico desde el 2012-2016.....	9
Figura 3 .Inflación en el Ecuador desde el 2012-2016.....	10
Figura 4. Tasa de Interés Activa desde el 2012-2016 .....	12
Figura 5. Tasa de Interés Pasiva desde el 2012-2016 .....	13
Figura 6. Riesgo País desde Mayo 2017 al Junio 2017 .....	14
Figura 7. PEA desde el 2012 al 2016.....	16
Figura 8. Desempleo desde el 2012-2016 .....	17
Figura 9. El uso de Internet a nivel nacional desde el 2012-2016 .....	22
Figura 10. Logotipo de la Empresa .....	26
Figura 11 Gestión Operativa por Control de Inventarios.....	31
Figura 12. Gestión Operativa de pedidos de medicamentos a proveedores.....	32
Figura 13. Tarjeta de presentación VECYFARMA .....	33
Figura 14, Productos Promocionales.....	35
Figura 15, Porcentaje de la Pregunta Nro. 1. ....	44
Figura 16, Porcentaje de la Pregunta Nro. 2 .....	45
Figura 17, Porcentaje de la pregunta Nro. 3 .....	46
Figura 18, Porcentaje de la Pregunta Nro. 4. ....	47
Figura 19. Porcentaje de la pregunta Nro.5. ....	48
Figura 20, Porcentaje de la pregunta Nro. 6 .....	49
Figura 21. Porcentaje de la pregunta Nro. 7 .....	50
Figura 22. Porcentaje de la Pregunta Nro. 8 .....	51
Figura 23. Porcentaje de la pregunta Nro. 9 .....	52
Figura 24. Porcentaje de la pregunta Nro. 10.....	53
Figura 25. Porcentaje de la pregunta Nro. 11. ....	54
Figura 26. Porcentaje de la pregunta Nro. 12 .....	55
Figura 27. Oferta Histórica desde 2012-2016.....	56
Figura 28. Oferta Proyectada desde 2018- 2022.....	58

---

Figura 29. Demanda Histórica desde 2012-2016.....	59
Figura 30. Demanda Proyectada desde 2018-2022.....	61
Figura 31. Macro localización de la provincia de Imbabura 2017.....	67
Figura 32. Micro localización del sector de La Victoria, 2017.....	68
Figura 33. Localización Óptima del sector de La Victoria, 2017.....	69
Figura 34. Distribución de la planta VECYFARMA, 2017.....	72
Figura 35. Fuentes de Financiamiento, 2017. ....	89
Figura 36. Política de Inversión, 2017. ....	90
Figura 37. Punto de Equilibrio, 2017.....	100

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como objetivo fundamental realizar un estudio de factibilidad para la creación de una farmacia independiente, ubicada en el sector de La Victoria, ciudad de Ibarra, en la provincia de Imbabura.

Para cumplir este objetivo se realizará un estudio de mercado e investigación, utilizando técnicas como es la encuesta, así como también la observación directa, la cual se pudo determinar la problemática que aqueja al sector por el simple motivo que no encuentran una farmacia que dispongan del stock requerido para satisfacer sus necesidades, lo que provoca a los habitantes de dicho sector desplazarse al centro de la ciudad.

Una vez analizada esta problemática se efectúa una evaluación de los futuros clientes, proveedores y competencia, guiándonos con una técnica estratégica para atraer a los pobladores con diversas promociones en fechas festivos y entregando productos y servicios de calidad.

Y para finalizar se procede a una evaluación financiera en donde se puede comprobar si el proyecto será viable y rentable.

## ABSTRACT

The main objective of this project is to carry out a feasibility study for the creation of an independent pharmacy, located in the neighborhood of La Victoria, city of Ibarra, in the province of Imbabura.

To achieve this objective, a market and research, using techniques such as the survey, as well as direct observation, which could determine the problems that afflict the sector because they do not find a pharmacy that have the stock required to meet their needs, which causes the inhabitants of this sector to move to the center of the city.

Once this problem is analyzed, an evaluation of the future clients, suppliers and competition is carried out guiding us with a strategic technique to attract the inhabitants with diverse promotions in festive dates and delivering products and services of quality.

And finally a financial evaluation is carried out where you can check if the project will be viable and profitable.

## CAPÍTULO I

### INTRODUCCIÓN

#### 1.-Justificación

El actual proyecto se generara en el sector de la Victoria, el cual se encuentra situado en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura, ese algo que lo diferencia de los otros barrios es que cuenta con el bosque protector loma de Guayabillas y su referente Zoológico, que es conocido a nivel de la provincia, por esta razón llegan visitantes de los otros sectores cercanos y también de otras ciudades que vienen los fines de semana a relajarse y disfrutar de este centro turístico.

La Victoria ha ido evolucionando como barrio lentamente a nivel económico y comercial , pero no cuenta con el número suficiente de farmacias para satisfacer las necesidades de los pobladores, por esta razón tienen que desplazarse al centro de Ibarra, por lo tanto se convierte en una oportunidad la elaboración de este proyecto.

Por supuesto que en este medio coexisten un gran monto significativo de establecimientos farmacéuticos, pero en este caso es primordial implantar una farmacia independiente que se dedique a la venta y expendio de medicamentos ya

sean genéricos o comerciales, que a la vez tendrá un valor agregado basado en un servicio a domicilio que será exclusivo y personalizado para el barrio la Victoria y de igual forma para sus entornos vecinos, manejando estrategias de marketing para que el paciente “cliente” este satisfecho y se fidelice con la farmacia.

Para la realización del proyecto se utilizará herramientas investigativas como son: libros, revistas, web y encuestas para que este sea viable-sustentable; así los clientes llenen sus expectativas a la hora de ser atendidos por un personal capacitado, que se les ofrecerán productos de alta calidad para su disposición, a la vez estará unido a la responsabilidad y dedicación para cumplir con todos los requisitos de un establecimiento farmacéutico que aporte a la economía del país.

Por el cual se contribuyera al Plan Nacional del Buen Vivir y a la Matriz Productiva, porque la población necesita que cubran sus necesidades, en este caso que es esencial la salud, porque si no se tiene buena salud no va a llegar a obtener una excelente calidad de vida.

Este proyecto tiene como finalidad establecer las necesidades de los imbabureños del sector de la Victoria para así procesarlos, evaluarlos en forma científica, económica, educativa, cultural y juntamente para que sirva como base de conocimientos a las presentes y futuras generaciones.

## 1.1.-Antecedentes

En la tesis elaborada por (Andrade Herrera Miguel Ángel, Sacoto Fuentes Carlos Francisco, 2012) con el tema: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA FARMACIA CON FRANQUICIA DE LA CADENA FARMACÉUTICA CRUZ AZUL EN EL SECTOR DE LA AV. AMAZONAS DEL CANTÓN MILAGRO” Trabajo de titulación Previo a la Obtención del Título de Ingeniero Comercial, Universidad Estatal de Milagro de la Unidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales.

Según la indagación que se ejecutó del estudio para la creación de una farmacia franquiciada como en este caso es la Cruz Azul, se adquirió una muestra poblacional, la cual les permitió observar que poseían necesidad en el sector, por esa razón se efectuó una encuesta para conocer el criterio de los habitantes del sector de la Av. Amazonas Cantón Milagro al tener los resultados de aquella encuesta se obtuvo una propuesta fructuosa para la población que fue deducir que las farmacias aportan al desarrollo económico organizacional de una nueva alternativa empresarial.

En la tesis elaborada por (Farinango Gabriela, Cisneros Gabriela, 2014) con el tema: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA EN EL BARRIO EL OLIVO, DE LA CIUDAD DE IBARRA “Trabajo de titulación previo a la obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA. Universidad Técnica del Norte Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.

De acuerdo a (Farinango Gabriela, Cisneros Gabriela) estudiantes de la Universidad Técnica del Norte (2014), El estudio de la creación de una farmacia que será efectuada en el barrio El Olivo, parroquia El Sagrario. La cual es un barrio que se encuentra alejado de la ciudad y escasos recursos económicos, pero es muy cercano a la Universidad Técnica del Norte y les brindo la posibilidad de emerger comercialmente en sus alrededores demostrando que en el suburbio es una oportunidad poder ejecutar una farmacia que satisfaga las necesidades de los pobladores, para la cual se realizó un estudio de mercado para implementar dicha farmacia, tuvieron que ser efectuados varios requerimientos como son: registros de salud, patentes y demás normativas que exige la Ley, se empleó instrumentos de investigación que son encuestas , entrevistas entre otras.

Como finalidad del proyecto pudo justificar que es factible y viable el estudio de factibilidad de la creación de la farmacia en el barrio del Olivo ciudad de Ibarra, por la cual se efectuará recursos económicos y a la vez satisfacer sus necesidades en el campo de la salud a los ciudadanos del sector y sus entornos.

En la tesis elaborada por (Chimbo Jacho Jessica Fernanda, 2016) con el tema: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA INDEPENDIENTE EN EL SECTOR SESQUI CENTENARIO DEL SUR, BARRIOLOS CONDORES, D.M.Q, 2015". Trabajo de titulación previo a la obtención del Título de Tecnóloga en Administración de Boticas y Farmacias del Instituto Superior Cordillera.

De acuerdo a Chimbo Fernanda el Proyecto de factibilidad para la creación de una farmacia independiente en el barrio Los Cóndores ubicada en la ciudad del Sur de Quito, su tesis se realizó pensando en satisfacer las necesidades y beneficios de los habitantes del sector, esta se encuentra alejada de la zona y no existe ningún establecimiento farmacéutico por esta razón la investigadora realizó un proyecto para generar emprendimiento, para así llegar a aportar con el mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores, ofreciendo en aquel barrio una farmacia que dispense medicamentos de consumo humano y asimismo contribuir con la Matriz Productiva para que exista mejor desarrollo económico y no coexista desempleo en el Ecuador.

## CAPÍTULO II

### 2.-ANÁLISIS SITUACIONAL

#### 2.1. Análisis Externo

Weinberger, (2009), ostentó que el ambiente externo está establecido por variables como son; económicos, demográficos, sociales, tecnológicos, culturales, políticos y legales, los cuales intervienen en una organización u empresa, de tal manera así se puede identificar, evaluar y medir el macro-ambiente y el micro-ambiente.(pág.22)

Por esta razón este análisis consiste en averiguar el impacto que existen en las empresas e organizaciones, ya sean oportunidades o amenazas, para que un futuro poder descubrirá tiempo cualquier cambio que exista en el ambiente.

##### 2.1.1. Factor Económico

El factor económico es una variable de mucha importancia que influyen en su funcionamiento y desarrollo de cualquier organización que están orientadas a generar

nuevos bienes y servicios dentro del mercado por el cual necesitan algunos de sus indicadores para ejercer su labor como son la inflación y sus tasas de intereses entre otros. Weinberger (2009).

### 2.1.1.1. Producto Interno Bruto (PIB)

EL PIB mide el valor monetario total de los bienes y servicios generados en un país durante un año. (Mochón, F. 2001)

Tabla 1  
Pib desde el 2012-2016

AÑOS	PIB
2012	5,10%
2013	3,98%
2014	3,80%
2015	4,00%
2016	2,50%

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017)

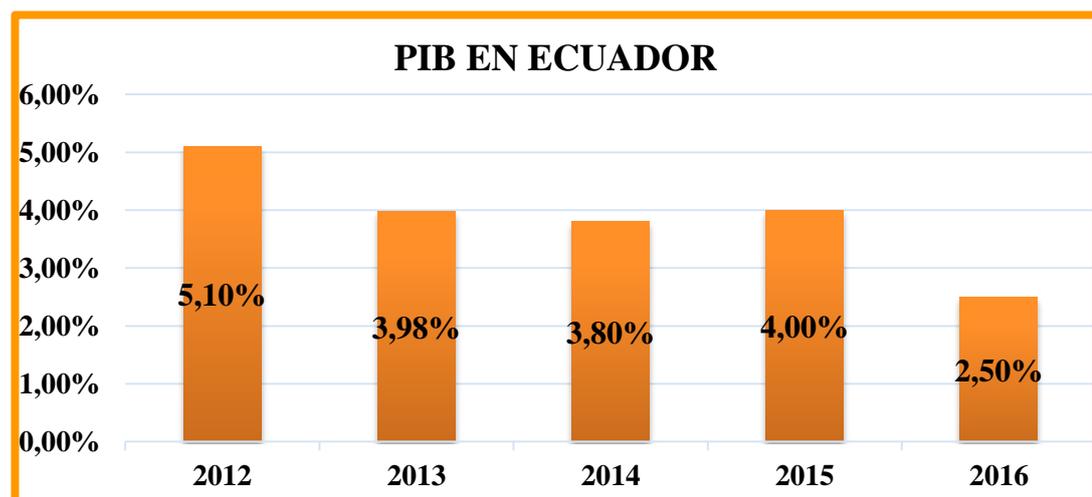


Figura 1. PIB desde el 2012 al 2016

Elaborado por: Córdova, A. (2017)

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017)

## Análisis

Como se puede observar en el gráfico, el indicador del producto interno bruto (PIB), revela que en el año 2014 al 2015 hubo un incremento del 0,2% en cambio el 2015 al 2016, hay un decremento del 1,5%, esto quiere decir que es una amenaza para la creación de la farmacia, por el cual la economía del país no está produciendo bienes y servicios lo que significa que no existe una estabilidad económica, peor aún el crecimiento del PIB.

### 2.1.1.2. Producto Interno Bruto Farmacéutico

Según la revista lideres (2016) dice que; Las farmacéuticas crecen despacio en la industria farmacéutica ecuatoriana, crece a un ritmo pausado pero constante, con ventas de los laboratorios orientadas principalmente a abastecer en el sector de la salud pública, lo que significa que en el mercado lo comparten alrededor de 120 laboratorios con certificación de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), acorde a la legislación nacional en la fabricación y comercialización de dicha industria. La oferta de productos que más se consume son vitaminas, analgésicos, antiinflamatorios, antigripales, desparasitantes, antibióticos, laxantes, mucolíticos, para el colesterol, hipertensión, entre otros.

Tabla 2  
*PIB Farmacéutico desde el 2012-2016*

AÑOS	PIB FARMA.
2012	\$30,231
2013	\$26,334
2014	\$47,599
2015	\$67,702
2016	\$52,673

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017)

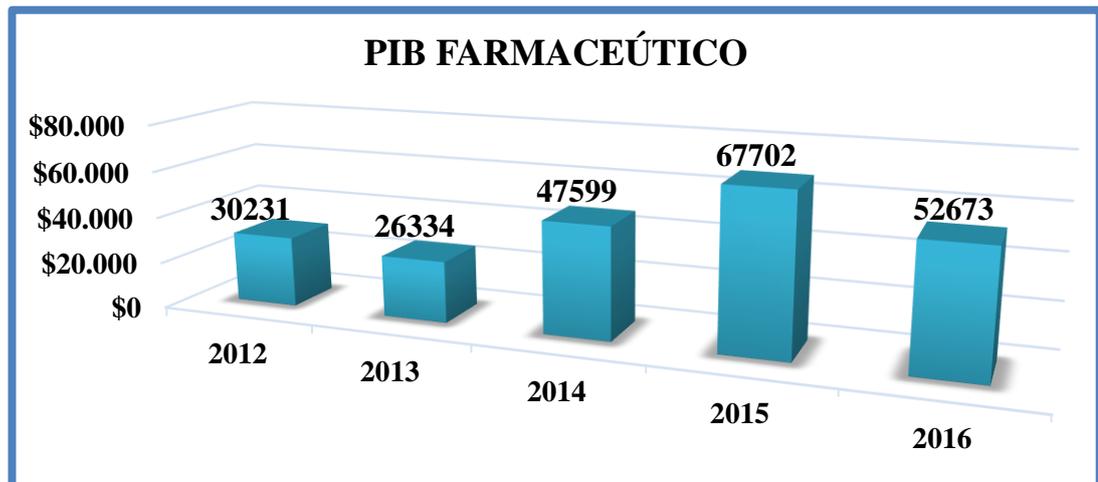


Figura 2, PIB farmacéutico desde el 2012-2016

Elaborado por: Córdova, A. (2017)

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017)

## Análisis

Como se puede observar en el gráfico, el indicador del producto interno bruto farmacéutico, revela que en la exportación del mercado farmacéutico ecuatoriano en los últimos cinco años la producción es de aproximadamente USD 700 Millones, mientras que por precio de venta en farmacias es de aproximadamente \$ 1.200'000.000. Los empresarios ecuatorianos están comprometidos en entregar productos que cumplan con las especificaciones técnicas y cuentan con la capacidad tecnológica de adecuarse a las exigencias del mercado nacional e internacional.

### 2.1.1.3. Inflación

Martínez (2001) dice que: La inflación es un indicador económico que muestra el alza incontenible del precio dentro del mercado de consumo estos ya sean por un bien o servicio de un país, por lo general se las mide utilizando (IPC), Índice

de Precios al consumidor contenidos en una canasta básica.(Pág. 105)

Tabla 3  
Inflación en el Ecuador desde el 2012-2016

AÑOS	INFLACIÓN
2012	4,16%
2013	2,70%
2014	3,67%
2015	3,38%
2016	1,12%

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017)

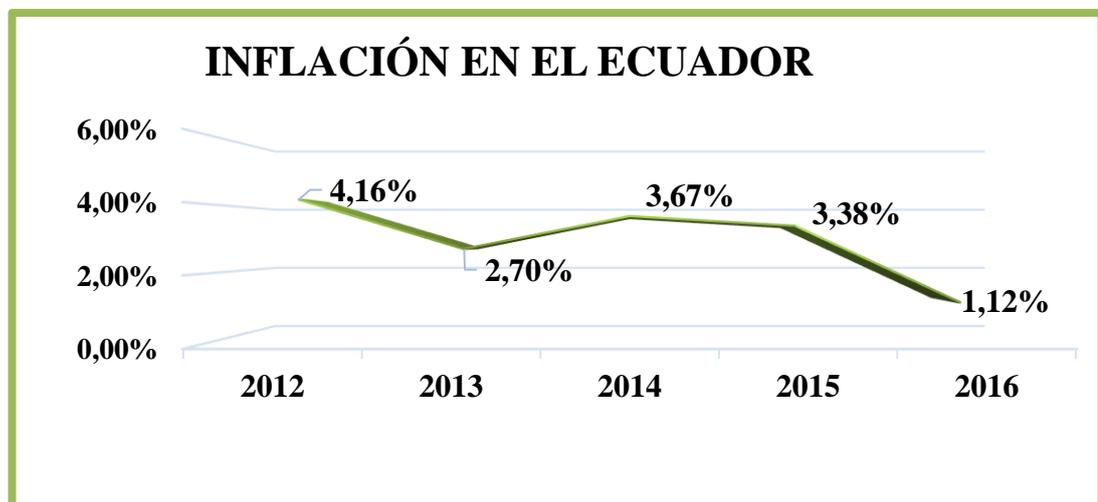


Figura 3. Inflación en el Ecuador desde el 2012-2016

Elaborado por Córdova, A. (2017)

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017)

## Análisis

Como se observa en el gráfico, el indicador de la inflación, revela que en el año 2015 al 2016, ha disminuido los precios del mercado de bienes y servicios del Ecuador con un 2.26%, lo que significa que es una oportunidad en el mercado para la elaboración del proyecto para que así exista una utilidad en dicha farmacia.

#### 2.1.1.4. Tasas de Interés

Es un monto de dinero que corresponde a un porcentaje que se esté realizando, como por ejemplo: si se trata de un depósito, la tasa de interés expresa el pago que recibe la persona o empresa, si se trata de un crédito, la tasa de interés es el monto que el deudor deberá pagar a quien le presta, por el uso de ese dinero, por esta razón existen dos tasas de interés ya sea activa o pasiva. (BancaFacil, 2017).

##### 2.1.1.4.1. Tasa de Interés Activa

La tasa activa es la que cobra las entidades bancarias cuando se realiza un préstamo otorgado a las personas, siendo así un recurso a favor de la banca, siempre acorde con las condiciones de mercado y las disposiciones del banco central.

Tabla 4  
*Tasa Activa desde el 2012-2016*

AÑOS	% TASA ACTIVA
2012	8,17%
2013	8,17%
2014	8,19%
2015	9,12%
2016	8,38%

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017)

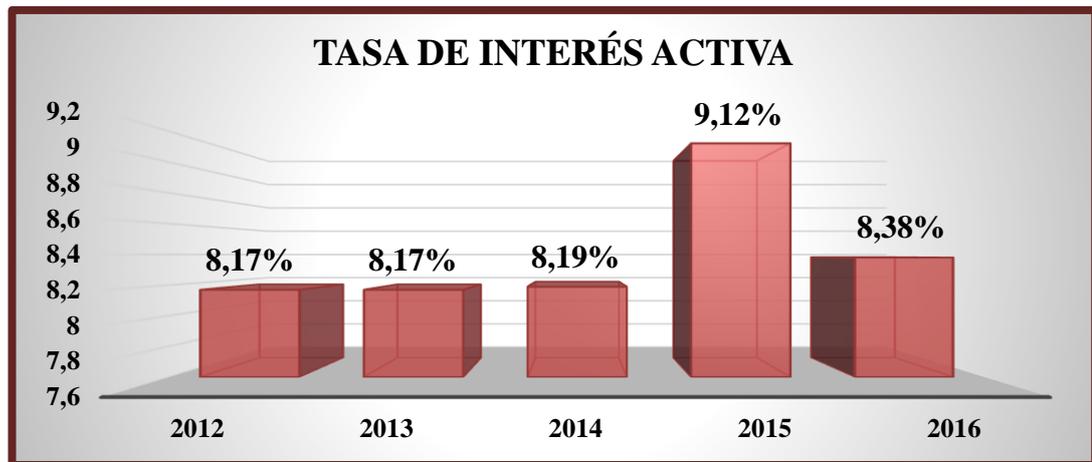


Figura 4. Tasa de Interés Activa desde el 2012-2016  
Elaborado por Córdova, A. (2017)  
Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017).

## Análisis

Analizando los datos de los últimos cinco años en el BCE (Banco Central del Ecuador) de los intereses de las tasas activas, se establece que en el 2015 al 2016, ha obtenido una reducción del 0,74%, lo cual es una ventaja u oportunidad para que las empresas o emprendimientos como el proyecto que se está planteando se arriesgue a realizar préstamos, porque el interés a pagar es muy cómodo en el mercado.

### 2.1.1.4.2. Tasa de Interés Pasiva

Es la tasa que pagan las entidades bancarias por el dinero captado a través de CDT'so Certificado de Depósito a Término y cuenta de ahorros, es decir el pago que ejecuta el banco financiero por medio de los depósitos que realiza el usuario.

