



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA
COMUNITARIA EN EL SECTOR DE CHUROLOMA, PARROQUIA TUMBACO
DEL DMQ, PERIODO 2018

Proyecto de Incubadora Empresarial previo a la obtención del título de Tecnóloga en
Administración de Boticas y Farmacias

Tipo de Proyecto

Incubadora Empresarial

Autora: Cristina Elizabeth Enriquez Andaluz

Tutor: Eco. Gustavo Paredes MsC

Quito, Enero 2019

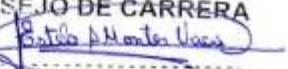
ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

El equipo asesor del trabajo de Titulación de la Srta. **ENRIQUEZ ANDALUZ CRISTINA ELIZABETH** de la carrera de **ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS** cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA COMUNITARIA EN EL SECTOR DE CHUROLOMA PARROQUIA TUMBACO DEL DMQ PERIODO 2018**. 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 Xavier Paredes Pérez
Tutor del Proyecto



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA

Dra. Estela Amalia Montes Vaca
Delegada de Carrera para los
Trabajos de Titulación



Eco. Luis Alberto Saruz Guadalupe
Lector del Proyecto



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERAS

Dr. Jorge Marcelo López Pazmiño
Director de Escuela

DECLARATORIA

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



Cristina Elizabeth Enríquez Andaluz

C.I 1724144058

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Cristina Elizabeth Enriquez Andaluz** portador de la cédula de ciudadanía signada con el **No. 1724144058** de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA COMUNITARIA EN EL SECTOR DE CHUROLOMA, PARROQUIA TUMBACO DEL DMQ, PERIODO 2018** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA



NOMBRE Cristina Elizabeth Enriquez Andaluz

CEDULA 1724144058

Quito, a los 26 días del mes de octubre de 2018

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por su plena protección en todos los momentos de mi vida, además que guío mi camino con el fin de hacer realidad mis sueños; a mi madre por su dedicación y cuidado que me supo brindar para seguir adelante a pesar de cualquier circunstancia que se ha presentado.

A mi tutor por asesorarme en la elaboración de mi proyecto a base de paciencia y esmero; y a mis amigos quienes me apoyaron en toda la etapa educativa para que este proyecto se haga realidad.

DEDICATORIA

Mi proyecto está dedicado a Dios por darme la vida y la oportunidad de ser una profesional y un gran ser humano; a mis padres en especial a mi madre Alba quien es un pilar fundamental en mi camino por sus enseñanzas diarias que me permitieron luchar por mis sueños.

A mi hermana Karla quien siempre me motivo para llevar a cabo el proyecto