Tabla 5  
Tasa de Interés Pasiva desde el 2012-2016

AÑOS	% TASA PASIVA
2012	4,53%
2013	4,53%
2014	5,18%
2015	5,14%
2016	5,51%

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017)

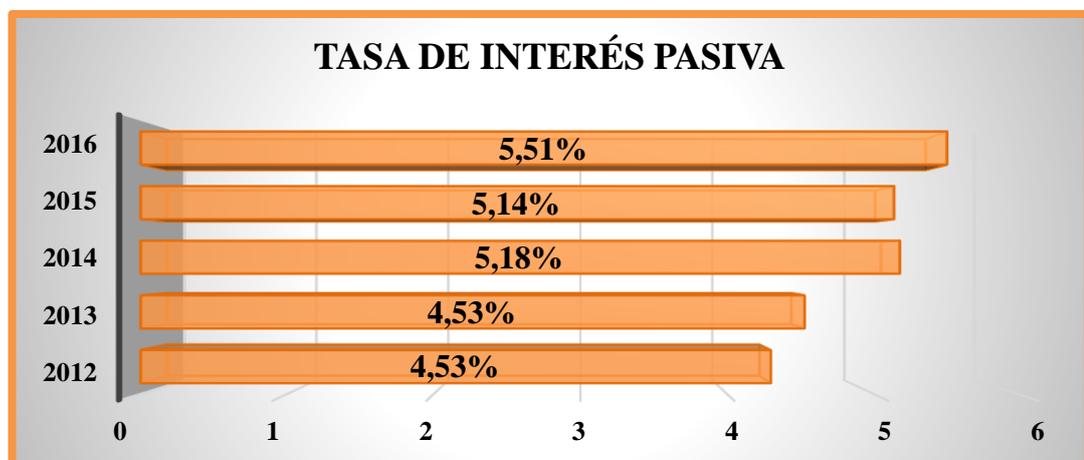


Figura 5. Tasa de Interés Pasiva desde el 2012-2016

Elaborado por Córdova, A. (2017)

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017).

## Análisis

Se determina que la tasa de interés pasiva desde el año 2015 con el 5,14% al año 2016 con el 5,51%, ha aumentado con un 0,37%, a comparación de los últimos años, representa una oportunidad, a razón de que el dinero de la utilidad generada por la farmacia que se invierta en una entidad financiera será productiva para generar más dinero en beneficio de la farmacia.

## 2.1.2. Factor Político

Involucra a una posición de poder en la sociedad y en sus diferentes niveles, que tendrán una repercusión económica, como lo realiza el gobierno que afecta prácticamente a todas las empresas y todos los aspectos de la vida.

### 2.1.2.1. Riesgo país

Es un indicador que refleja las posibilidades de un país de cumplir en los términos acordados con el pago de su deuda externa, ya sea al capital o sus intereses, que refleja el EMBI, índice de bonos de mercados emergentes. (Comercio, 2017).

Tabla 6  
*Riesgo País desde Mayo 2017 al Junio 2017*

FECHA	Riesgo País (valor)
Febrero - 2017	57200
Marzo -2017	66600
Abril -2017	66700
Mayo -2017	69400
Junio- 2017	70500

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017)

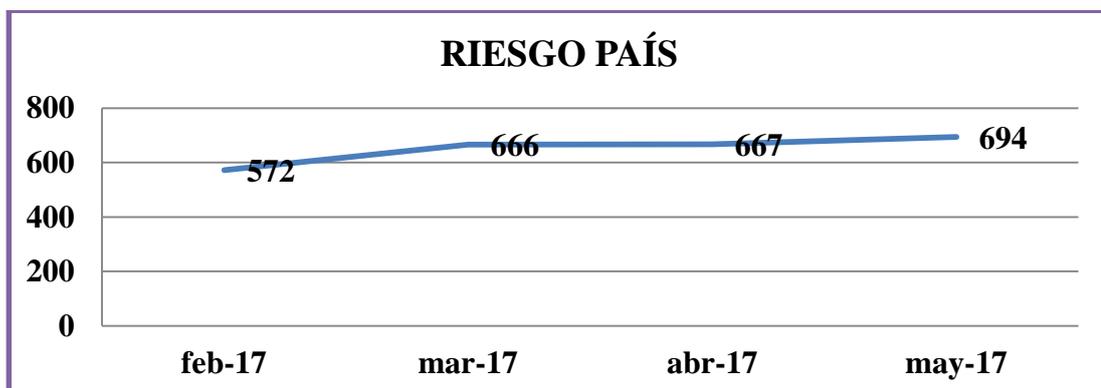


Figura 6. Riesgo País desde Mayo 2017 al Junio 2017

Elaborado por Córdova, A. (2017)

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017).

## **Análisis**

El riesgo países un indicador que alcanzó los 700 puntos aumentado cuantiosamente los últimos meses, la cual ha sido la cifra más alta en lo que va del año, cuanto más crece el nivel del riesgo país de una nación, mayor es la probabilidad de que ingrese en demora los pagos de su deuda externa; ya sea al capital o sus intereses, se espera que el valor no siga en crecimiento, convirtiéndose en una amenaza para el país ecuatoriano.

### **2.1.3. Factor Social**

Es un factor que está formado por una situación socioeconómica de la población mediante algunas expectativas como su estilo de vida, educación, costumbres, raza, religión, valores morales, entre otros. Por motivo la empresa tiene que adaptarse a todos los cambios que existan, para que sea productiva.

(Calderón, G. 2011).

#### **2.1.3.1. PEA (Población Económicamente Activa)**

Son aquellas personas que se encuentran activamente laborando y ofrecen su mano de obra en un determinado periodo de tiempo, este ya sea a corto o largo plazo en cualquier entidad pública o privada.

Tabla 7  
PEA desde el 2012-2016

AÑO	PEA
2012	6.701.263
2013	6.952.986
2014	7.194.521
2015	7.498.528
2016	7.861.661

Fuente: (INEC, 2017)

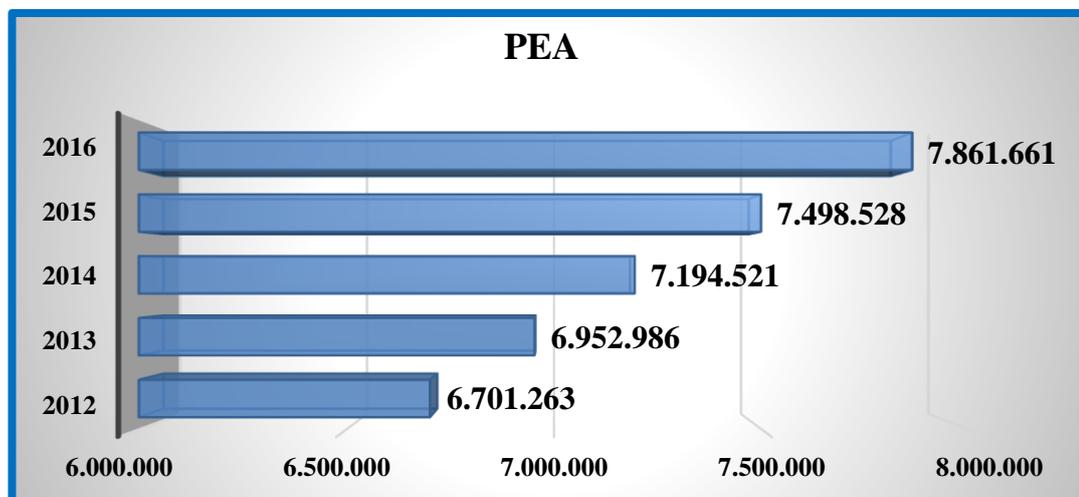


Figura 7. PEA desde el 2012 al 2016  
Elaborado por Córdova, A. (2017)  
Fuente: (INEC, 2017).

## Análisis

El estudio de la población económicamente activa desde el 2012 hasta el 2016 se ha ido aumentando con un 1.160.398, por esta razón se considera una oportunidad, ya que al tener una población activa, también incrementa las posibilidades de nuevos consumidores, beneficiando así al proyecto para aumentar las ventas con la distribución de los productos que oferta la farmacia.

### 2.1.3.2. Desempleo

Es un fenómeno social que es producido por la crisis económica y las medidas que ocasionan, es que el trabajador tenga escasez de empleo y peor aún de un salario que pueda subsistir en la sociedad.

Tabla 8  
Desempleo desde el 2012-2016

AÑO	% DESEMPLEO
2012	3,90%
2013	4,60%
2014	4,85%
2015	3,84%
2016	4,90%

Fuente:(INEC, 2017)

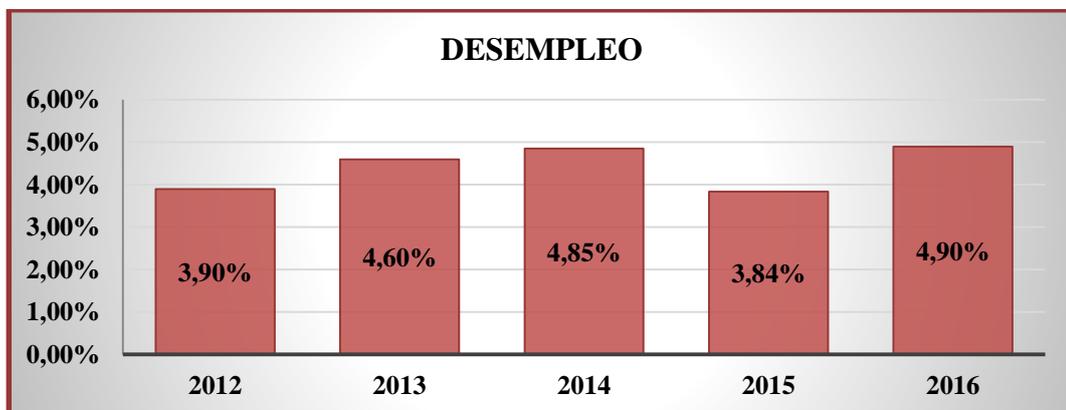


Figura 8. Desempleo desde el 2012-2016

Elaborado por Córdova, A. (2017)

Fuente: (INEC, 2017).

### Análisis

Como se puede apreciar en el gráfico, desde el 2015 al 2016 ha aumentando con un 1.06% de desempleo, dando como resultado que más hogares ecuatorianos no

cuentan con un empleo y no pueden llegar a subsistir la canasta básica, por esta razón se considera una amenaza porque no existe una estabilidad económica, lo que quiere decir que las personas cuidaran mucho más su economía.

#### **2.1.4. Factor Legal**

Para la creación de una empresa en Ecuador en este caso una creación de una farmacia, es primordial realizar los trámites respectivos, ya sean estas políticas gubernamentales, entidades de regulación, control y vigilancia; como es el Ministerio de Salud Pública, Ley Orgánica de Salud y el ARCSA.

##### *2.1.4.1. Requisitos para el Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública Ecuatoriana.*

- ✓ Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- ✓ Registro único de contribuyentes (RUC)
- ✓ Cédula de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- ✓ Copia de cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal.
- ✓ Planilla de Inspección.
- ✓ Copia certificada.
- ✓ Copia del Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.
- ✓ Croquis de ubicación del establecimiento.
- ✓ Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad, cuando corresponda.

- ✓ Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento.
- ✓ Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública. (Ministerio de Salud Pública, 2015., pág. 4)

#### **2.1.4.2. De los Establecimientos Farmacéuticos.**

**Art. 165.-** Para fines legales y reglamentarios, son establecimientos farmacéuticos, los laboratorios farmacéuticos, casas de representación de medicamentos, distribuidoras farmacéuticas, farmacias y botiquines, que se encuentran en todo el territorio nacional.

**Art. 166.-** Las farmacias deben atender al público mínimo doce horas diarias, ininterrumpidas y cumplir obligatoriamente los turnos establecidos por la autoridad sanitaria nacional. La autoridad sanitaria nacional implementará farmacias y botiquines institucionales, debidamente equipados, en todas sus unidades operativas de acuerdo al nivel de complejidad.

**Art. 167.-** La receta emitida por los profesionales de la salud facultados por ley para hacerlo, debe contener obligatoriamente y en primer lugar el nombre genérico del medicamento prescrito.

El farmacéutico que expendía el medicamento tiene la obligación de informar al paciente (cliente), el medicamento genérico y su precio. También no se aceptarán

recetas ilegibles, alteradas o en clave y sin el sello del médico.

**Art. 170.-** Los medicamentos, para su venta deben cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Estar debidamente identificados y etiquetados, sin alteraciones ni enmiendas.
- b) Contener en sus etiquetas el número de registro sanitario nacional, el precio de venta al público y la fecha de expiración;
- c) No estar caducados;
- d) No provenir de instituciones de servicio social, de programas sociales estatales, de donaciones o ser muestras médicas;
- e) No haber sido introducidos clandestinamente al país;
- f) No ser falsificados o adulterados
- g) No tener colocados elementos sobre las etiquetas que impidan la visibilidad de la información del producto, incluidas las que contienen los precios.

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

Referente a este artículo 171, es muy importante que el farmacéutico este muy atento a la hora de dispensar un fármaco psicotrópico siempre verificando la

receta que tenga los sellos y la firma del médico y con la fecha establecida.

**Art. 173.-** Todo establecimiento farmacéutico debe contar con la responsabilidad técnica de un profesional Químico Farmacéutico o Bioquímico Farmacéutico, quien puede tener bajo su responsabilidad técnica uno o más establecimientos farmacéuticos, de conformidad con lo que establezca el reglamento. (Ley Orgánica de Salud, 2012, pág. 37-39.)

### **Análisis**

Es muy necesario e importante aplicar y respetar todas estas normas, para seguir con el lineamiento y cumplir con todas las leyes que establecen según el Ministerio de Salud Pública y para que el proyecto se haga efectivo tiene que contar con todos los permisos adecuados para poder brindar un mejor servicio al sector de La Victoria, contando con variedad de productos farmacéuticos que estén al alcance de los usuarios, para así satisfacer las necesidades, promoviendo un mejor estilo de vida para dicho sector.

#### **2.1.5. Factor Tecnológico**

El factor tecnológico es muy necesario en una empresa porque esto permite a las compañías ser más eficientes a la hora de enfrentarse en el mercado competidor, a la vez llegar a satisfacer al cliente agilizando el servicio con un nuevo software actualizado e implementando siempre el internet, para tener un mejor acceso a los productos y obtener productividad para el beneficio de la farmacia.

Tabla 9

% de personas que utilizan internet en el Ecuador desde el 2012 – 2016

AÑO	% INTERNET
2012	35,1%
2013	40,4%
2014	46,4%
2015	50,5%
2016	55,6%

Fuente: (INEC, 2017)

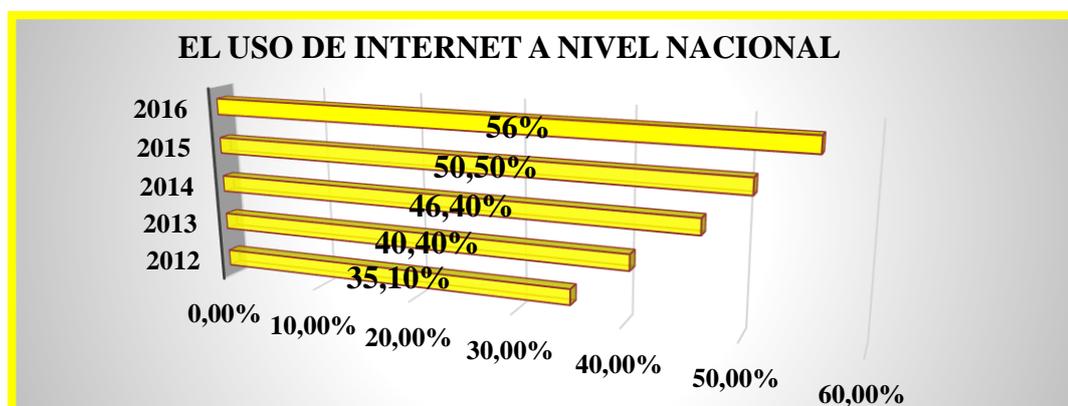


Figura 9. El uso de Internet a nivel nacional desde el 2012-2016

Elaborado por Córdova, A. (2017)

Fuente: (INEC, 2017).

## Análisis

Como se observa en la figura desde el año 2012 al 2016, el incremento es del 20% a nivel nacional de las personas que usan internet el cual es una oportunidad para la farmacia de aplicar métodos estratégicos como son las redes sociales y el whatsapp para hacer llegar información de los productos que se encuentran en promoción y a la vez hacer entrega a domicilio de los productos de medicina continua para los consumidores, también verificar las existencias de los productos que se encuentran en la farmacia y poder llegar a realizar inventarios, control de stock, cobros, pagos a proveedores, eso ayudara a optimizar el tiempo.

## **2.2. ENTORNO LOCAL**

### **2.2.1 Clientes.**

Es aquella persona que a cambio de un pago, reciben un bien o un servicio que pueda satisfacer sus necesidades y expectativas en una determinada empresa.

El proyecto está enfocado a cualquier tipo de clientes de todas las edades en el barrio la Victoria y a la vez entre otros sectores más cercanos por esta razón se analizará en base a las 5 fuerzas de Maicol Porter.

### **2.2.2. ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE MAICOL PORTER**

Es un modelo estratégico que determina la rentabilidad en una organización a largo plazo en su aspecto externo, para así analizar la competencia que existe dentro de una industria.

- ✓ Amenaza a nuevos Competidores
- ✓ Rivalidad entre competidores
- ✓ Amenaza de ingreso a productos sustitutos
- ✓ Poder de negociación de los proveedores
- ✓ Poder de negociación de consumidores.

### **2.2.2.1. Amenaza a nuevos Competidores**

Los clientes tienen más creabilidad a las cadenas farmacéuticas y uno de los amenazantes son las Farmacias Económicas, el cual es una de las empresas que se encuentra en los primeros puestos dentro del mercado farmacéutico, por esta razón hay que realizar un plan estratégico para que la farmacia se haga reconocida dentro del sector.

### **2.2.2.2. Rivalidad entre competidores**

Solo existe la Farmacia La Victoria dentro del perímetro, pero su horario de atención no cumple con la satisfacción de los moradores del sector, a la vez no cuentan con todos los productos que requieren los consumidores, la cual es una ventaja para la farmacia Vecyfarma que tendrá un horario de atención atractivo y también su entrega a domicilio para que los clientes estén más satisfechos y lleguen a fidelizarse con la farmacia.

### **2.2.2.3. Amenaza de ingreso a productos sustitutos**

Dentro del mercado si resulta un poco difícil que un producto sustituto se apodere dentro del mismo, por el cual tiene que seguir un procedimiento para que se llegue a conocer, por esta razón en el sector no existe un producto sustituto como por ejemplo un centro naturista, por eso es una oportunidad y una ventaja para la

farmacia Vecyfarma seguir a flote con su proyecto y a la vez que va a contar con toda clase de productos sustitutos para que el consumidor este dichoso a la hora de necesitarlo.

#### **2.2.2.4. Poder de negociación de Proveedores**

Uno de los contra puede ser los proveedores que estas empresas ya tienen sus precios fijos, pero como se requiere abastecer de productos farmacéuticos con los que la farmacia Vecyfarma está dispuesto a suministrarse de dichos productos, los proveedores que se requiere trabajar es con Bayer, Farmaenlace, Life, Difare, Genfar, Ecuaquimica, Novartis, Merck, Chile; son algunos proveedores que se les tendrá en cuenta, porque también son registrados dentro del mercado y a la vez son marcas reconocidas dentro de la mente del consumidor.

#### **2.2.2.5. Poder de negociación de Consumidores**

Como los consumidores son pocos están más informados y a la vez son conocidos, por esa razón es una oportunidad para que el cliente se fidelice y realizar un plan estratégico como promociones de medicina continua o para los niños en el caso de vitaminas acumulando compras y a la vez tener una variedad de productos a su elección para que el consumidor este satisfecho en su compra.

## 2.3. ANÁLISIS INTERNO

Consiste en realizar un análisis positivo o negativo que pueda influir dentro de una empresa u organización.

### 2.3.1. Propuesta Estratégica

Ejecutar cada objetivo planteado en el transcurso del proyecto, para así llegar alcanzar los resultados propuestos buscando siempre distintas formas de interactuar con los consumidores, ya sea de forma directa o indirecta a través de herramientas tecnológicas como son el internet, redes sociales entre otras.

### 2.3.2. Logotipo de la Farmacia.



*Figura 10.* Logotipo de la Empresa  
*Elaborado por Córdova, A. (2017)*

### 2.3.3. Misión

Ser una empresa comercializadora dedicada a la dispensación de productos farmacéuticos al por menor como son medicamentos, aseo personal, dermocosmética y productos naturales, siempre trabajando bajo los más estrictos estándares de calidad, permitiendo de esta manera cumplir con la demanda de una sociedad que día a día se encamina en la búsqueda de nuevos productos que cumplan con todas sus expectativas de consumo; contribuyendo a mejorar la calidad de vida y la salud de nuestro pueblo ecuatoriano.

### 2.3.4. Visión

En cinco años ser una de las farmacias más reconocidas y distinguidas en la salud con entrega a domicilio en el sector de La Victoria, ciudad de Ibarra en la provincia de Imbabura presentando al mercado productos de vanguardia, con una selección de productos farmacéuticos que llenen de grandes expectativas de buena calidad, siempre garantizando el bienestar y el cuidado de nuestros consumidores permitiéndonos el desarrollo y la participación en los principales mercados de la ciudad de Ibarra.

### **2.3.5. Objetivos**

#### **2.3.5.1. Objetivo General**

Determinar la creación de una farmacia independiente, siendo su patente VECYFARMA, ubicados en un lugar estratégico cerca del cliente, ofreciendo productos supervisados y evaluados por el Ministerio de Salud , con precios accesibles, y brindando excelente atención al consumidor, para así ganarse la confiabilidad del sector La Victoria.

#### **2.3.5.2. Objetivos Específicos**

- Investigar las necesidades prioritarias de la clientela.
- Determinar el nivel de demanda insatisfecha que existe en el sector de La Victoria.
- Realizar un estudio financiero para comprobar si es factible el proyecto.
- Analizar el tamaño del proyecto en relación al tiempo de recuperación de la inversión.

### **2.3.6. Valores**

RESPONSABILIDAD.- Ofrecer un excelente servicio a los clientes a la hora de dispensar los medicamentos, buscando siempre la seguridad y excelencia en los

productos.

**COMPROMISO.**-Brindar siempre un producto de calidad que satisfaga sus necesidades y expectativas.

**HONESTIDAD.**- Se ofertará los productos farmacéuticos de acuerdo a las leyes, es decir al alcance del bolsillo del cliente, para mantener el consumo de la sociedad.

**CONFIANZA.**-Brindar la seguridad con transparencia y rectitud a todos nuestros clientes , para que se fidelicen con la farmacia.

**EFICIENCIA.**-Realizar los procedimientos en forma rápida y precisa, buscando siempre mantener un desarrollo continuo de nuestra organización, a través de una autoevaluación y coevaluación trimestral.

**INNOVACIÓN.**-Crear nuevas ideas, estrategias y propuestas para mejorar nuestro servicio en base de promociones mensuales, trimestrales y semestrales.

**LEALTAD.**- Cumplir y reiterar los compromisos mencionados anteriormente con la clientela.

### 2.3.7. Políticas internas de la empresa

- Atender al cliente es responsabilidad de todos los integrantes de la empresa.
- Cada uno de los miembros de la organización trabajará con Ética y responsabilidad.
- La calidad de nuestro trabajo debe ser la función más importante y está enfocada en la satisfacción del cliente.

### 2.3.8. Gestión Administrativa

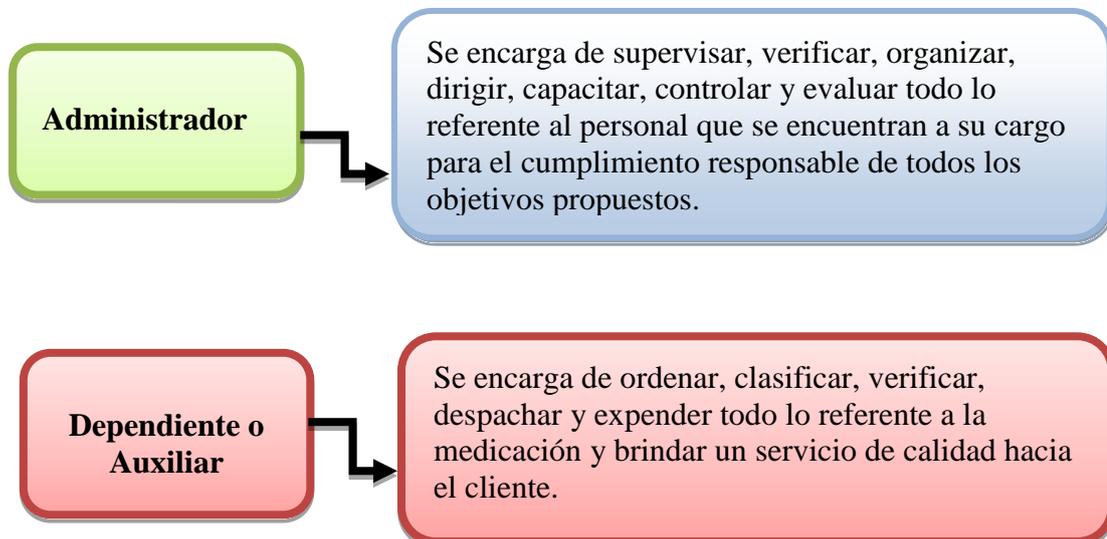


Figura N° 10 Gestión Administrativa.  
Elaborado por Córdova, A. (2017)

### 2.3.9. Gestión Operativa

Flujograma de control de inventarios de medicamentos

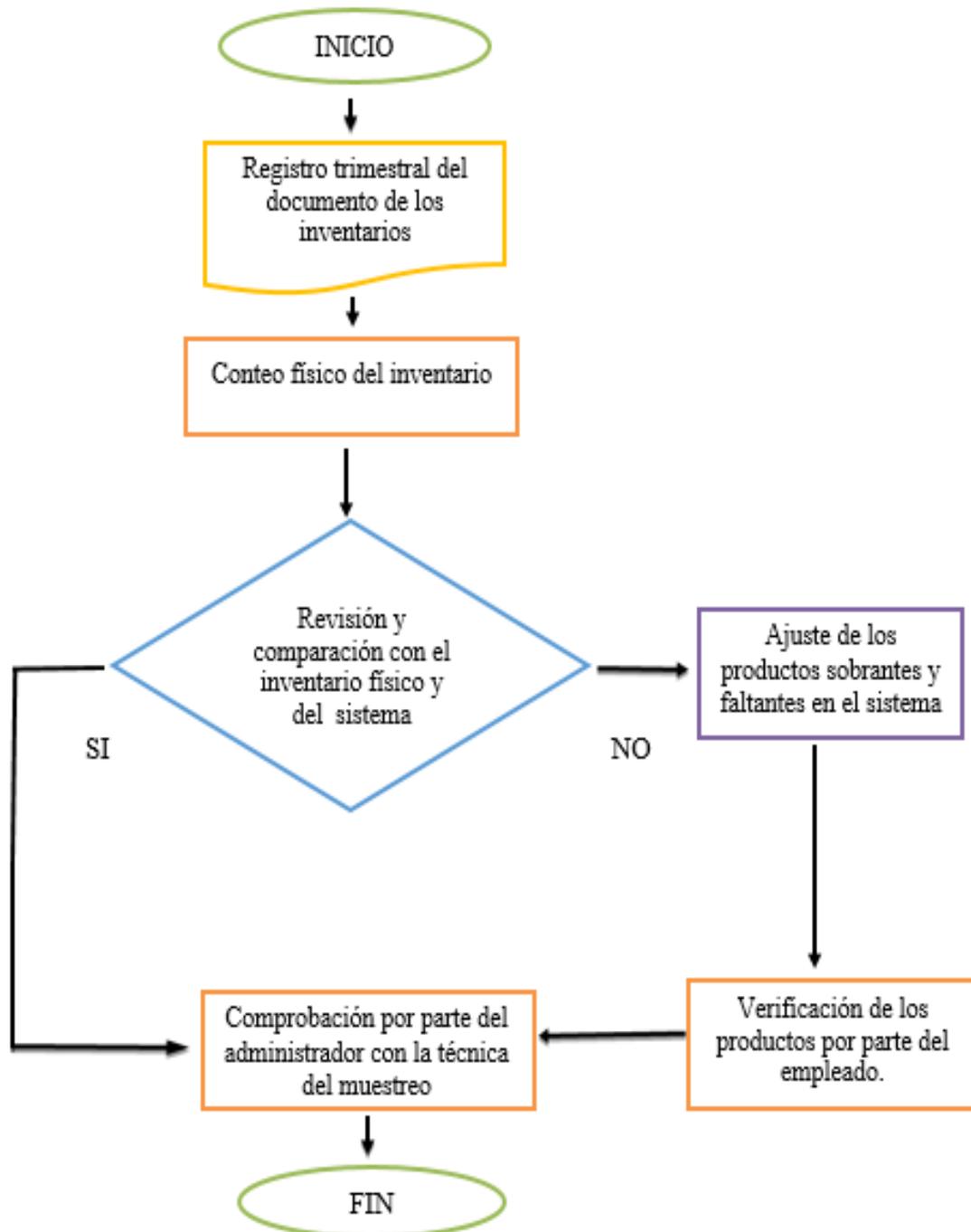


Figura 11 Gestión Operativa por Control de Inventarios  
Elaborado por Córdova, A. (2017)

Flujograma de pedidos de medicamentos a proveedores

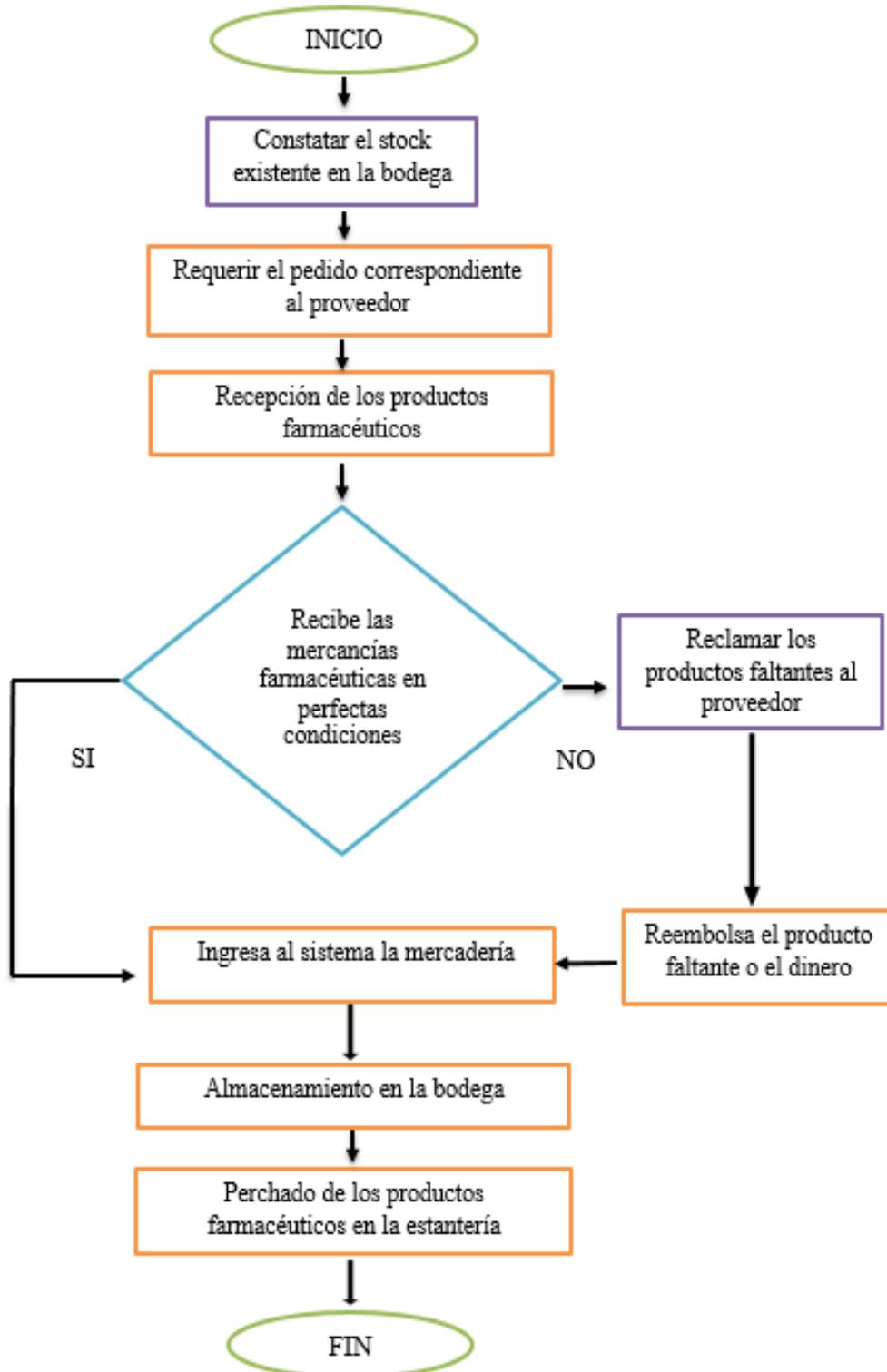


Figura 12. Gestión Operativa de pedidos de medicamentos a proveedores  
Elaborado por Córdova, A. (2017)

### 2.3.9. Gestión Comercial

Este factor influencia mucho en el proyecto porque permitirá optimizar el tiempo y establecerá la mejora continua dentro de la farmacia VECYFARMA, el cual consiste en la atención personalizada, servicio a domicilio, promociones en el sector mediante volantes, tarjetas de presentación, roll up, entre otras y para los clientes esferos, vasos, llaveros; cuando el consumo sea mayor a 20 dólares.

**Nombre de la farmacia:** VECYFARMA

**Slogan:** “Siempre pensando en el bienestar de tu salud”

La farmacia VECYFARMA se promocionará con la siguiente publicidad:

Tarjeta de presentación.



Figura 13. Tarjeta de presentación VECYFARMA  
Elaborado por Córdova, A. (2017)

A continuación se utilizará las 4P del Marketing Mix, en el proyecto que son:

**1. Productos:** Los que se desea ofrecer son fármacos, productos naturales, OTC (Over The Counter), artículos de cuidado personal y dermocosméticos.

**2. Precio:** Se procederá a un consenso junto con los distribuidores, que puedan ofrecer una mejor propuesta en cuanto se refiere al precio, para que así sea beneficioso para el cliente y la farmacia.

**3. Plaza:** Su ubicación se encuentra en el sector de la Victoria, ciudad de Ibarra en las calles Carlos Barahona y Pedro Montufar, al frente de la escuela Edison Mendoza; junto al centro turístico del bosque protector y zoológico de Guayabillas, concurrido por turistas nacionales y extranjeros , a la vez se contará con una entrega de servicio personalizado y a domicilio para los pobladores del sector.

**4. Promociones:** Las herramientas que se va a utilizar son: la publicidad, la promoción de ventas y medios masivos (internet, redes sociales).

Los productos promocionales que se les ofrecerá a los clientes que estén fidelizados con la farmacia VECYFARMA.



Figura 14, Productos Promocionales  
Elaborado por Córdova, A. (2017)

## 2.4 Análisis FODA

INTERNO		EXTERNO	
<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <p><b>F1.</b> Se encuentra en un lugar óptimo donde no existe competencia.  <b>F2.</b> Buen servicio al cliente con entrega a domicilio.  <b>F3.</b> Se cuenta con un personal capacitado y experimentado.</p>		<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p><b>O1.</b> Farmacias de cadena ubicadas lejos del sector.  <b>O2.</b> Utilización de medios masivos (internet, redes sociales) para promocionar la farmacia.  <b>O3.</b> Capacitación gratuita por medio de los laboratorios.</p>	
<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <p><b>D1.</b> Ser nuevos en el mercado farmacéutico.  <b>D2.</b> Falta de experiencia para competir con las farmacias de cadena.  <b>D3.</b> Carencia de recursos económicos.</p>		<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <p><b>A1.</b> Nueva ley que permite la existencia de nuevos cupos para la implementación de farmacias.  <b>A2.</b> Mejores ofertas de promociones por parte de la competencia.  <b>A3.</b> Incendios forestales en el bosque protector de Guayabillas.</p>	

Figura N° 15. Análisis FODA  
Elaborado por Córdova, A. (2017)

### 2.4.1.-Matriz de los Factores Internos (MEFI)

El análisis de la matriz ayudará a valorar el grado de intensidad de las fortalezas y debilidades de la empresa VECYFARMA, tomando en cuenta lo siguiente:

- 1.- Peso: **0,00** – (Nada importante), **1,00** – (Muy importante)
- 2.-Calificación: **1** – (Nada importante) a**4** – (Muy importante)
- 3.-Se procede a multiplicar el peso por la calificación para obtener una calificación ponderada.

Tabla 10  
*Análisis MEFI*

<b>MATRIZ INTERNO</b>			
	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Calificación Ponderada</b>
<b>FORTALEZAS</b>			
<b>F1.</b> Se encuentra en un lugar óptimo donde no existe competencia	0,20	3	0,60
<b>F2.</b> Buen servicio al cliente con entrega a domicilio.	0,20	3	0,60
<b>F3.</b> Se cuenta con un personal capacitado y experimentado.	0.20	4	0,80
<b>Total Fortaleza</b>			<b>2,00</b>
<b>DEBILIDADES</b>			
<b>D1.</b> Ser nuevos en el mercado farmacéutico.	0,15	3	0,45
<b>D2.</b> Falta de experiencia para competir con las farmacias de cadena.	0,15	2	0,30
<b>D3.</b> Carencia de recursos económicos.	0,10	3	0,30
<b>Total Debilidades</b>	1,00		<b>1,05</b>
<b>TOTAL DE LA MATRIZ MEFI</b>			<b>3,05</b>

*Elaborado por Córdova, A. (2017)*

### **Análisis:**

Tomando en cuenta que la matriz MEFI, da un resultado total del 3,05 de calificación ponderada, la cual se puede evidenciar una alta calificación por parte de las fortalezas que equivale al 2,00 ; porque se encuentra en un lugar óptimo donde no existe competencia, por motivo que supera a las debilidades de la empresa con un valor del 1,05; por los siguientes parámetros: ser nuevos en el mercado farmacéutico, falta de experiencia para competir con las farmacias de cadena y la carencia de recursos económicos.

## 2.4.2.-Matriz de los Factores Externos (MEFE)

El análisis de la matriz externo ayudará a valorar el grado de intensidad de las oportunidades y amenazas de la empresa VECYFARMA, tomando en cuenta el peso, calificación y ponderación.

Tabla 11  
Análisis MEFE

<b>MATRIZ EXTERNO</b>			
	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Calificación Ponderada</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>			
O1. Farmacias de cadena ubicadas lejos del sector.	0,25	4	1,00
O2. Utilización de medios masivos (internet, redes sociales) para promocionar la farmacia.	0,20	3	0,60
O3. Capacitación gratuita por medio de los laboratorios.	0.15	4	0,60
<b>Total Oportunidades</b>			<b>2,20</b>
<b>AMENAZAS</b>			
A1. Nueva ley que permite la existencia de nuevos cupos para la implementación de farmacias.	0,15	3	0,45
A2. Mejores ofertas de promociones por parte de la competencia.	0,15	2	0,30
A3. Incendios forestales en el bosque protector de Guayabillas.	0,10	3	0,30
<b>Total Amenazas</b>			<b>1,05</b>
<b>TOTAL DE LA MATRIZ MEFE</b>			<b>3,25</b>

Elaborado por Córdova, A. (2017)

### Análisis:

Considerando que la matriz MEFE, determina una calificación ponderada de 3,25; la cual determina una alta valoración de las oportunidades que equivale al 2,20, porque existe una sola farmacia en el sector; por motivo que supera a las

amenazas con un valor de 1,05 , parámetro que es muy importante para realizar estrategias y de esta forma evitar las amenazas del supuesto valor como son: la nueva ley que permite la existencia de nuevos cupos para la implementación de farmacias, mejores ofertas de promociones por parte de la competencia e incendios forestales en el bosque protector de Guayabillas.

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. Análisis del consumidor**

Este análisis se enfoca hacia el consumidor, mediante un estudio de mercado que permitirá a la empresa verificar los deseos y necesidades del cliente influenciado por una moda, gustos o por razones económicas, asegurándonos así conocer a los futuros clientes.

##### **3.1.1. Determinación de la población y muestra**

La población es el conjunto de habitantes de una ciudad, país o continente. La muestra es un subconjunto, extraído mediante técnicas cuyo estudio específico es deducir las características de una población. Los habitantes del sector de La Victoria corresponden a 1850 personas según los datos que proporciona el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Miguel de Ibarra en el año 2017 realizado por un censo de participación ciudadana la elegir el presidente barrial, por ende hay

que determinar el número de familias que existen en dicho sector; cuya realización de la muestra poblacional es la siguiente:

Tabla 12

Total de habitantes del sector de la Victoria, Ibarra-Imbabura 2017

SECTOR	TOTAL DE POBLACION	MIEMBRO CON CAPACIDAD DE COMPRA	POBLACIÓN CON CAPACIDAD DE COMPRA
La Victoria	1850	4	462.5

Nota: Censo de Participación Ciudadana para la elección del comité barrial.

Elaborado por Córdova, A. (2017)

Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Miguel de Ibarra, 2017).

**ANÁLISIS:** La población del sector La Victoria con capacidad de consumo es de 463 hogares, tomando en cuenta que por familia existen 4 personas.

### 3.1.2. Fórmula para calcular la muestra

La muestra que se utilizará es con la siguiente fórmula:

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

**n** = El tamaño de la muestra.

**N** = Tamaño de la población.

**Q**= Probabilidad de no ocurrencia, se utiliza un valor de 0,5.

**P**= Probabilidad de que ocurra, suele utilizarse un valor de 0,5.

**k**= Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor que se lo toma en relación al 85% de confianza equivale a 1,44 o en relación al 95% de confianza equivale 1,96%, valor que queda a criterio del investigador.

**e** = Límite aceptable de error muestra un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

$1850/4 = 462.5$ , tomando en cuenta que hay 4 personas en cada familia.

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

$$n = \frac{(1,44)^2 * (0,5) * (0,5) * (463)}{(0,05)^2 * (463 - 1) + (1,44)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{(2,0736) * (0,25) * (463)}{(0,0025) * (462) + (2,0736) * (0,25)}$$

$$n = \frac{240,0192}{1,6734}$$

$$n = 143,43 = 143 \text{ (Encuestas)}$$

### 3.1.3. Obtención de Información

#### 3.1.3.1. La Encuesta

Es una técnica investigativa que se aplica para recopilar información de los habitantes y en este caso va dirigido al sector La Victoria, en donde se va a realizar el estudio y análisis del mercado en base a las necesidades del barrio, los mismos que nos proporcionarían datos importantes para el proyecto.

#### 3.1.4. Tabulación y análisis de la Información

Una vez realizada las encuestas en el barrio La Victoria, se procede a examinar algunos aspectos importantes para tomar varias decisiones dentro de la población.

#### Datos Obtenidos de la Encuesta

##### 1.- ¿En qué lugar prefiere comprar al momento de adquirir sus medicamentos?

Tabla 13

*Pregunta Nro. 1 de la encuesta realizada en el sector de La Victoria 2017.*

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJES
Farmacias de Cadena	82	57%
Farmacias Independientes	53	37%
Centro Naturista	8	6%
<b>TOTAL</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>

*Elaborado por Córdova, A. (2017)*

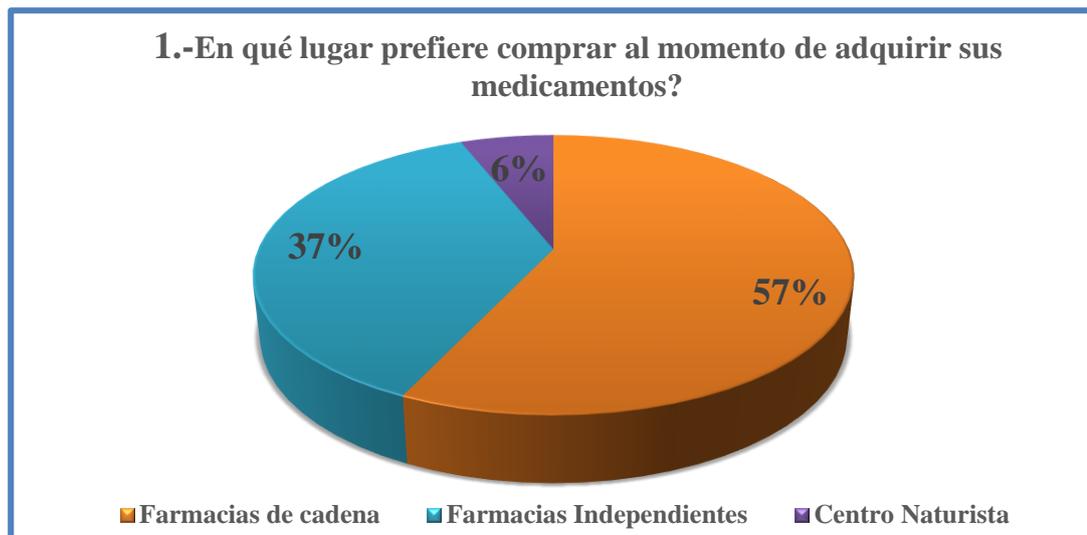


Figura 15, Porcentaje de la Pregunta Nro. 2 realizada en el sector de la Victoria 2017.  
Elaborado por Córdova, A. (2017).

### Análisis:

Según la valoración de la encuesta realizada el 57 % de las personas prefieren comprar sus medicamentos en Farmacias de Cadena, mientras que el 37 % considera el lugar de preferencia en las Farmacias Independientes y por último el 6% en Centros Naturistas, por el cual refleja que se debe realizar un plan estratégico como son los descuentos en días festivos, especialmente los días del niño, de la madre, del padre, navidad y año nuevo.

### 2.- Las compras que usted realiza en una farmacia, las efectúa en:

Tabla 14

Pregunta Nro. 2 realizada por una encuesta en el sector de la Victoria 2017.

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJES
Dentro del sector de la Victoria	61	43%
Fuera del sector de la Victoria	82	57%
<b>TOTAL</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Córdova, A. (2017)

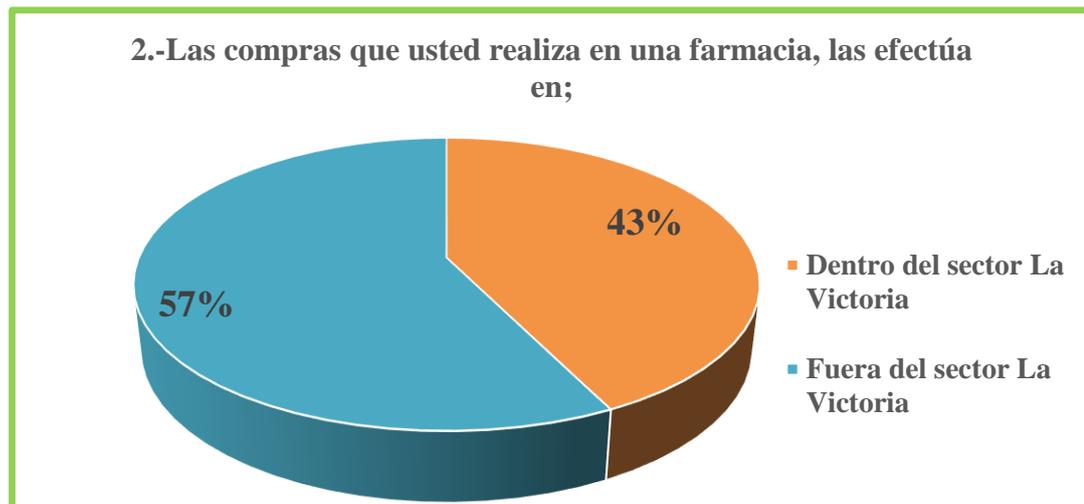


Figura 16, Porcentaje de la Pregunta Nro. 2 realizada en el sector de la Victoria 2017.  
Elaborado por Córdova, A. (2017)

### Análisis:

De un total de 143 personas encuestadas el 57% considera que al realizar sus compras en una farmacia las efectúan fuera del sector de la Victoria, porque no encuentran los medicamentos en stock y se sienten desconformes, por otro lado el 43% las realizan dentro del sector, siendo que les parece más cerca a su hogar y no tienen más opción que conformarse con la farmacia existente.

### 3.-Usted en cual farmacia consume sus medicinas en forma habitual?

Tabla 15  
Pregunta Nro.3 de la encuesta realizada en el sector de la Victoria 2017

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJES
Farmacias La Victoria	55	38%
Farmacias Económicas	58	41%
Farmacias Cruz Azul	30	21%
<b>TOTAL</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Córdova, A. (2017)

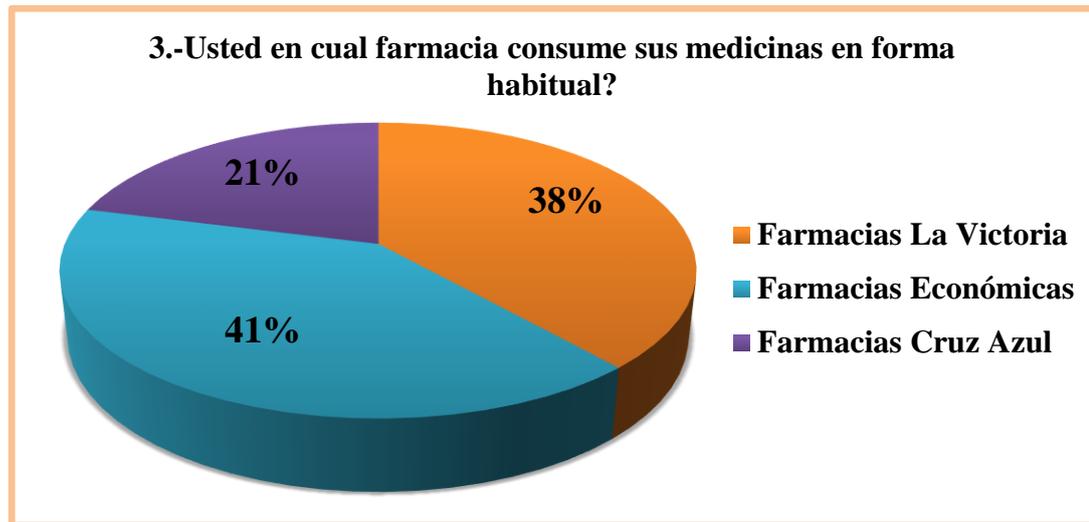


Figura 17, Porcentaje de la pregunta Nro. 3 realizado en el sector de la Victoria 2017.  
Elaborado por Córdova, A. (2017)

#### Análisis:

La mayoría de los habitantes de la Victoria consumen sus medicinas en las Farmacias Económicas con el 41%, lo que demuestra que es el principal competidor para el nueva empresa VECYFARMA, por esta razón se necesita desarrollar nuevas técnicas de competencia para el mercado como un servicio a domicilio, premios por afiliarse a la Farmacia etc.

#### 4.- Cómo calificaría usted la atención en los Establecimientos Farmacéuticos.

Tabla 16

Pregunta Nro. 4 de la encuesta realizada en el sector de la Victoria 2017.

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJES
Excelente	15	10%
Muy Buena	61	43%
Buena	64	45%
Mala	3	2%
<b>TOTAL</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Córdova, A. (2017)

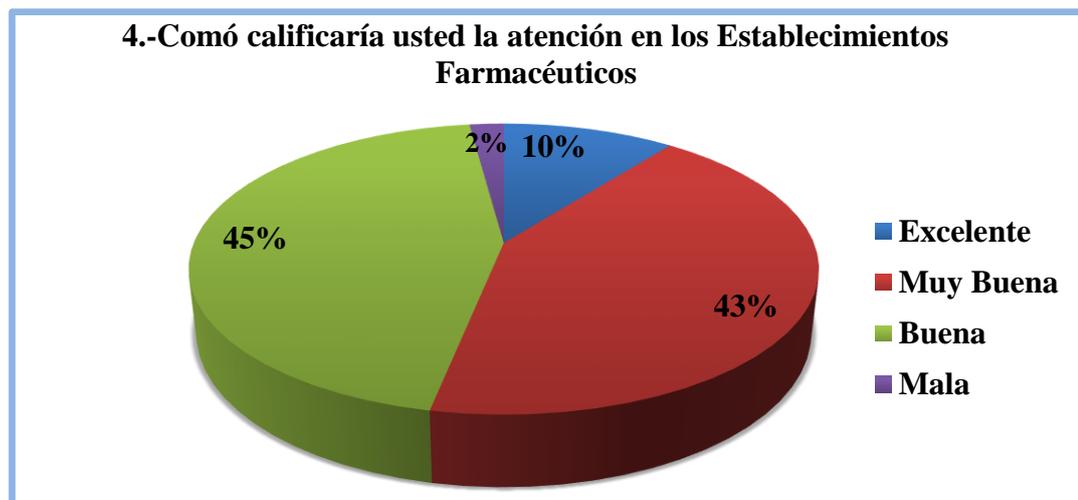


Figura 18, Porcentaje de la Pregunta Nro. 4 realizada en el sector de la Victoria 2017.  
Elaborado por Córdova, A. (2017)

#### Análisis:

Mediante la encuesta realizada al sector de La Victoria determinan que la atención recibida por los Establecimientos Farmacéuticos hacia los habitantes es Buena con el 45% en cambio con el 43% opinan que es Muy Buena; mientras que el 10% considera que es Excelente y por último el 2% personas dicen que es Mala ; esto señala que la atención de calidad es un componente indispensable para atraer clientes y que se logre fidelizar ofreciéndoles un servicio personalizado y de calidad.

#### 5.- ¿Por qué usted toma la decisión al momento de realizar sus compras?

Tabla 17  
Pregunta Nro. 5 de la encuesta realizada en el sector de la Victoria 2017.

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJES
Buena atención	47	33%
Precios Cómodos	49	34%
Stock disponible	33	23%
Promociones	14	10%
<b>TOTAL</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Córdova, A. (2017)

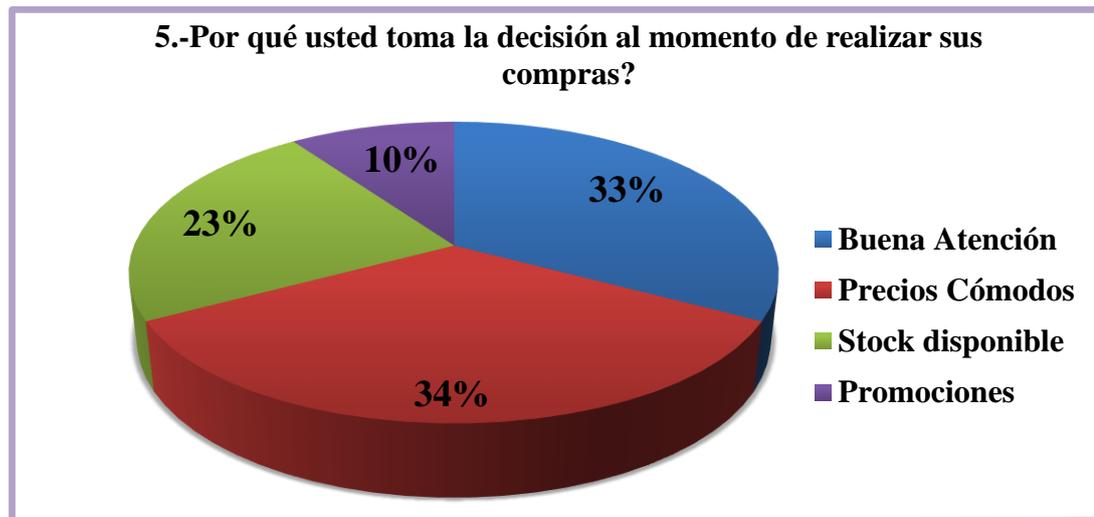


Figura 19. Porcentaje de la pregunta Nro.5 realizada en el sector de la Victoria 2017.  
Elaborado por Córdova, A. (2017)

#### Análisis:

Según el resultado de la encuesta con el 34% de las personas, piensan que lo más importante al tomar su decisión, es que tengan precios cómodos al momento de realizar su compra en una farmacia y a la vez es indispensable la buena atención, stock y las promociones para el buen funcionamiento de la farmacia.

#### 6.- ¿Con qué frecuencia compra en las farmacias?

Tabla 18

Pregunta Nro.6 de la encuesta realizada en el sector de la Victoria 2017.

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJES
Diariamente	0	0%
Semanalmente	9	6%
Quincenal	11	8%
Mensual	70	49%
Trimestral	27	19%
Semestral	24	17%
Anual	2	1%
<b>TOTAL</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Córdova, A. (2017)

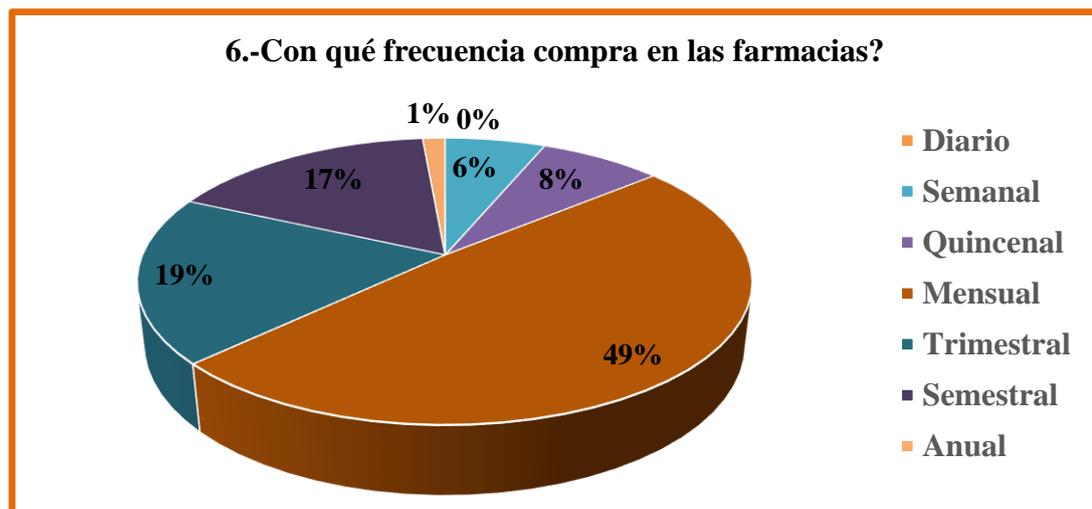


Figura 20, Porcentaje de la pregunta Nro. 6 realizada en el sector de la Victoria 2017.  
Elaborado por Córdova, A. (2017)

### Análisis:

Se puede observar en el gráfico que existe un alto porcentaje de compra por parte de los clientes, que consiguen sus mercancías mensualmente con un valor del 49% ; por motivo que las personas obtienen mayor poder adquisitivo respecto a la paga de sus salarios del fin de mes.

### 7- ¿Cuáles son los productos que más consume en la farmacia?

Tabla 19  
Pregunta Nro. 7 de la encuesta realizada en el sector de la Victoria 2017.

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJES
Medicamentos	113	79%
Cuidado personal	12	8%
Para bebes	11	8%
Dermocosmética	1	1%
Productos naturales	6	4%
<b>TOTAL</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Córdova, A. (2017)

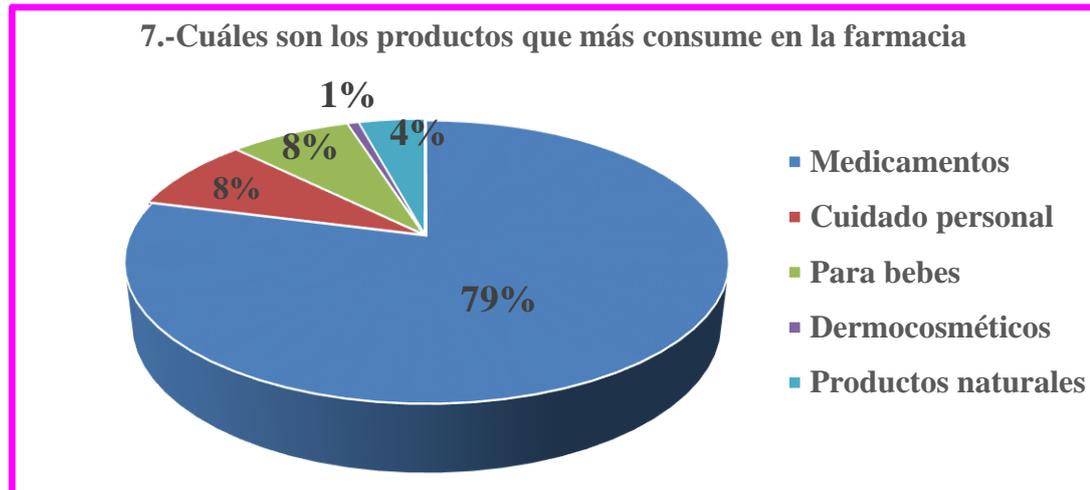


Figura 21. Porcentaje de la pregunta Nro. 7 realizada en el sector de la Victoria 2017.  
Elaborado por Córdova, A. (2017)

### Análisis:

El 79% de la población del sector La Victoria consumen medicamentos en la farmacia, pero no hay que dejar de lado que es importante enfocarse en la variedad de productos que también se comercializan como son; Cuidado Personal, Artículos para Bebes, Dermocosmética para la belleza femenina y los productos naturales, para que la farmacia no se descuide y complazca al consumidor restante.

### 8- Cuánto es el promedio mensual que consume en una farmacia?

Tabla 20

Pregunta Nro. 8 de la encuesta realizada en el sector de la Victoria 2017.

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJES
\$0-\$5	11	8%
\$6-\$10	33	23%
\$11-\$15	28	20%
\$16-\$20	35	24%
\$21-\$40	14	10%
\$41-\$60	15	10%
\$61-\$100	7	5%
\$101- En adelante	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Córdova, A. (2017)

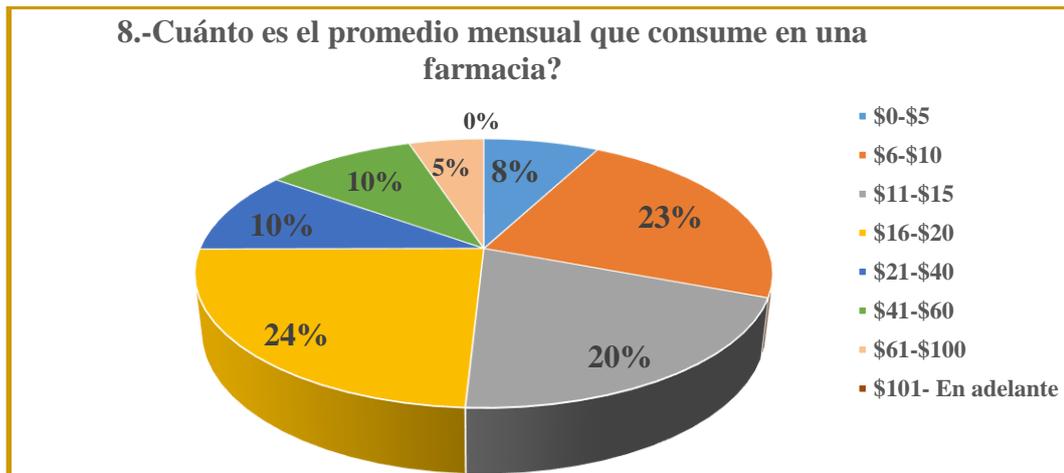


Figura 22. Porcentaje de la Pregunta Nro. 8 de la encuesta realizada en el sector de la Victoria 2017. Elaborado por Córdova, A. (2017)

### Análisis:

El promedio mensual que consumen en una farmacia los habitantes del barrio La Victoria corresponde a un total de \$16 - \$20, dando un valor del 25% del total, seguido de un monto entre \$6 - \$10, que es el 23%, este valor es importante para tomar en cuenta el stock de los productos que se debe considerar en una farmacia, lo cual es valioso porque existen personas que gastan más cantidades como es \$41-\$60 al mes, que equivale a los 10% de los habitantes que compran en dicho sector.

### 9-Cuáles serían sus medicamentos de su preferencia?

Tabla 21

Pregunta Nro. 9 de la encuesta realizada en el sector de la Victoria 2017.

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJES
Marca	45	32%
Genérico	95	66%
Natural	3	2%
<b>TOTAL</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Córdova, A. (2017)

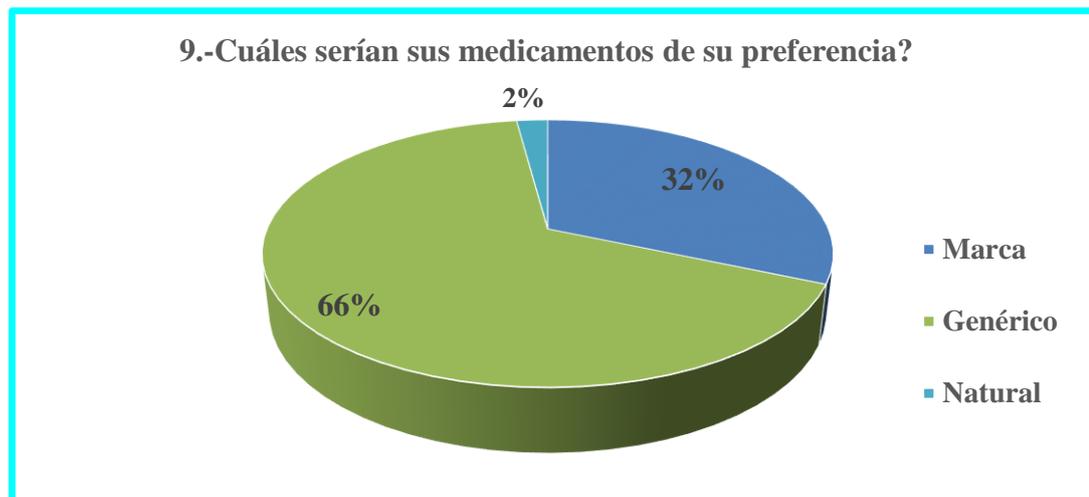


Figura 23. Porcentaje de la pregunta Nro. 9 realizada en el sector de la Victoria 2017.  
Elaborado por Córdova, A. (2017)

**Análisis:**

Según la encuesta sus medicamentos de preferencia son los genéricos con un valor del 66% por la razón que les parecen económicos y está al alcance del bolsillo del consumidor en cambio con el 32% tienen favoritismo con los medicamentos de marca, porque consideran más efectivo su reacción al metabolismo y el 2% consideran que los productos naturales son beneficiosos para la salud.

**10- Cree usted que es necesario la creación de una farmacia en el sector de la Victoria?**

Tabla 22  
Pregunta Nro. 10 de la encuesta realizada en el sector de la Victoria 2017.

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJES
SI	138	97%
NO	5	3%
<b>TOTAL</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Córdova, A. (2017)



Figura 24. Porcentaje de la pregunta Nro. 10 realizada en el sector de la victoria 2017.  
Elaborado por Córdova, A. (2017)

### Análisis:

El 97% del barrio La Victoria opinan que es muy necesario que exista una nueva farmacia en el sector que llenen todas sus necesidades y expectativas, lo que demuestra una gran demanda con la incorporación del nuevo establecimiento farmacéutico, sin embargo la población restante que es el 3% optan por utilizar productos alternativos como son los productos naturales, por esta razón es muy importante variar el stock de la farmacia VECYFARMA para complacer a todos los habitantes.

### 11.- Cree usted que la implementación de una farmacia en el Barrio La Victoria obtendrá beneficio como:

Tabla 23

Pregunta Nro. 11 de la encuesta realizada en el sector de la Victoria 2017.

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJES
Servicio a domicilio	92	64%
Promociones	44	31%
Convenio de crédito	7	5%
<b>TOTAL</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Córdova, A. (2017)

**11.- Cree usted que la implementación de una farmacia en el barrio La Victoria, obtendrá beneficio como:**

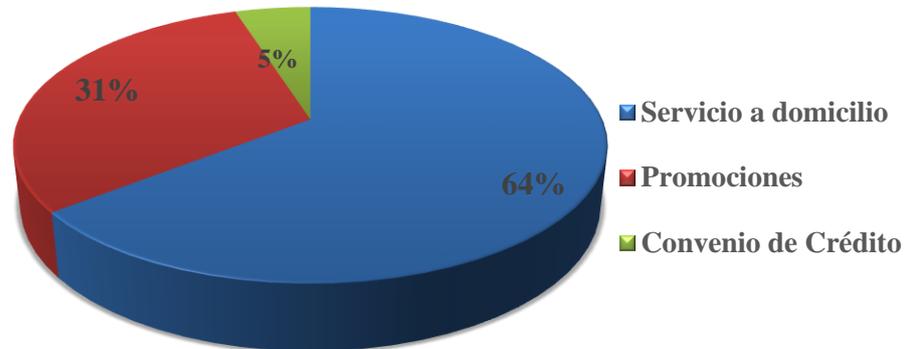


Figura 25. Porcentaje de la pregunta Nro. 11 realizada en el sector de la Victoria 2017.  
Elaborado por Córdova, A. (2017)

**Análisis:**

Según los resultados obtenidos en la encuesta el 64% del barrio La Victoria quieren obtener beneficio por un servicio a domicilio, porque la mayoría de los habitantes son de la tercera edad y a la vez con el 31% les gustaría recibir promociones por su compra, en cambio el 5% desearían que se incremente un convenio de crédito.

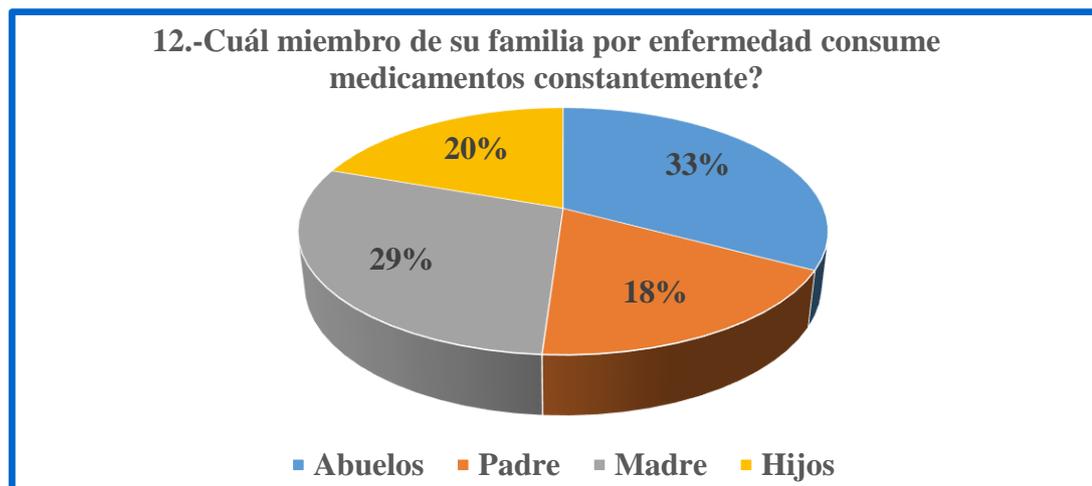
**12- Cuál miembro de su familia por enfermedad consume medicamentos constantemente?**

Tabla 24

Pregunta Nro. 12 de la encuesta realizada en el sector de la Victoria 2017.

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJES
Abuelos	47	33%
Padre	26	18%
Madre	42	29%
Hijos	28	20%
<b>TOTAL</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>

Elaborado por Córdova, A. (2017)



*Figura 26. Porcentaje de la pregunta Nro. 12 realizada en el sector de la Victoria 2017. Elaborado por Córdova, A. (2017)*

### **Análisis:**

El 33% de cada miembro por familia de la población del barrio La Victoria consumen medicamentos constantemente por enfermedad, responden que son sus abuelos (personas de la tercera edad), que reciben tratamientos de medicina continua y en cambio las madres obtienen un valor del 29% , sin embargo el padre con el 20% y por último los hijos con el 18% ; porque contraen enfermedades virales o bacterianas por medio de contagios en guarderías, instituciones educativas, oficinas entre otras, esto quiere decir que se debe enfocar en estos pacientes(clientes), porque necesitan un nivel de confianza de parte de la farmacia.

### **3.2.- Oferta**

Según Martínez. A, (2000) Se entiende que la oferta es la cantidad total de bienes que los productores fabrican y están dispuestos a vender a un determinado precio ya sean por un servicio o producto los mismos que son ofrecidos por empresarios u organizaciones.(pág,56)

### 3.2.1.- Oferta Histórica

Tabla 25  
Oferta Histórica 2012-2016.

AÑOS	% PIB FARMACEÚTICO	OFERTA HISTÓRICA
2012	3,16%	\$84.124,91
2013	3,20%	\$86.783,26
2014	3,37%	\$89.560,32
2015	3,38%	\$92.578,50
2016	3,44%	\$95.707,66

Fuente: (PIB Farmacéutico, Inec, 2017)  
Elaborado por Córdova, A. (2017)

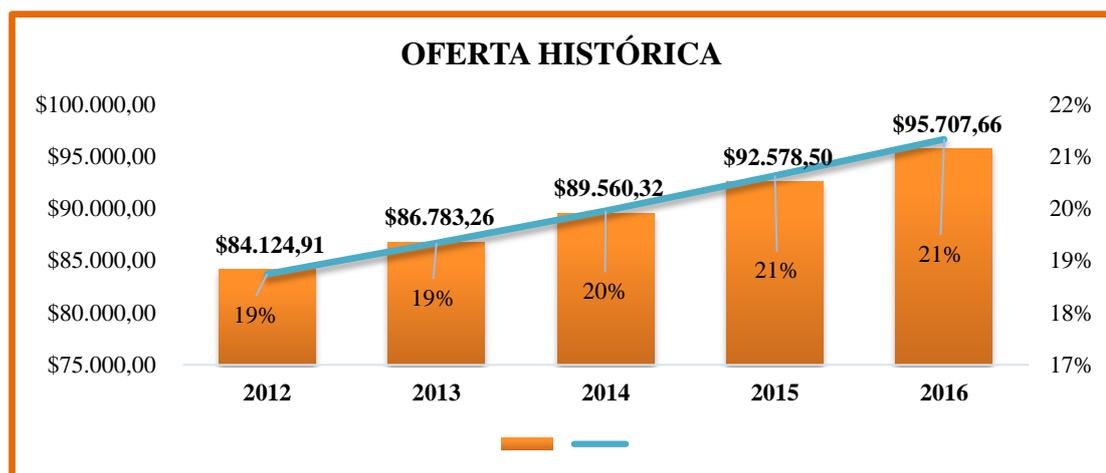


Figura 27. Oferta Histórica desde 2012-2016.  
Elaborado por Córdova, A. (2017)

#### Análisis:

Para conseguir la oferta histórica se tomó como referencia el porcentaje de incremento del sector de la salud (PIB farmacéutico), desde el año 2012 hasta el 2016, tomando en cuenta la oferta actual que es de \$99.000,00, la cual es muy importante destacar que solo existe una sola farmacia de competencia en el sector.

### 3.2.2.- Oferta Actual

Mediante la oferta actual se determinarán el uso de la capacidad de producción o servicio de la competencia, en este caso es la farmacia La Victoria, lo cual se utilizó el método conocido como el ticket promedio, mediante dicho método sabrá cuanto es el nivel de ventas de la farmacia que se encuentra en el sector.

Tabla 26  
*Oferta actual 2017.*

FARMACIA	VENTAS DIARIAS	VENTAS MENSUALES	VENTAS ANUALES
LA VICTORIA	\$275,00	\$8.250.00	\$99.000,00

Fuente: (Encuesta, 2017)  
Elaborado por Córdova, A. (2017)

### 3.2.3.- Oferta Proyectada

Tabla 27  
*Oferta Proyectada desde 2018 - 2022.*

AÑOS	% PIB FARMACEÚTICO	OFERTA FUTURA
2018	3,31%	\$102.276,90
2019	3,31%	\$105.662,27
2020	3,31%	\$109.159,69
2021	3,31%	\$112.772,87
2022	3,31%	\$116.505,65

Elaborado por Córdova, A. (2017)

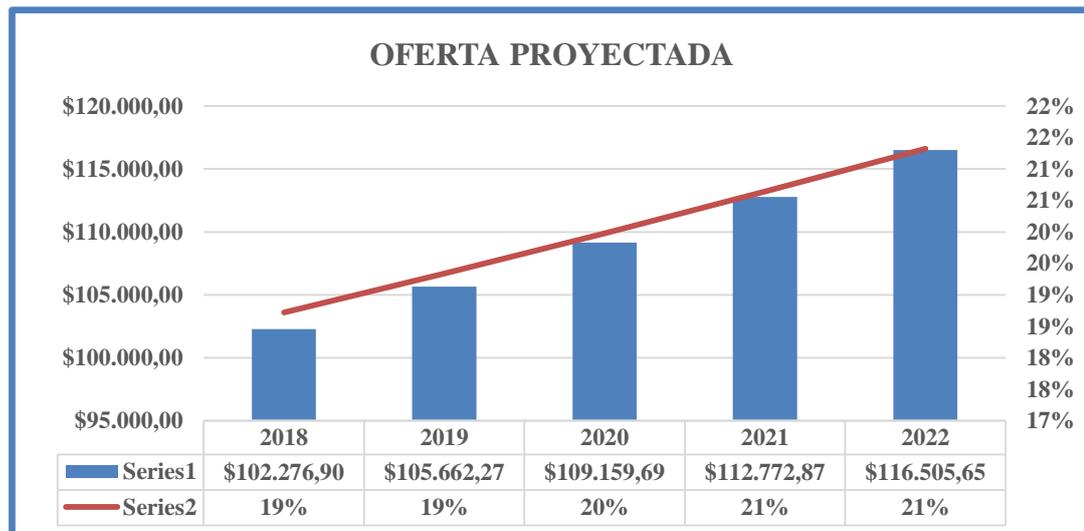


Figura 28. Oferta Proyectada desde 2018- 2021.  
Elaborado por Córdova, A. (2017)

### Análisis:

Para realizar la proyección de la oferta se tomó el total del consumo del año 2016 de la farmacia competente que es el \$99.000,00 y la fuente del crecimiento de personas, promedio de 5 años del PIB farmacéutico del sector de la salud, que es el 3,31%; la cual se estimará hasta el año 2021, dando un resultado de una oferta del \$116.505,65.

### 3.3. Demanda

Es la cantidad que está sujeto a lo económico de un bien o servicio, lo cual están dispuestos a comprar a un determinado precio, también adquirirlo según sus necesidades y preferencias del demandante (comprador).

### 3.3.1.- Demanda Histórica

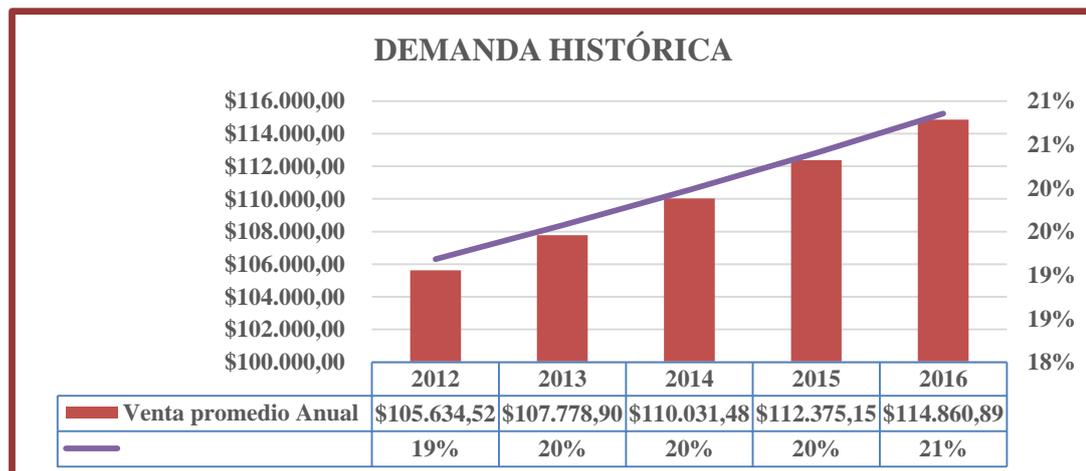
Tabla 28

*Demanda Histórica desde 2012-2016.*

AÑOS	CRECIMIENTO POLACIONAL	DEMANDA HISTÓRICA
2012	2,03%	\$105.634,52
2013	2,09%	\$107.778,90
2014	2,13%	\$110.031,48
2015	2,21%	\$112.375,15
2016	2,29%	\$114.860,89

Fuente: (Crecimiento Poblacional, Inec, 2017)

*Elaborado por Córdova, A. (2017)*



*Figura 29. Demanda Histórica desde 2012-2016.*

*Elaborado por Córdova, A. (2017)*

#### **Análisis:**

Para establecer la Demanda Histórica se utilizó la demanda anual que es 117.493,50 y la tasa de crecimiento poblacional, el cual se manifiesta un valor considerable en el crecimiento de la población de los años 2012 al 2016.

### 3.3.1.- Demanda Actual

Tabla 29  
Consumo mensual en el sector de La Victoria 2017.

OPCIONES	RESPUESTAS	XM	Fi*Xm
\$0-\$5	11	2,5	27,5
\$6-\$10	33	8	264
\$11-\$15	28	13	364
\$16-\$20	35	18	630
\$21-\$40	14	30,5	427
\$41-\$60	15	50,2	753
\$61-\$100	7	80,2	561,4
\$101- En adelante	0	125,5	0
TOTAL	143	327,9	3026,9
Fórmula			3026,9/143
Media aritmética de datos agrupados			21,1671329
Consumo mensual			<b>\$21,17</b>

Elaborado por Córdova, A. (2017)

Tabla 30  
Demanda Actual 2017.

Total de población hogares	462,5
Promedio de consumo mensual	\$ 21,17
Demanda Mensual	\$ 9.791,13
Demanda Anual	\$ 117.493,50

Elaborado por Córdova, A. (2017)

#### Análisis:

Para determinar la demanda actual se tomó en cuenta los 462,5 posibles consumidores del sector La Victoria con el 21,17 que es el promedio de consumo mensual, con el resultado de esto se obtuvo el total de demanda mensual de \$ 9.791,13 y el anual con \$ 117.493,50.

### 3.2.3.- Demanda Proyectada

Tabla 31

*Demanda Proyectada desde 2018-2022.*

AÑOS	% CRECIMIENTO POBLACIONAL	DEMANDA FUTURA
2018	5,4608%	\$123.909,59
2019	5,4608%	\$130.676,04
2020	5,4608%	\$137.812,00
2021	5,4608%	\$145.337,63
2022	5,4608%	\$153.274,23

Fuente: (Prefectura de Ibarra, 2017)

Elaborado por Córdova, A. (2017)

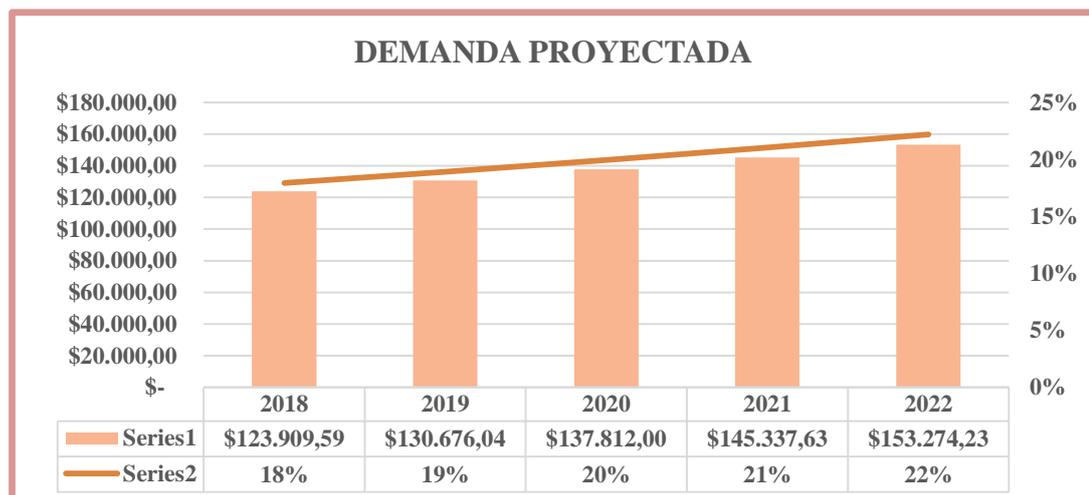


Figura 30. Demanda Proyectada desde 2018-2022.

Elaborado por Córdova, A. (2017)

#### Análisis:

Para elaborar la demanda proyectada desde el año 2018 al 2022, se tomó el total del promedio de la demanda actual anual, que es el \$117.493,50 y como fuente de referencia se utilizó la media tasa del crecimiento poblacional unido con el Pib farmacéutico de salud que es del 5,4608% de los años 2012 al 2016.

### 3.4. Balance Oferta-Demanda

#### 3.4.1. Balance Actual de la Oferta-Demanda

Tabla 32  
Balance Oferta-Demanda 2017

Balance Oferta-Demanda				
OFERTA ACTUAL	DEMANDA ACTUAL	DEMANDA INSATISFECHA HA	Demanda insatisfecha del 97% la tercera parte 65%	VENTAS ANUALES
\$99.000,00	\$117.493,50	- \$18.493,50	-\$12.020,78	\$(144.249,30)

Elaborado por Córdova, A. (2017).

#### 3.4.2. Balance Proyectado de la Oferta-Demanda

Tabla 33  
Balance Proyectado de la Oferta- Demanda.

Balance Oferta-Demanda					
Años	Oferta Proyectada	Demanda Proyectada	Demanda Insatisfecha	Ventas Mensual	Ventas Anuales
2018	\$102.276,90	\$123.909,59	\$ -21.632,69	\$-14.061,25	\$ (168.734,94)
2019	\$105.662,27	\$130.676,04	\$ -25.013,77	\$-16.258,95	\$ (195.107,44)
2020	\$109.159,69	\$137.812,00	\$ -28.652,31	\$-18.624,00	\$ (223.488,02)
2021	\$112.772,87	\$145.337,63	\$ -32.564,76	\$-21.167,10	\$ (254.005,15)
2022	\$116.505,65	\$153.274,23	\$ -36.768,58	\$-23.899,58	\$ (286.794,91)

Elaborado por Córdova, A. (2017)

### **Análisis:**

Este balance permite determinar la demanda insatisfecha de los cinco años proyectados de los años 2018 al 2022, lo cual es aquella que no es cubierta por el mercado, por esta razón solo se puede cubrir una cierta parte de la demanda anual, que es el 65% de la demanda insatisfecha, siempre y cuando tomando en cuenta el buen servicio y satisfacer las necesidades de los futuros clientes.

## CAPÍTULO IV

### ESTUDIO TÉCNICO

#### 4.1. Tamaño del Proyecto.

##### 4.1.1. Capacidad instalada

Según Nunes, P, (2015). Dice que: la capacidad instalada es la adecuación de la producción de una empresa en un periodo de tiempo, mejorando los recursos ya sean estos; instalaciones, recursos humanos tecnología, equipos de producción entre otros; a la vez también se utiliza en la economía para especificar todo un sector de actividad o una región . Cuando el volumen de la producción es inferior a la capacidad instalada. También se refiere al espacio óptimo y correcta distribución del local de la empresa, para obtener un importante funcionamiento de la nueva Farmacia VECYFARMA.

A continuación la Farmacia VECYFARMA constará con la siguiente distribución de los espacios del local.

Tabla 34  
Capacidad Instalada, 2017.

CAPACIDAD INTERNA Y DISTRIBUCIÓN POR ÁREAS			
Capacidad	Tamaño	Capacidad	Tamaño
Farmacia VECYFARMA	40m <sup>2</sup>	Área de refrigeración	2m <sup>2</sup>
Espacio de ingres	2m <sup>2</sup>	Área de dispensación y exp.	10m <sup>2</sup>
Área administrativa	8m <sup>2</sup>	Bodega	8m <sup>2</sup>
Área de cuarentena	6m <sup>2</sup>	Baño	4m <sup>2</sup>

Elaborado por Córdova, A. (2017)

#### 4.1.2. Capacidad Demanda

Tabla 35  
Capacidad Demandada, 2017.

		CAPACIDAD DEMANDADA		
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	
1	Escritorio	1	\$ 75,00	\$ 75,00
2	Silla de espera	2	\$ 23,00	\$ 46,00
3	Vitrinas	2	\$ 110,00	\$ 220,00
4	Estantería	7	\$ 74,00	\$ 518,00
6	Silla de escritorio	1	\$ 25,00	\$ 25,00
7	Rótulo	1	\$ 130,00	\$ 130,00
8	Basureros	3	\$ 2,00	\$ 6,00
9	Mini refrigerador	1	\$ 120,00	\$ 120,00
10	Candado	3	\$ 25,00	\$ 75,00
11	Vitrina panorámica	2	\$ 250,00	\$ 500,00
12	Barra protectora	1	\$ 40,00	\$ 40,00
13	Glucómetro	1	\$ 25,00	\$ 25,00
14	Bascula	1	\$ 20,00	\$ 20,00
15	Termómetro	1	\$ 25,00	\$ 25,00
16	Computadora	1	\$ 435,00	\$ 435,00
17	Impresora	1	\$ 190,00	\$ 190,00
18	Lector de barras	1	\$ 32,00	\$ 32,00
19	Laptop	1	\$ 800,00	\$ 800,00
20	Software	1	\$ 80,00	\$ 80,00
21	Suministro "oficina"	1	\$ 40,00	\$ 40,00
22	Teléfono	1	\$ 14,00	\$ 14,00

23	Celular	1	\$ 59,00	\$ 59,00
24	Grapadora	1	\$ 2,50	\$ 2,50
25	Perforadora	1	\$ 3,50	\$ 3,50
26	Caja registradora	1	\$ 75,00	\$ 75,00
27	Extintor	2	\$ 12,00	\$ 24,00
28	Dispensador de agua	1	\$ 38,00	\$ 38,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 3.618,00</b>

Fuente: Mercado Libre

Elaborado por Córdova, A. (2017)

## 4.2. Localización

Es el lugar específico en donde se llevara a cabo el Proyecto, por esta razón se ejecutó un estudio de mercado, en el cual la Farmacia VECIFARMA se situará en La Victoria, parroquia San Francisco, es un sector concurrente por personas nacionales y extranjeras, especialmente los fines de semana porque está ubicada cerca del zoológico y el bosque protector Guayabillas.

### 4.2.1 Macro localización

El proyecto de factibilidad se efectuará en:

**País:** Ecuador

**Provincia:** Imbabura

**Cuidad:** Ibarra

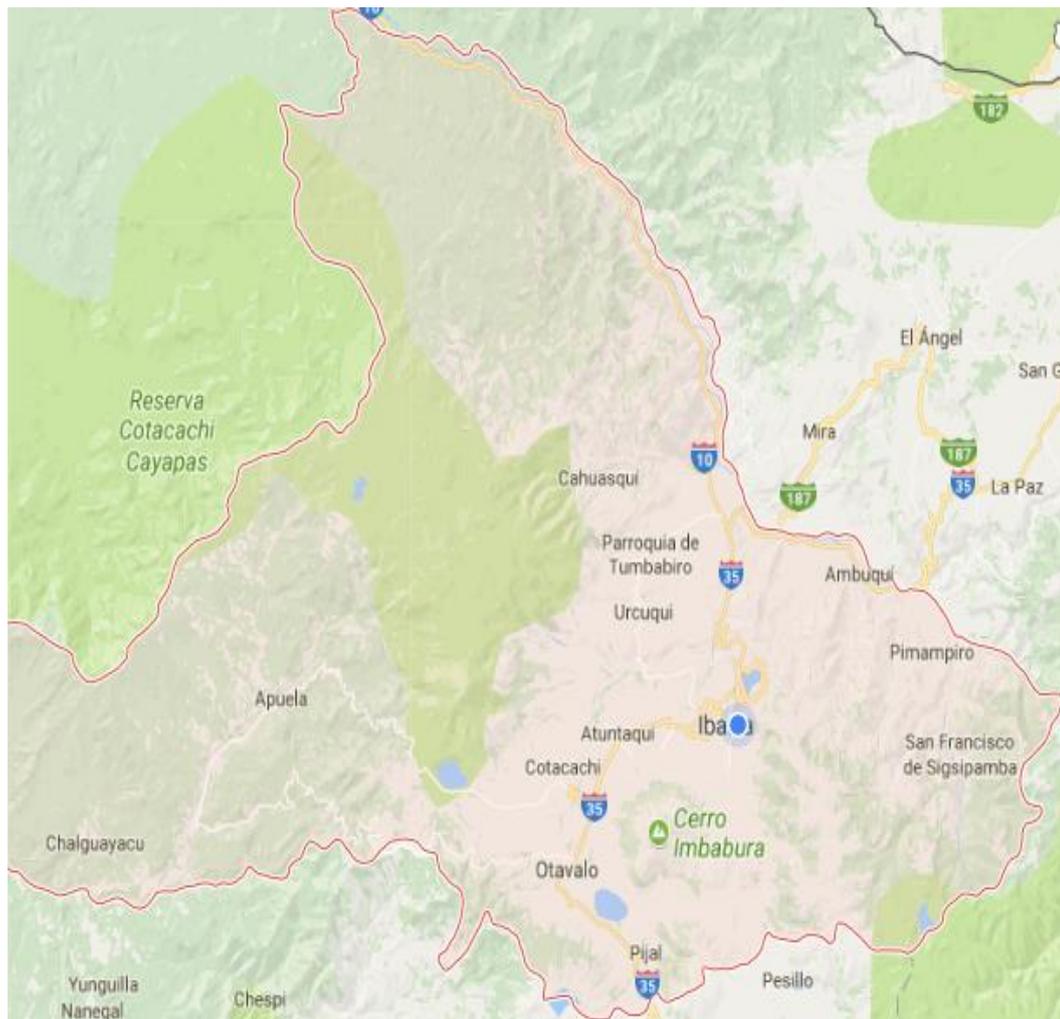


Figura 31. Macro localización de la provincia de Imbabura 2017.

Fuente: Google Maps.

#### 4.2.2 Micro localización

Ubicación: Ciudad Ibarra en el sector de La Victoria

Límites: **Norte:** La Católica

**Sur:** La Campiña

**Este:** Las Guayabillas

**Oeste:** Los Ceibos

Clima: Cálido húmedo

Superficie: 1093 km<sup>2</sup>

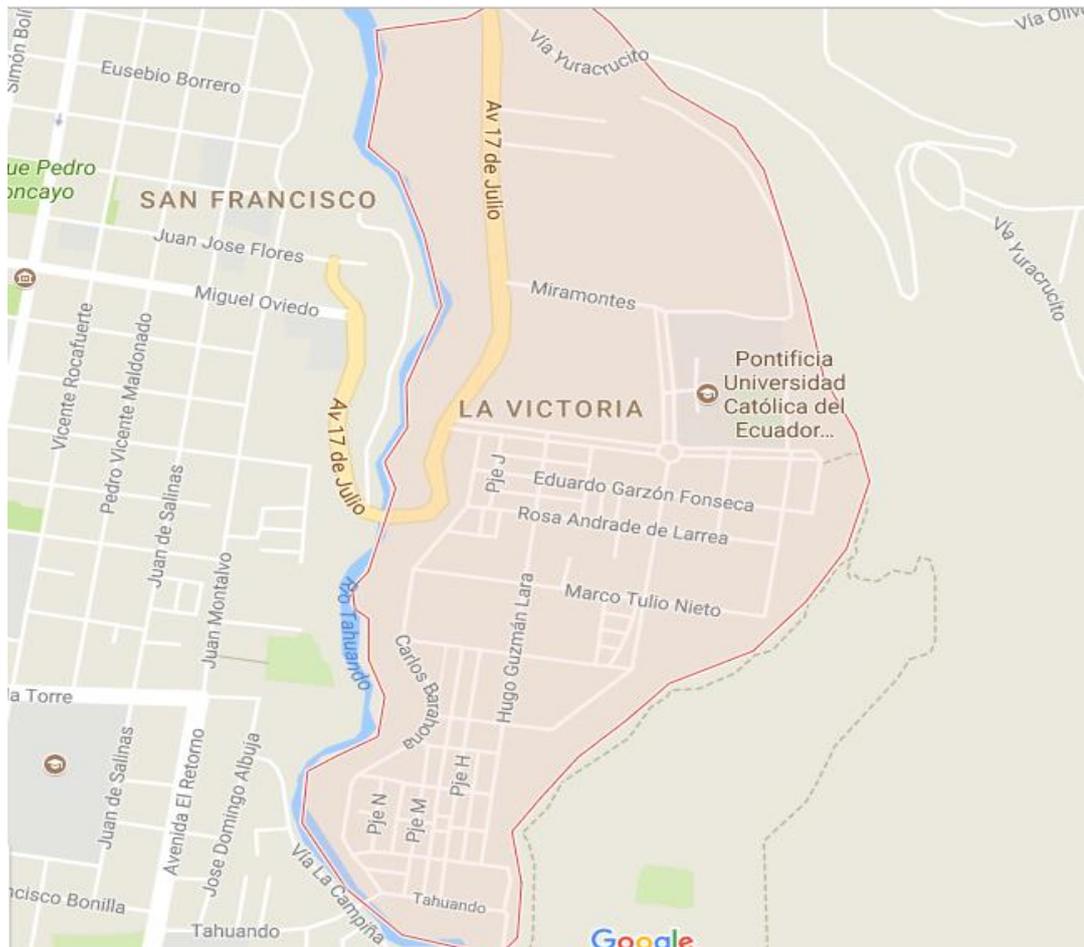


Figura 32. Micro localización del sector de La Victoria, 2017.

Fuente: Google Maps

### 4.2.3 Localización Óptima

Es el lugar óptimo e ideal donde se implementara la farmacia VECYFARMA como es la calle principal y secundaria, a la vez es muy importante destacar alguna referencia cercana.

Calle principal: Carlos Barahona Mera, N°6-57.

Calle secundaria: Pedro Montufar, Pasaje H.

Referencia: Frente a la escuela Edison Mendoza, cerca al bosque protector

Guayabillas, en el sector La Victoria ciudad de Ibarra.

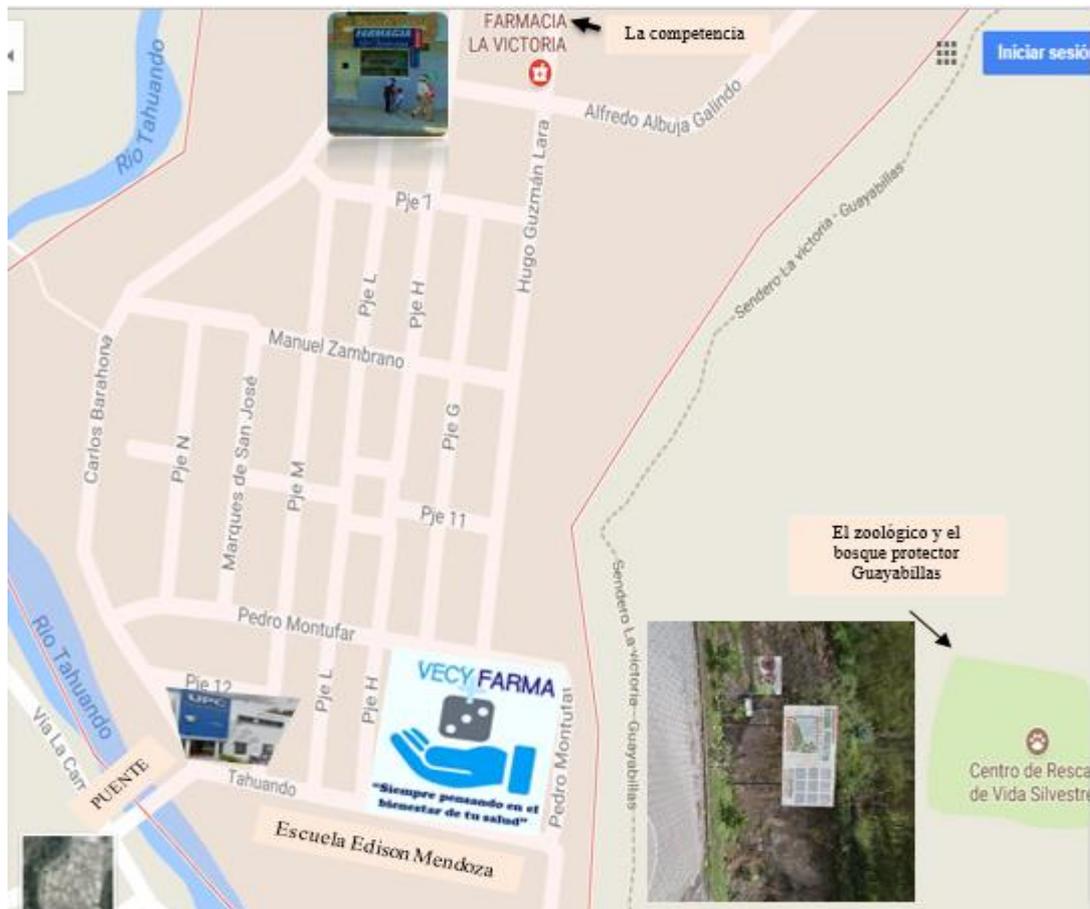


Figura 33. Localización Óptima del sector de La Victoria, 2017.

Fuente: Google Maps

Elaborado por Córdova, A. (2017)

A continuación se realiza la siguiente tabla de ponderación en el sector de La Victoria, para tomar en cuenta las calles principales.

1= Nada significativo.

2= Poco significativo.

3=Muy significativo.

Tabla 36  
Calificación Ponderada, 2017.

DETALLE	CALLE CARLOS BARAHONA MERA	CALLE PEDRO MONTUFAR
1 Servicios básicos	3	3
2 Clientes	3	1
3 Centro turístico cercano	3	2
4 Espacio físico para parquearse	3	2
5 Acceso a internet	3	3
6 Instituciones educativas cercanas	3	1
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>12</b>

Elaborado por Córdova, A. (2017)

### Análisis

El funcionamiento de la Farmacia "VECYFARMA", será en la calle principal Carlos Barahona Mera en el sector La Victoria, la misma que se localiza frente a la escuela "Edison Mendoza", cerca al bosque protector Guayabillas y en el Centro de rescate silvestre "Zoológico", la cual es un lugar de mayor concurrencia.

## **4.3 Ingeniería del Producto**

### **4.3.1 Definición del Bien y Servicio**

Bienes son la forma física de todos los materiales u objetos que se pueden ver y tocar, por lo tanto esto se obtiene gracias a la transformación de recursos naturales, para llegar a satisfacer las necesidades y deseos de la población. En cambio los Servicios es la acción directa donde existe contacto con el cliente, por estas razones es muy indispensable que estas dos funciones vayan de la mano y se utilicen en la nueva farmacia VECYFARMA para que los clientes reciban un bien y servicio de calidad.

### **4.3.2 Distribución de planta**

Es la ordenación física de una instalación que se divide por áreas de trabajo como por ejemplo en este caso es una farmacia y las siguientes divisiones son: área de cuarentena, administrativa, bodega, baño, dispensación, facturación.

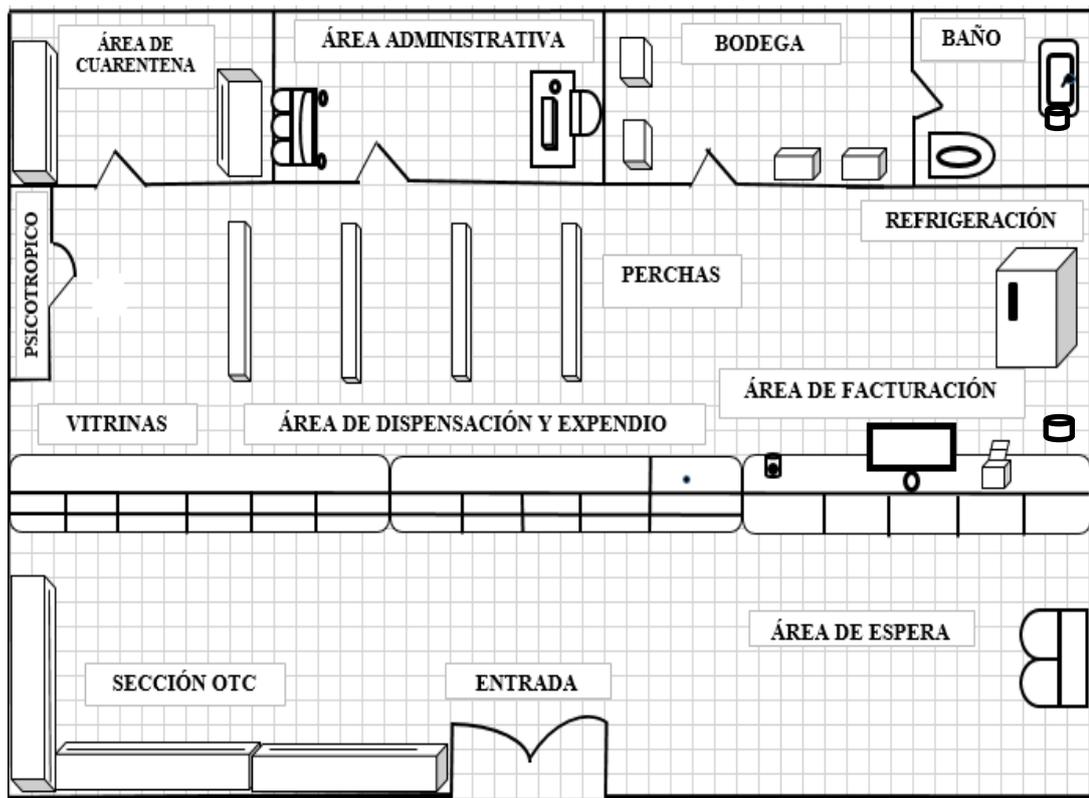


Figura 34. Distribución de la planta VECYFARMA, 2017.  
Elaborado por Córdova, A. (2017).

### 4.3.3. Proceso Productivo

Es la transformación de la materia y recursos en productos finales que son los bienes o servicios, siempre y cuando utilizando la tecnología.

#### 4.3.3.1. Maquinaria

Se establece todos los recursos materiales y equipos que sean de gran beneficio para el excelente funcionamiento de la farmacia VECYFARMA.

En este caso dicha farmacia no contar con maquinaria, porque es comercializadora no productora.

### 4.3.3.2. Equipos

Tabla 37  
*Equipos de Oficina, 2017.*

<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
1 Teléfono	1	\$ 14,00	\$14,00
2 Celular Quade	1	\$ 59,00	\$59,00
3 Grapadora	1	\$ 2,50	\$2,50
4 Perforadora	1	\$ 3,50	\$3,50
5 Caja registradora	1	\$ 75,00	\$75,00
6 Extintor	2	\$ 12,00	\$24,00
7 Dispensador de agua	1	\$ 38,00	\$38,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$216,00</b>	

*Elaborado por Córdova, A. (2017)*

Tabla 38  
*Equipos de Cómputo, 2017.*

<b>EQUIPOS DE COMPUTO</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
1 Computadora	1	\$ 435,00	\$435,00
2 Impresora	1	\$ 190,00	\$190,00
3 Lector de código de barra	1	\$ 32,00	\$ 32,00
4 Software	1	\$ 80,00	\$ 80,00
5 Laptop	1	\$ 800,00	\$ 800,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$1.537,00</b>	

Fuente: Mercado Libre  
*Elaborado por Córdova, A. (2017)*

Tabla 39  
*Muebles y Enseres, 2017.*

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
1 Escritorio	1	\$75,00	\$75,00
2 Silla de espera	2	\$23,00	\$46,00
3 Vitrinas	2	\$110,00	\$220,00
4 Estantería	7	\$74,00	\$518,00
6 Silla de escritorio	1	\$25,00	\$25,00
7 Rótulo	1	\$130,00	\$130,00
8 Basureros	3	\$2,00	\$6,00
9 Mini refrigerador	1	\$120,00	\$120,00
10 Candado	3	\$25,00	\$75,00
11 Vitrina panorámica	2	\$250,00	\$500,00
12 Barras protectoras	1	\$40,00	\$40,00
13 Glucómetro	1	\$25,00	\$25,00
14 Báscula	1	\$20,00	\$20,00
15 Termómetro	1	\$25,00	\$25,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$1.825,00</b>

Fuente: Mercado Libre  
*Elaborado por Córdova, A. (2017)*

## CAPÍTULO V

### ESTUDIO FINANCIERO

#### 5.1. Ingresos Operacionales

Los ingresos operacionales son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa. Gerencia.com, (2010)

Tabla 40  
*Ingresos Operacionales, 2017.*

INGRESOS OPERACIONALES	VALOR TOTAL
Consumidores	1850
Cuarta parte Inec	462,5
Promedio consumo mensual	21,17
Total Mensual consumidores	\$9791,125
Total Anual consumidores	\$117493,5
Demanda insatisfecha	( \$18493,5 )
Se tomará el 65% de la Demanda insatisfecha	(\$12020,78)
Promedio ventas mensual	<b>(\$144249,3)</b>

*Elaborado por Córdova, A. (2017)*

## **Análisis:**

La farmacia VECYFARMA pretende desarrollar un promedio de ventas mensuales de \$144249,3 lo cual se estableció en base a un estudio de mercado.

### **5.2. No Operacionales**

Son aquellos ingresos diferentes a los obtenidos por el desarrollo de la actividad principal de la empresa, ingresos que por lo general son ocasionales o que son accesorios a la actividad principal. Gerencia.com, (2010).

La farmacia VECYFARMA no contará con ingresos extras, por esta razón no existe ingresos no operacionales.

### **5.2 Costos**

#### **5.2.1 Costo Directo**

Son gastos que surgen en la empresa que tienen relación directa con el producto y estos incluyen mercadería, mano de obra, publicidad, financiamiento.

Este es el listado de los laboratorios que vamos a utilizar.

Tabla 41  
*Laboratorios farmacéuticos, 2017.*

LABORATORIOS	TOTAL
FARMAENLACE	\$4.600,00
BAYER S.A	\$2.555,00
DIFARE S,A	\$3.700,00
ECUAQUIMICA	\$3.934,74
GENFAR S.A	\$4.120,00
CHILE	\$3.450,00
MERCK	\$2.235,00
NIFA	\$3.140,00
NOVARTIS ECUADOR	\$3.200,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$30.934,74</b>

*Elaborado por Córdova, A. (2017)*

Tabla 42  
*Costos Operacionales, 2017.*

COSTO DIRECTO	VALORES
Posibles Consumidores	1850
Cuarta Parte	462,5
Promedio Consumo mensual	\$ 21,17
Total Mensual	\$ 9.791,13
Total stock mercadería	\$ 30.934,74
Total Costo Anual	(\$ 144.249,30)

*Elaborado por Córdova, A. (2017)*

### **Análisis:**

Mediante el análisis de costos operacionales se ha determinado que se generará un costo anual de \$ 144.249,30; por lo tanto se tiene que obtener un stock de mercadería de \$ 30.934,74, para satisfacer a los posibles consumidores.

### 5.2.2 Costo Indirecto

Son los que no se encuentran en relación con la comercialización de los productos dentro de la farmacia Vecyfarma.

Tabla 43  
*Costo Indirecto, 2017.*

<b>COSTO INDIRECTO</b>	<b>VALORES</b>
Servicios básicos	\$94,00
Útiles de aseo	\$23,25
Promedio Consumo mensual	\$117,25
<b>Total Consumo Anual</b>	<b>\$1407,00</b>

*Elaborado por Córdova, A. (2017)*

### 5.2.3. Gastos Administrativos

Se manifiestan contablemente en los gastos de la administración lo cual permite el desarrollo eficiente y coordinado de una determinada empresa, los más notables son: sueldo y salarios del personal administrativo, útiles de oficina, depreciaciones, amortización de gastos de la organización. Eco, Paredes. L (2011).

Tabla 44  
*Gastos Administrativos, 2017.*

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Sueldo del administrador, dependiente y bioquímico	\$19.149,39
Dep. muebles y enseres	\$ 182,50
Dep. equipos de computación	\$ 512,33
Dep. equipos de oficina	\$ 21,60
Servicios básicos	\$ 94,00
Amor. activos diferidos	\$ 240,00
<b>TOTAL MENSUAL</b>	\$ 20.199,82
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$ 242.397,88</b>

*Elaborado por Córdova. A. (2017)*

### 5.2.3.1. Rol de pagos

Tabla 45  
*Rol de Pagos de los Trabajadores, 2017.*

<b>ROL DE PAGOS (2017)</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Administrador</b>	<b>Dependiente</b>	<b>Bioquímico</b>
Salario	\$ 550,00	\$ 375,00	\$ 280,00
Aporte IESS 9,45%	\$ 51,98	\$ 35,44	\$ 26,46
Vacaciones	\$ 22,92	\$ 15,63	\$ 11,67
Décimo tercero	\$ 45,83	\$ 31,25	\$ 23,33
Décimo cuarto	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 31,25
Aporte patronal 12,15%	\$ 66,83	\$ 45,56	\$ 34,02
Fondos de reserva	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>Total Mensual</b>	<b>\$ 716,83</b>	<b>\$ 498,69</b>	<b>\$ 380,27</b>
<b>Total Anual</b>	<b>\$ 8.601,90</b>	<b>\$ 5.984,25</b>	<b>\$ 4.563,24</b>
<b>Total (administrador, dependiente y bioquímico)</b>			<b>\$ 19.149,39</b>

*Elaborado por Córdova. A. (2017)*

### 5.2.3.1.1. Sueldos y Salarios Proyectados

Tabla 46  
Rol de Pagos del Administrador proyectado 2018-2022.

<b>ADMINISTRADOR SALARIO PROYECTADO</b>					
	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Salario	\$ 578,37	\$ 608,20	\$ 639,57	\$ 672,56	\$ 707,24
Décimo	\$ 48,20	\$ 50,68	\$ 53,30	\$ 56,05	\$ 58,94
Tercero					
Décimo Cuarto	\$ 32,86	\$ 34,56	\$ 36,34	\$ 38,21	\$ 40,18
Vacaciones	\$ 24,10	\$ 25,34	\$ 26,65	\$ 28,02	\$ 29,47
Aporte Patronal	\$ 70,27	\$ 73,90	\$ 77,71	\$ 81,72	\$ 85,93
Aporte IESS	\$ 54,66	\$ 57,47	\$ 60,44	\$ 63,56	\$ 66,83
Fondos de Reserva	\$ 48,20	\$ 50,68	\$ 53,30	\$ 56,05	\$ 58,94
<b>SUB TOTAL</b>	<b>\$ 696,84</b>	<b>\$ 732,78</b>	<b>\$ 770,57</b>	<b>\$ 810,32</b>	<b>\$ 852,11</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$8.362,04</b>	<b>\$8.793,33</b>	<b>\$9.246,87</b>	<b>\$9.723,80</b>	<b>\$10.225,34</b>

Elaborado por Córdova. A. (2017)

Tabla 47  
Rol de pagos del Dependiente proyectado 2018-2022.

<b>DEPENDIENTE SALARIO PROYECTADO</b>					
	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Salario	\$ 394,34	\$ 414,68	\$ 436,07	\$ 458,56	\$ 482,21
Décimo Tercero	\$ 32,86	\$ 34,56	\$ 36,34	\$ 38,21	\$ 40,18
Décimo Cuarto	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 31,25
Vacaciones	\$ 16,43	\$ 17,28	\$ 18,17	\$ 19,11	\$ 20,09
Aporte Patronal	\$ 47,91	\$ 50,38	\$ 52,98	\$ 55,72	\$ 58,59
Aporte IESS	\$ 37,27	\$ 39,19	\$ 41,21	\$ 43,33	\$ 45,57
Fondos de Reserva	\$ 32,86	\$ 34,56	\$ 36,34	\$ 38,21	\$ 40,18
<b>SUB TOTAL</b>	<b>\$ 475,12</b>	<b>\$ 499,62</b>	<b>\$ 525,39</b>	<b>\$ 552,49</b>	<b>\$ 580,99</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$5.701,39</b>	<b>\$5.995,45</b>	<b>\$6.304,69</b>	<b>\$6.629,87</b>	<b>\$6.971,82</b>

Elaborado por Córdova. A. (2017)

Tabla 48  
Rol de pagos del Bioquímico proyectado 2018-2022.

<b>BIOQUÍMICO SALARIO PROYECTADO</b>					
	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Salario	\$ 294,44	\$ 309,63	\$ 325,60	\$ 342,39	\$ 360,05
Décimo Tercero	\$ 24,54	\$ 25,80	\$ 27,13	\$ 28,53	\$ 30,00
Décimo Cuarto	\$ 32,86	\$ 34,56	\$ 36,34	\$ 38,21	\$ 40,18
Vacaciones	\$ 12,27	\$ 12,90	\$ 13,57	\$ 14,27	\$ 15,00
Aporte Patronal	\$ 35,77	\$ 37,62	\$ 39,56	\$ 41,60	\$ 43,75
Aporte IESS	\$ 27,82	\$ 29,26	\$ 30,77	\$ 32,36	\$ 34,02
Fondos de Reserva	\$ 24,54	\$ 25,80	\$ 27,13	\$ 28,53	\$ 30,00
SUB TOTAL	\$ 354,75	\$ 373,05	\$ 392,29	\$ 412,53	\$ 433,80
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$4.257,04</b>	<b>\$4.476,61</b>	<b>\$4.707,50</b>	<b>\$4.950,30</b>	<b>\$5.205,63</b>

Elaborado por Córdova. A. (2017)

### 5.2.3.2. Depreciaciones

Es la desvalorización de una propiedad o un bien que es requerido al desgaste, uso y la obsolescencia, en este caso los muebles-enseres, equipos de oficina y de cómputo de la farmacia Vecyfarma.

Tabla 49  
Depreciación de muebles y enseres, 2017.

<b>Años</b>	<b>MUEBLES Y ENSERES</b>		
	<b>Depreciación</b>	<b>Depreciación Acumulada</b>	<b>Valor Neto</b>
0	-	-	\$ 1.825,00
1	\$ 182,50	\$ 182,50	\$ 1.825,00
2	\$ 182,50	\$ 365,00	\$ 1.642,50
3	\$ 182,50	\$ 547,50	\$ 1.460,00
4	\$ 182,50	\$ 730,00	\$ 1.277,50
5	\$ 182,50	\$ 912,50	\$ 1.095,00
6	\$ 182,50	\$ 1.095,00	\$ 912,50
7	\$ 182,50	\$ 1.277,50	\$ 730,00
8	\$ 182,50	\$ 1.460,00	\$ 547,50
9	\$ 182,50	\$ 1.642,50	\$ 365,00
10	\$ 182,50	\$ 1.825,00	\$ 182,50
			<b>0,00</b>

Elaborado por Córdova, A. (2017)

Tabla 50  
*Depreciación de equipos de cómputo., 2017.*

<b>EQUIPOS DE CÓMPUTO</b>			
<b>Años</b>	<b>Depreciación</b>	<b>Depreciación Acumulada</b>	<b>Valor Neto</b>
0	-	-	\$1537,00
1	\$512,33	\$512,33	\$1537,00
2	\$512,33	\$1024,67	\$1024,67
3	\$512,33	\$1537	\$512,33
			<b>0,00</b>

*Elaborado por Córdova, A. (2017)*

Tabla 51  
*Depreciación de equipos de oficina, 2017.*

<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			
<b>Años</b>	<b>Depreciación</b>	<b>Depreciación Acumulada</b>	<b>Valor Neto</b>
0	-	-	\$ 216,00
1	\$ 21,60	\$ 21,60	\$ 194,40
2	\$ 21,60	\$ 43,20	\$ 172,80
3	\$ 21,60	\$ 64,80	\$ 151,20
4	\$ 21,60	\$ 86,40	\$ 129,60
5	\$ 21,60	\$ 108,00	\$ 108,00
6	\$ 21,60	\$ 129,60	\$ 86,40
7	\$ 21,60	\$ 151,20	\$ 64,80
8	\$ 21,60	\$ 172,80	\$ 43,20
9	\$ 21,60	\$ 194,40	\$ 21,60
10	\$ 21,60	\$ 216,00	<b>0,00</b>

*Elaborado por Córdova, A. (2017)*

### 5.2.3.3. Amortización de Activos Diferidos (Otros activos)

#### Gasto de Amortización

Gastos de Constitución \$ 1.200,00

Valor \$ 1.200,00

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

$$\text{Amortización} = \frac{\$ 1.200,00}{5}$$

$$\text{Amortización} = \mathbf{\$ 240,00}$$

Tabla 52  
*Amortización de Activos Diferidos, 2017.*

AÑOS	AMORTIZACIÓN	AMORT. ACUM	VALOR EN LIBROS
0			\$ 1.200,00
1	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 960,00
2	\$ 240,00	\$ 480,00	\$ 720,00
3	\$ 240,00	\$ 720,00	\$ 480,00
4	\$ 240,00	\$ 960,00	\$ 240,00
5	\$ 240,00	\$ 1.200,00	\$ 0,00

*Elaborado por Córdova, A. (2017)*

### 5.2.4. Gastos Financieros

Se realizará un préstamo en la Cooperativa Atuntaqui de la cantidad de \$20.000,00 y con la tasa de interés del 14,69%, que consta con las 36 aportaciones; para dicho préstamo se tomará en cuenta una tabla de amortización en el cual se detalla el capital más el interés a pagar mensualmente por los tres años consecutivos.

Tabla 53  
*Capital y el Préstamo.*

<b>CAPITAL</b>		<b>\$ 20.609,52</b>
<b>INTERES</b>	14,69%	1,22%
<b>TIEMPO</b>	36	(TRES AÑOS)

*Elaborado por Córdova, A. (2017)*

### Fórmula para la Amortización.

$$C = \$ 20.000,00$$

$$i = 0,012241667$$

$$t = 36$$

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

$$A = 20000 \frac{0,01897021}{0,549642661}$$

$$A = 20000 = 0,034513713$$

$$A = \$690,27$$

Tabla 54  
*Interés por los tres años de préstamo, 2017.*

<b>INTERES</b>	<b>VALORES</b>
<b>AÑO 1</b>	\$ 2.563,01
<b>AÑO 2</b>	\$ 1.663,75
<b>AÑO 3</b>	\$ 623,12
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.849,87</b>

*Elaborado por Córdova, A. (2017)*

### 5.2.4.1. Tabla de Amortización

Tabla 55

Tabla de Amortización., 2017.

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
Periodos	Capital	Interés	Pago	Capital Pagado	
1	\$ 20.000,00	\$ 244,83	\$ 690,27	\$ 445,44	
2	\$ 19.554,56	\$ 239,38	\$ 690,27	\$ 450,89	
3	\$ 19.103,67	\$ 233,86	\$ 690,27	\$ 456,41	
4	\$ 18.647,25	\$ 228,27	\$ 690,27	\$ 462,00	
5	\$ 18.185,25	\$ 222,62	\$ 690,27	\$ 467,66	
6	\$ 17.717,59	\$ 216,89	\$ 690,27	\$ 473,38	
7	\$ 17.244,21	\$ 211,10	\$ 690,27	\$ 479,18	
8	\$ 16.765,04	\$ 205,23	\$ 690,27	\$ 485,04	
9	\$ 16.279,99	\$ 199,29	\$ 690,27	\$ 490,98	
10	\$ 15.789,01	\$ 193,28	\$ 690,27	\$ 496,99	
11	\$ 15.292,02	\$ 187,20	\$ 690,27	\$ 503,07	
12	\$ 14.788,95	\$ 181,04	\$ 690,27	\$ 509,23	\$ 2.563,01
13	\$ 14.279,72	\$ 174,81	\$ 690,27	\$ 515,47	
14	\$ 13.764,25	\$ 168,50	\$ 690,27	\$ 521,78	
15	\$ 13.242,47	\$ 162,11	\$ 690,27	\$ 528,16	
16	\$ 12.714,31	\$ 155,64	\$ 690,27	\$ 534,63	
17	\$ 12.179,68	\$ 149,10	\$ 690,27	\$ 541,17	
18	\$ 11.638,50	\$ 142,47	\$ 690,27	\$ 547,80	
19	\$ 11.090,70	\$ 135,77	\$ 690,27	\$ 554,51	
20	\$ 10.536,20	\$ 128,98	\$ 690,27	\$ 561,29	
21	\$ 9.974,91	\$ 122,11	\$ 690,27	\$ 568,16	
22	\$ 9.406,74	\$ 115,15	\$ 690,27	\$ 575,12	
23	\$ 8.831,62	\$ 108,11	\$ 690,27	\$ 582,16	
24	\$ 8.249,46	\$ 100,99	\$ 690,27	\$ 589,29	\$ 1.663,75
25	\$ 7.660,17	\$ 93,77	\$ 690,27	\$ 596,50	
26	\$ 7.063,67	\$ 86,47	\$ 690,27	\$ 603,80	
27	\$ 6.459,87	\$ 79,08	\$ 690,27	\$ 611,19	
28	\$ 5.848,67	\$ 71,60	\$ 690,27	\$ 618,68	
29	\$ 5.230,00	\$ 64,02	\$ 690,27	\$ 626,25	
30	\$ 4.603,75	\$ 56,36	\$ 690,27	\$ 633,92	
31	\$ 3.969,83	\$ 48,60	\$ 690,27	\$ 641,68	
32	\$ 3.328,15	\$ 40,74	\$ 690,27	\$ 649,53	
33	\$ 2.678,62	\$ 32,79	\$ 690,27	\$ 657,48	
34	\$ 2.021,14	\$ 24,74	\$ 690,27	\$ 665,53	
35	\$ 1.355,61	\$ 16,59	\$ 690,27	\$ 673,68	
36	\$ 681,93	\$ 8,35	\$ 690,27	\$ 681,93	\$ 623,12
	\$ 0,00	\$ 4.849,87	\$ 24.849,87	\$ 20.000,00	

Elaborado por Córdova, A. (2017)

### 5.2.5. Costo de Venta

Se refiere al gasto o costo del inicio de una inversión, este ya sea por productos o servicios para ser producidos o vendidos.

Tabla 56  
*Gastos de Marketing, 2017.*

GASTO DE MARKETING	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Llaveros con el logo	200	\$ 0,20	\$ 40,00
Funda de vinchitas con el logo	200	\$ 0,15	\$ 30,00
Esferos con el logo	200	\$ 0,10	\$ 20,00
Tarjeta de presentación paq. x 100	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Globos con el logo	200	\$ 0,15	\$ 30,00
Flayers indicando las promociones x 200	2	\$ 12,00	\$ 24,00
<b>TOTAL MENSUAL</b>			<b>\$ 194,00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>\$ 2.328,00</b>

*Elaborado por Córdova, A. (2017)*

### 5.3. Inversiones del Proyecto

Para la iniciación de la inversión del proyecto se procederá a comprar los respectivos activos fijos y a la vez la mercadería.

#### 5.3.1. Activos Fijos

Son bienes necesarios para el funcionamiento de la farmacia VECYFARMA, por lo tanto pueden ser tangibles o intangibles que no están destinados a la venta, al contrario para el uso de dicha farmacia.

Tabla 57  
Activos fijos, 2017.

ACTIVOS FIJOS				
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	
1 Escritorio	1	\$ 75,00	\$ 75,00	
2 Silla de espera	2	\$ 23,00	\$ 46,00	
3 Vitrinas	2	\$ 110,00	\$ 220,00	
4 Estantería	7	\$ 74,00	\$ 518,00	
6 Silla de escritorio	1	\$ 25,00	\$ 25,00	
7 Rótulo	1	\$ 130,00	\$ 130,00	
8 Basureros	3	\$ 2,00	\$ 6,00	
9 Mini refrigerador	1	\$ 120,00	\$ 120,00	
10 Candado	3	\$ 25,00	\$ 75,00	
11 Vitrina panorámica	2	\$ 250,00	\$ 500,00	
12 Barra protectora	1	\$ 40,00	\$ 40,00	
13 Glucómetro	1	\$ 25,00	\$ 25,00	
14 Bascula	1	\$ 20,00	\$ 20,00	
15 Termómetro	1	\$ 25,00	\$ 25,00	
16 Computadora	1	\$ 435,00	\$ 435,00	
17 Impresora	1	\$ 190,00	\$ 190,00	
18 Lector de barras	1	\$ 32,00	\$ 32,00	
19 Laptop	1	\$ 800,00	\$ 800,00	
20 Software	1	\$ 80,00	\$ 80,00	
21 Suministro "oficina"	1	\$ 40,00	\$ 40,00	
22 Teléfono	1	\$ 14,00	\$ 14,00	
23 Celular	1	\$ 59,00	\$ 59,00	
24 Grapadora	1	\$ 2,50	\$ 2,50	
25 Perforadora	1	\$ 3,50	\$ 3,50	
26 Caja registradora	1	\$ 75,00	\$ 75,00	
27 Extintor	2	\$ 12,00	\$ 24,00	
28 Dispensador de agua	1	\$ 38,00	\$ 38,00	
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.618,00</b>	

Fuente: Mercado Libre  
Elaborado por Córdova, A. (2017)

### 5.3.2. Activos Nominales (diferidos)

Son los derechos y servicios que son fundamentales para que el proyecto se concluya.

Tabla 58  
*Activos Diferidos o Nominales, 2017.*

OTROS ACTIVOS	VALORES
PATENTE	\$ 1.200,00
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	\$ 92,00
<b><i>TOTAL DE OTROS ACTIVOS</i></b>	<b>\$ 1.292,00</b>

*Elaborado por Córdova, A. (2017)*

### 5.3.4. Capital de Trabajo

“También se los llama Activos Corrientes, se describe como aquel gasto inevitable y que son susceptibles de convertirse el dinero en efectivo por un periodo inferior a un año.”(Gerencie.com, 2010).

Tabla 59  
*Capital de Trabajo, 2017.*

ACTIVOS CORRIENTES	VALORES
CAJA	\$ 1.804,78
BANCOS	\$ 3.000,00
MERCADERIA	\$ 30.934,74
<b><i>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</i></b>	<b>\$ 35.739,52</b>

*Elaborado por Córdova, A. (2017)*

### 5.3.5. Fuentes de Financiamiento y Uso de fondos.

Tabla 60

Fuentes de Financiamiento, 2017.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO	MONTO
TOTAL DE PASIVOS CORRIENTES	-
PASIVOS A LARGO PLAZO	\$ 20.000,00
PATRIMONIO	\$ 20.609,52
<b>TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 40.609,52</b>

Elaborado por Córdova, A. (2017)

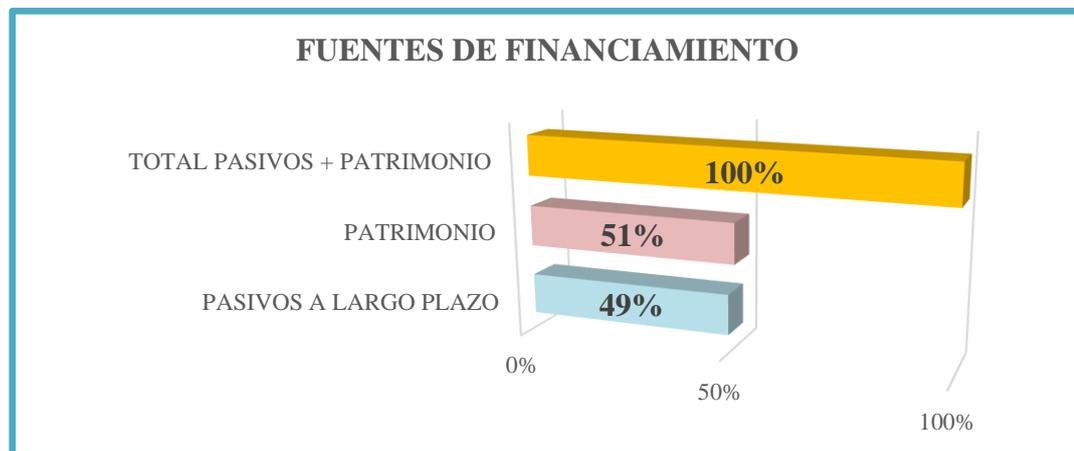


Figura 35. Fuentes de Financiamiento, 2017.

Elaborado por Córdova, A. (2017).

#### Análisis:

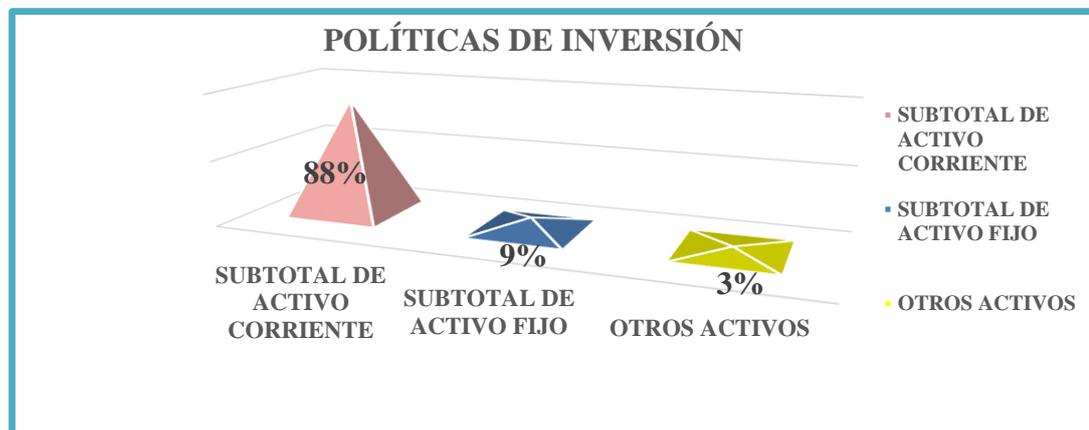
Se determina como resultado de financiamiento total de \$ 40.609,52 que equivale al 100% de la inversión, el cual se cuenta con un capital propio de \$ 20.609,52 con un porcentaje del 51%, por esta razón para cubrir la diferencia del financiamiento se procederá a un préstamo a una institución bancaria de la Cooperativa Atuntaqui, con una cantidad de \$ 20.000,00 que representa un 49%, esto se toma como oportunidad puesto que la inversión propia es más que la del

préstamo.

Tabla 61  
*Política de Inversión, 2017.*

<b>POLITICA DE INVERSIÓN</b>	<b>MONTO</b>
SUBTOTAL DE ACTIVO CORRIENTE	\$ 35.739,52
SUBTOTAL DE ACTIVO FIJO	\$ 3.578,00
OTROS ACTIVOS	\$ 1.292,00
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>\$ 40.609,52</b>

*Elaborado por Córdova, A. (2017)*



*Figura 36. Política de Inversión, 2017.*  
*Elaborado por Córdova, A. (2017).*

### **Análisis:**

Se establece como resultado de políticas de inversión un total de \$ 40.609,52 que equivale al 100% de dicha inversión de los activos, el cual se cuenta con un activo corriente de \$ 35.739,52 con un porcentaje del 88%, en cambio en la parte los activos fijos con una cantidad de \$ 3.578,00 que representa un 9% y por último los activos diferidos, llamados otros activos con un valor de \$ 1.292,00 que equivale al 3%.

### 5.3.6. Estado de Situación Inicial

Según Freire (2015) dice que: “El estado de situación inicial también llamado balance general o balance de situación, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado”.

(pág.1)

Tabla 62  
Estado de Situación Inicial, 2017.

<b>FARMACIA VECYFARMA ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL 2017</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	
CAJA	\$1.804,78		-
BANCOS	\$3.000,00		-
MERCADERIA	\$30.934,74		-
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 35.739,52</b>	<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 0,00</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>PASIVOS A LARGO PLAZO</b>	
MUEBLES Y ENSERES	\$1.825,00	PRÉSTAMO	\$20.000,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 216,00		
EQUIPOS DE COMPU	\$1.537,00		
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$3.578,00</b>	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$20.000,00</b>
<b>OTROS ACTIVOS</b>		<b>PATRIMONIO</b>	
PATENTE	\$1.200,00	CAPITAL	\$20.609,52
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	\$92.00,00		
<b>TOTAL OTROS ACTIVOS</b>	<b>\$1.292,00</b>	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$20.609,52</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$40.609,52</b>	<b>TOTAL PASIVOS + CAPITAL</b>	<b>\$40.609,52</b>

Elaborado por Córdova, A. (2017).

### 5.3.7. Estado de Resultados Projectado (a cinco años)

Es un pronóstico financiero que permite proyectarse hacia el futuro y llegar a observar anticipadamente los estados de ingresos y costos de la farmacia VECYFARMA.

Tabla 63

*Estado de Resultados. Proyectados a 5 años.*

<b>FARMACIA VECYFARMA</b>					
<b>ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS</b>					
	1	2	3	4	5
	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>VENTAS</b>	\$ 168.734,94	\$ 195.107,44	\$ 223.488,02	\$ 254.005,15	\$ 286.794,91
<b>COSTO DE VTAS</b>	\$ 109.677,71	\$ 126.819,84	\$ 145.267,21	\$ 165.103,35	\$ 186.416,69
<b>UTL. BRUTA VTAS</b>	\$ 59.057,23	\$ 68.287,60	\$ 78.220,81	\$ 88.901,80	\$ 100.378,22
<b>GTOS DE VTAS</b>	<b>\$ 16.391,43</b>	<b>\$ 17.169,23</b>	<b>\$ 17.958,66</b>	<b>\$ 18.787,73</b>	<b>\$ 19.658,48</b>
Sueldo					
Administrador	\$ 8.362,04	\$ 8.793,33	\$ 9.246,87	\$ 9.723,80	\$ 10.225,34
Sueldo Dependiente	\$ 5.701,39	\$ 5.995,45	\$ 6.304,69	\$ 6.629,87	\$ 6.971,82
Gastos Publicidad	\$ 2.328,00	\$ 2.380,44	\$ 2.407,10	\$ 2.434,06	\$ 2.461,32
<b>UT. NETA VTAS</b>	<b>\$ 42.665,80</b>	<b>\$ 51.118,38</b>	<b>\$ 60.262,15</b>	<b>\$ 70.114,07</b>	<b>\$ 80.719,74</b>
<b>GTOS ADTVOS.</b>	<b>\$ 7.212,47</b>	<b>\$ 7.476,62</b>	<b>\$ 7.736,67</b>	<b>\$ 7.500,27</b>	<b>\$ 7.793,16</b>
Sueldo Bioquímico	\$ 4.257,04	\$ 4.476,61	\$ 4.707,50	\$ 4.950,30	\$ 5.205,63
Dep. Muebles y Enseres	\$ 182,50	\$ 182,50	\$ 182,50	\$ 182,50	\$ 182,50
Dep. Eq. de oficina	\$ 21,60	\$ 21,60	\$ 21,60	\$ 21,60	\$ 21,60
Dep. Eq. Cómputo	\$ 512,33	\$ 512,33	\$ 512,33	-	-
Gto. Amortización	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00
Permisos	\$ 92,00	\$ 94,07	\$ 95,13	\$ 96,19	\$ 97,27
Servicios Básicos	\$ 1.128,00	\$ 1.153,41	\$ 1.166,33	\$ 1.179,39	\$ 1.192,60
Suministros de oficina	\$ 480,00	\$ 490,81	\$ 496,31	\$ 501,87	\$ 507,49
Útiles de Aseo	\$ 279,00	\$ 285,28	\$ 294,98	\$ 308,42	\$ 326,08
<b>Ut. Operacional</b>	<b>\$ 35.453,33</b>	<b>\$ 43.641,76</b>	<b>\$ 52.525,48</b>	<b>\$ 62.613,80</b>	<b>\$ 72.926,58</b>
<b>GTOS. FCIEROS</b>	<b>\$ 2.563,01</b>	<b>\$ 1.663,75</b>	<b>\$ 623,12</b>	-	-

<b>Ut. Antes de Imp.</b>	\$ 32.890,32	\$ 41.978,01	\$ 51.902,36	\$ 62.613,80	\$ 72.926,58
15% Trabajadores	\$ 4.933,55	\$ 6.296,70	\$ 7.785,35	\$ 9.392,07	\$ 10.938,99
<b>Ut. de Impuestos</b>	<b>\$ 27.956,77</b>	<b>\$ 35.681,31</b>	<b>\$ 44.117,00</b>	<b>\$ 53.221,73</b>	<b>\$ 61.987,59</b>
22% Imp. a la Rta.	\$ 6.150,49	\$ 7.849,89	\$ 9.705,74	\$ 11.708,78	\$ 13.637,27
<b>Utilidad Final</b>	<b>\$ 21.806,28</b>	<b>\$ 27.831,42</b>	<b>\$ 34.411,26</b>	<b>\$ 41.512,95</b>	<b>\$ 48.350,32</b>
10% Reserva Legal	\$ 2.180,63	\$ 2.783,14	\$ 3.441,13	\$ 4.151,30	\$ 4.835,03
<b>Ut. de Dividendos</b>	<b>\$ 19.625,66</b>	<b>\$ 25.048,28</b>	<b>\$ 30.970,14</b>	<b>\$ 37.361,66</b>	<b>\$ 43.515,29</b>

Elaborado por Córdova, A. (2017).

### 5.3.7.1. Impuesto a la Renta.

Tabla 64  
Impuesto a la Renta, 2017.

IMPUESTO A LA RENTA AÑO 2017			
FRACCION BASICA	EXCESO HASTA	IMP. FRACCION BASICA	IMP. FRACCION 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%
<b>43,190</b>	<b>64,770</b>	<b>4,187</b>	<b>20%</b>
64,770	86,370	8,503	25%
86,370	115,140	13,903	30%
115,140	En adelante	22,534	35%

Fuente: Ecuador legal Online. (2017).

Elaborado por Córdova, A. (2017).

### 5.3.8. Flujo Caja

Es una herramienta financiera para medir el nivel de liquidez de una empresa, refiriéndose exclusivamente a la entrada y salida de dinero en un determinado período.

Tabla 65  
*Flujo de Caja, 2017*

<b>FLUJO DE CAJA</b>	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD		\$ 21.806,28	\$ 27.831,42	\$ 34.411,26	\$ 41.512,95	\$ 48.350,32
DEPRECIACIÓN		\$ 716,43	\$ 716,43	\$ 716,43	\$ 204,10	\$ 204,10
AMORTIZACIÓN		\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00
GASTO FINANCIERO		\$ 2.563,01	\$ 1.663,75	\$ 623,12		
FLUJO OPERACIONAL		\$ 25.345,73	\$ 30.471,60	\$ 36.010,82	\$ 41.977,05	\$ 48.814,42
INVERSIONES						
CAPITAL DE TRABAJO	-\$ 37.031,52					-\$ 5.554,73
ACTIVOS FIJOS	-\$ 3.578,00					-\$ 536,70
FLUJO NETO	-\$ 40.609,52	\$ 25.345,73	\$ 30.471,60	\$ 36.010,82	\$ 41.977,05	\$ 42.722,99

*Elaborado por Córdova, A. (2017).*

#### **5.4. Evaluación Financiera**

Es aplicar y realizar los métodos financieros que son: La tasa de descuento “T MAR”, Valor Actual Neto “VAN”, TIR, PRI y costo beneficio, con el fin de obtener un resultado de la empresa si es rentable y beneficioso para la creación de la farmacia VECYFARMA.

##### **5.4.1. Tasa de descuento (T MAR)**

Es un indicador que se lo conoce como una tasa de descuento y que mide la tasa pasiva, junto con el riesgo país e inflación, para llegar así a determinar su ganancia en la inversión.

Tabla 66  
TMAR, 2017.

<b>T(MAR) “ TASA DE DESCUENTO</b>		
T (MAR) =	Tasa Pasiva +Riesgo País +Inflación	
T (MAR) =	14,69% + 7,94 + 1,12%	<b>23,75</b>
T (MAR) =	<b>23,75%</b>	

Elaborado por Córdova, A. (2017).

#### 5.4.2. Valor Actual Neto (VAN)

Es un método de valorización, que se llega a utilizar en un proyecto e inversión para actualizar cobros y pagos de dicho procedimiento.

Tabla 67  
VAN, 2017

<b>CÁLCULO DEL VAN</b>		
	<b>FLUJO NETO</b>	<b>VAN</b>
0	-\$ 40.609,52	-\$ 40.609,52
1	\$ 25.345,73	\$ 20.481,39
2	\$ 30.471,60	\$ 19.897,79
3	\$ 36.010,82	\$ 19.001,91
4	\$ 41.977,05	\$ 17.899,10
5	\$ 42.722,99	\$ 14.720,94
	<b>VAN TOTAL</b>	<b>\$ 51.391,62</b>

Elaborado por Córdova, A. (2017).

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

Es método que se aplica en una inversión simplificando, ingresos menos gastos netos.

$$\text{TIR} = 70\%$$

Tabla 68  
Cálculo del TIR, 2017.

CÁLCULO DEL TIR			
	FLUJO NETO	VAN	TIR
0	-\$ 40.609,52	-\$40.609,52	-\$40.609,52
1	\$ 25.345,73	\$ 20.481,39	\$ 14.875,86
2	\$ 30.471,60	\$ 19.897,79	\$ 10.496,63
3	\$ 36.010,82	\$ 19.001,91	\$ 7.280,56
4	\$ 41.977,05	\$ 17.899,10	\$ 4.981,05
5	\$ 42.722,99	\$ 14.720,94	\$ 2.975,42
		<b>TIR TOTAL</b>	<b>\$ 0,00</b>

Elaborado por Córdova, A. (2017).

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

Este indicador nos enseña el tiempo exacto en que se va a recuperar la inversión, en este caso la creación de la farmacia VECYFARMA.

Dónde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recuperará la inversión.

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

Tabla 69  
PRI, 2017

PRI		
AÑOS	MESES	DIAS
2	0	4

Elaborado por Córdova, A. (2017).

### Análisis

El periodo de recuperación de la farmacia VECYFARMA, lo obtendrá en 2 años, 0 meses y 4 días, lo cual significa que no es un tiempo muy largo.

#### 5.4.5. RCB (Relación costo beneficio)

Es un indicador financiero que su único propósito es medir su relación que existe entre el costo y beneficio para obtener su respuesta si es rentable el proyecto.

Tabla 70  
Relación Costo-Beneficio, 2017.

RELACIÓN COSTO BENEFICIO	
RC/B=BENEFICIO	\$ 92.001,14
RC/B=COSTO	\$ 40.609,52
RC/B =TOTAL	\$2,265506568

Elaborado por Córdova, A. (2017).

## Análisis

Por cada dólar invertido en la farmacia VECYFARMA, se recuperará el valor de \$2,27, lo que nos determina que el proyecto es viable.

### 5.4.6. Punto de equilibrio

Tabla 71  
Punto de equilibrio, 2017.

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	
	<b>2018</b>
<b>VENTAS</b>	\$ 168.734,94
<b>COSTO DE VENTAS</b>	<b>\$ 109.677,71</b> V
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 59.057,23
<b>GASTO DE VENTAS</b>	<b>\$ 16.391,43</b>
Sueldo Administrador	\$ 8.362,04 F
Sueldo Dependiente	\$ 5.701,39 F
Gastos Marketing Publicidad	\$ 2.328,00 V
UTILIDAD NETA VENTAS	\$ 42.665,80
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 7.212,47</b>
Sueldo Bioquímico	\$ 4.257,04 F
Dep. Muebles y Enseres	\$ 182,50 F
Dep. Equipos de oficina	\$ 21,60 F
Dep. Equipos de Computación	\$ 512,33 F
Gasto Amortización	\$ 260,00 F
Permisos de funcionamiento	\$ 92,00 F
Servicios Básicos	\$ 1.128,00 F
Suministros de oficina	\$ 480,00 F
Útiles de Aseo	\$ 279,00 F
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>\$ 35.453,33</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 2.563,01</b> F
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>\$ 32.890,32</b>
<b>15% Trabajadores</b>	<b>\$ 4.933,55</b>
Utilidad de Impuestos	\$ 27.956,77
20% Impuestos a la Renta	\$ 6.150,49
<b>Utilidad Final</b>	<b>\$ 21.806,28</b>
10% Reserva Legal	\$ 2.180,63
<b>Utilidad de Dividendos</b>	<b>\$ 19.625,66</b>

Elaborado por Córdova, A. (2017).

Tabla 72  
Costos fijos, variables y totales.

Cuentas	Costos Fijos	Costos Variables	Costos Totales
Costos de Ventas	\$ 0,00	\$ 109.677,71	\$ 109.677,71
Gastos de Ventas	\$ 14.063,43	\$ 2.328,00	\$ 16.391,43
Gastos			
Administrativos	\$ 7.212,47	\$ 0,00	\$ 7.212,47
Gastos Financieros	\$ 2.563,01	\$ 0,00	\$ 2.563,01
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 23.838,91</b>	<b>\$ 112.005,71</b>	<b>\$ 135.844,62</b>

Elaborado por Córdova, A. (2017).

### Fórmula del Punto de Equilibrio

**Ingresos** \$ 168.734,94

**Cantidades** 360

**P.v.p.** \$ 468,71

**C.v.u.** \$ 311,13

P.E.Q (unidades) = Costos Fijos

**P.v.u - C.v.u.**

P.E.Q (unidades) =  $\frac{\$ 23.838,91}{\$ 157,58}$

P.E.Q (unidades) = 151,28

P.E MONETARIO = Costo Fijo

1 -  $\frac{C.v.u}{P.v.u}$

P.E MONETARIO =  $\frac{\$ 23.838,91}{\$0,336203213}$

P.E MONETARIO = \$ 70.906,24



Figura 37. Punto de Equilibrio, 2017.  
Elaborado por Córdova, A. (2017)

#### 5.4.7. Margen de Rentabilidad

Tabla 73  
Margen de Rentabilidad, 2017.

	ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS				
	1	2	3	4	5
	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Ventas</b>	\$168.734,94	\$195.107,44	\$223.488,02	\$254.005,15	\$286.794,91
<b>Utilid. Final</b>	\$ 21.806,28	\$ 27.831,42	\$ 34.411,26	\$ 41.512,95	\$ 48.350,32
	13%	14%	15%	16%	17%

Elaborado por Córdova, A. (2017)

#### Análisis

Como se puede observar los índices del margen de rentabilidad del año 2018 al 2022 entre las ventas y la utilidad, van creciendo el 1% cada año, lo que nos determina que el proyecto es viable.

## CAPÍTULO VI

### ANÁLISIS DE IMPACTOS

#### 6.1 Impacto Ambiental

Se deduce como impacto ambiental aquellas actividades humanas que originan consecuencias negativas y perjudiciales al medio natural, suscitándose un desequilibrio en el ecosistema con enfermedades nocivas para los seres humanos.

Consecuentemente la farmacia VECYFARMA no afectará a los pobladores del barrio La Victoria, porque es una empresa que no es productora de medicamentos, al contrario se basará en la comercialización de dichos fármacos.

Por otra parte se organizará un plan con la finalidad de reciclar cualquier desecho farmacológico para que no afecte a la sociedad.

#### 6.2 Impacto Económico

Para determinar el impacto económico, de las diversas actividades relacionadas a la creación de la farmacia VECYFARMA, en el barrio La Victoria en

la ciudad de Ibarra, se empleará algunas variables: La competencia con la farmacia “La Victoria”, el índice de rentabilidad de los diversos fármacos y las transformaciones previstas de los factores económicos.

Es importante mencionar que las pequeñas y medianas empresas en el Ecuador aportan al desarrollo económico generando empleo, distribución de la riqueza de acuerdo a su nivel de producción, distribución y comercialización de medicamentos creados por nuestro país, aumento del Pib “Producto Interno Bruto” etc.

En el caso de VECYFARMA, en base en una responsable administración financiera, en un futuro puede generar utilidades y así aumentar el crecimiento de la empresa, para obtener una cadena farmacéutica y ser integrante de la Matriz Productiva Nacional.

### **6.3 Impacto Productivo**

VECYFARMA es un proyecto que aportará al desarrollo social, económico y psicológico de los habitantes que viven en La Victoria, ofreciéndoles una atención de calidad a los clientes con respeto, agilidad y paciencia según el comportamiento de las personas, también se ofertará productos farmacéuticos y servicio a domicilio, que no desestabilicen la economía familiar, proporcionando seguridad, confianza y fidelización hacia a la farmacia.

## 6.4 Impacto Social

Este proyecto influenciará notablemente a los vecinos de La Victoria, satisfaciendo las necesidades primarias dentro del ámbito de la salud como por ejemplo: accidentes que sufren los deportistas, en los hogares, en las Instituciones educativas. Por estas razones es fundamental la creación de esta farmacia.

## CAPÍTULO VII

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 7.1 Conclusiones

En el barrio La Victoria de la ciudad de Ibarra viven 1850 habitantes, según el Censo de Participación Ciudadana para la elección del comité barrial, con la colaboración del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Miguel de Ibarra, y también porque existe una sola farmacia que se denomina “La Victoria” elementos que son factibles para la creación de VECYFARMA.

Al realizar el estudio y análisis de mercadeo se determinó que el 97% de los encuestados están de acuerdo para la creación de una farmacia en el sector La Victoria.

Según los resultados de la investigación el 64% de los habitantes del barrio aceptaron, tener un beneficio extra que es el servicio a domicilio.

El lugar donde se instalará VECYFARMA, es estratégico por cuanto existe una gran afluencia de turistas locales, nacionales y extranjeros e inclusive estudiantes de escuelas, colegios y universidades al bosque protector Guayabillas.

Al realizar el estudio financiero se concluye que la inversión total del proyecto es de \$ 40.609,52.

En el estudio financiero se concluye que el nivel de margen de rentabilidad va creciendo desde el año 2018 al 2022, con un valor del 1% cada año y a la vez lo invertido se recuperara en un periodo de 2 años, lo que significa que es viable y rentable que el proyecto se efectuó con la creación de la farmacia VECYFARMA en el sector de la Victoria , perteneciente a la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura.

## 7.2 Recomendaciones

Es esencial disponer un stock de productos y medicamentos en base a las condiciones económicas y satisfacer las necesidades fundamentales de la comunidad.

Realizar una atención de calidad con responsabilidad, esmero y eficacia a los consumidores del sector.

Es muy importante cumplir con las estrategias propuestas, como en el caso de promociones: descuentos, obsequios por inauguración, fidelidad hacia la farmacia, con el objetivo de no perder la confiabilidad de los clientes.

Estructurar un plan estratégico en los aspectos financiero y comercial para administrar positivamente la farmacia, aumentando las utilidades para mejorar los salarios de los empleados y de esta forma incentivando su trabajo en beneficio de VECYFARMA y del sector.

Respetar las leyes y normas que rige el Ministerio de Salud para evitar sanciones que influenciará negativamente al proyecto.

Se capacitará a los dependientes de farmacia mediante cursos y seminarios gratuitos otorgados por los laboratorios farmacéutico, a la vez es muy indispensable tener un correcto manejo y control de los inventarios y medicamentos para que no exista pérdidas monetarias en la farmacia.

## REFERENCIAS

Andrade, M. A. y Sacoto, C. F. (2012). Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia con franquicia de la cadena farmacéutica Cruz Azul en el sector de la Av. Amazonas del cantón Milagro. Trabajo de titulación Previo a la Obtención del Título de Ingeniero Comercial, Universidad Estatal de Milagro de la Unidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales.

Recuperado del Repositorio digital de la UNEMI:

<http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/1018>

Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2012). Ley

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

Banco Central del Ecuador. (2017) Inflación. Recuperado de:

<https://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion>

Banco Central del Ecuador. (2017) Indicadores Económicos. Recuperado de:

<https://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>

Banco Central del Ecuador. (2017) Información Económica. Recuperado de:

<https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/788-banco-central-del-ecuador>

Cisneros, K.G. y Farinango, G. A. (2014). *Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia en el barrio El Olivo, de la ciudad de Ibarra* (Tesis previo a la obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA. Universidad Técnica del Norte Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas). Recuperado del Repositorio digital de la U.T.N:  
<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/3035>(Núm. 02 ICA 670 TESIS.pdf).

Chimbo, J. F. (2016). *Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia Independiente en el sector Sesqui Centenario del sur, barrio los Condores, D.M.Q, 2015*(Tesis previo a la obtención del Título de Tecnóloga en Administración de Boticas y Farmacias del Instituto Superior Cordillera). Recuperado del Repositorio Digital Instituto Cordillera DSPACE:  
<http://www.dspace.cordillera.edu.ec/xmlui/handle/123456789/1475> (Núm. 8-FARM-15-16-1722221346.pdf).

Ecuador legal Online. (2017). Impuesto a la Renta. Recuperado de:

<https://www.ecuadorlegalonline.com/impuestos/tabla-de-impuesto-a-la-renta-2017/>

Freire, G. (2015). Estado de Situación Inicial. Recuperado de:

<https://es.slideshare.net/GabrielaFreire02/estado-de-situacion-inicial-43600367>

Gerencie.com. (2010). Activos Corrientes. Recuperado de:

<https://www.gerencie.com > Contabilidad>

Gerencie.com. (2010). Ingresos Operacionales. Recuperado de:

<https://www.gerencie.com > Contabilidad>

Gerencia.com. (2010). Ingresos no Operacionales. Recuperado de:

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

INEC, (2017). Desempleo en Ecuador, Recuperado de:

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/?s=desempleo>

INEC, (2017). PEA en Ecuador, Recuperado de:

[https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp.../2017/05/Informe\\_Economia\\_Labor\\_al-Mar17.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp.../2017/05/Informe_Economia_Labor_al-Mar17.pdf)

INEC, (2017). Acceso de internet en Ecuador, Recuperado de:

[www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/.../170125.Presentacion\\_Tics\\_2016.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/.../170125.Presentacion_Tics_2016.pdf)

Martínez, A. (2001). *Elementos de economía*. Quito, Ecuador: Maya ediciones c.LTDA.

Martínez, A. (2000). *Elementos de economía*. Quito, Ecuador: Maya ediciones c.LTDA.

Mercado Libre Ecuador. (2017). Artículos de venta y compra. Recuperado de:  
<https://www.mercadolibre.com.ec/>

Ministerio de Salud Pública del Ecuador. (2015). Ley Orgánica de Salud.

Recuperado de:<http://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2017/.../LEY-ORGÁNICA-DE-SALUD4.pdf>

Mochón, F, (Segunda edición). (2001), *Principios de economía*. Madrid, España: McGraw-Hill/Interamericana España, S.A.U.

Nunes, P. (2015). Capacidad Instalada. Recuperado de:

[https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiCkMbsrY3WAhXFbSYKHTsLDK8QFgkMAA&url=http%3A%2F%2Fknow.net%2Fes%2Fcieeconcom%2Fgestion%2Fcapacidadinstalada%2F&usg=AFQjCNHNIMpoFyj9wylH\\_QXCTSOUtshR\\_Q](https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiCkMbsrY3WAhXFbSYKHTsLDK8QFgkMAA&url=http%3A%2F%2Fknow.net%2Fes%2Fcieeconcom%2Fgestion%2Fcapacidadinstalada%2F&usg=AFQjCNHNIMpoFyj9wylH_QXCTSOUtshR_Q)

Paredes. L. (2011). *Folleto de Gerencia Financiera*. Quito, Ecuador: Particular.

Pro Ecuador, Monitoreo de exportaciones. (2017). Pib farmacéutico. Recuperado de:

<http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/publicaciones/monitoreo-de-exportaciones/>

Weinberger, K. (2009). *Estrategia para lograr y mantener la competitividad de la empresa*. Lima, Perú: Primera edición Nathan Associates Inc.

# ANEXOS

## ANEXOS

### ANEXO N°1

#### INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"

#### PROYECTO DE TESIS ENCUESTA

La siguiente encuesta tiene como objetivo recopilar información para el proyecto de factibilidad para la creación de una farmacia independiente en el barrio La Victoria.

Se le pide leer las preguntas detenidamente y marcar su respuesta con una x.

Femenino:  Masculino:  Edad:

#### 1.- En qué lugar prefiere comprar al momento de adquirir sus medicamentos?

Farmacias de Cadena  Farmacias Independientes  Centro Naturista

#### 2.-Las compras que usted realiza en una farmacia, las efectúa en:

Dentro del sector de la Victoria  Fuera del sector de la Victoria

#### 3.-Usted en cual farmacia consume sus medicinas en forma habitual?

Farmacia La Victoria  Farmacias Económicas  Farmacias Cruz Azul

#### 4.- Cómo calificaría usted la atención en los Establecimientos Farmacéuticos.

Excelente  Muy buena  Buena  Mala

#### 5.- ¿Por qué usted toma la decisión al momento de realizar sus compras?

OPCIONES	RESPUESTAS
Buena atención	
Precios Cómodos	
Stock disponible	
Promociones	

**6.-¿Con qué frecuencia compra en las farmacias?**

OPCIONES	RESPUESTAS
Diariamente	
Semanalmente	
Quincenal	
Mensual	
Trimestral	
Semestral	
Anual	

**7- ¿Cuáles son los productos que más consume en la farmacia?**

OPCIONES	RESPUESTAS
Medicamentos	
Cuidado personal	
Para bebés	
Dermocosméticos	
Productos naturales	

**8- Cuánto es el promedio mensual que consume en una farmacia?**

OPCIONES	RESPUESTAS
\$0-\$5	
\$6-\$10	
\$11-\$15	
\$16-\$20	
\$21-\$40	
\$41-\$60	
\$61-\$100	
\$101- En adelante	

**9.- Cuáles serían sus medicamentos de su preferencia?**

Marca  Genérico  Natural

**10. Cree usted que es necesario la creación de una farmacia en el sector de la Victoria**

SI  NO

**11. Cree usted que la implementación de una farmacia en el Barrio La Victoria obtendrá beneficio como:**

Servicio a domicilio  Promociones  Convenio de crédito

**12.-Cúal miembro de su familia por enfermedad consume medicamentos constantemente?**

Abuelos  Padre  Madre  Hijos

**MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## ANEXO N°2



**NOTA:** Censo de la elección barrial del barrio La Victoria, de aquí salieron los datos de la población.

## ANEXO N°3

En este año podrás cumplir todas tus metas, gracias a la Cooperativa Financiera Atuntaqui, que te brinda la posibilidad de adquirir crédito rápido y seguro.

Préstamos de consumo en Ecuador, Cooperativa Financiera Atuntaqui es mejor, por sus bajas tasas de interés y servicio de calidad.

**BENEFICIARIOS**  
Personas mayores de 18 años, con relación de dependencia, con una fuente de ingresos que provenga de sueldos, salarios, contratos de arriendo, pensiones jubilares, giros del exterior.

**MONTOS**  
Mínimo: \$ 200  
Máximo: \$ 20.000 (\$30.000 Conyugal)

**PLAZO - INTERÉS**

PLAZO	INTERÉS ANUAL
Hasta 6 meses	14,69 %
Hasta 12 meses	14,69 %
Hasta 24 meses	14,69 %
Hasta 48 meses	14,69 %

**Relación:**

- Ahorro: 20 X 1 (Tener 1 dólar para que el préstamo sea hasta 20 dólares)
- Certificados de aportación: \$35
- Permanencia de recursos: Cero Días.

**Garantías:**

- Un Garante hasta \$15.000
- Hipotecario hasta \$20.000 / \$30.000 (Conyugal)

**Seguro Desgravamen:**  
Sí \*Aplican condiciones.

**REQUISITOS PARA SOCIO, GARANTE Y CONYUGUES**

- Copia de cédula y certificado de votación a colores.
- Certificado de ingresos y 3 roles de pagos. (relación dependencia)
- Carta de servicio básico del último mes
- Impuesto predial actual
- Copia de matrícula.

**NOTA:** Requisitos para el préstamo a la Cooperativa Atuntaqui

## ANEXO N°4

Fotos de las calles del sector de la Victoria en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura





# URKUND

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** TESIS VECYFARMA CULMINADA.pdf (D30443781)  
**Submitted:** 2017-09-08 15:10:00  
**Submitted By:** antocordova007@hotmail.com  
**Significance:** 7 %

### Sources included in the report:

Franklin Quinchiguango.pdf (D30368824)  
Carangui Mayra-Administración de Boticas y Farmacias 16-16-Urkudum.pdf (D23326424)  
Ronquillo Jessica-Administracion de Boticas y Farmacias 16-17Urkund.pdf (D26852408)  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BÓTICAS Y FARMACIAS (Autoguardado).docx (D20777075)  
Tesis Nelson Wladimir Pineida .pdf (D26880152)

### Instances where selected sources appear:

43

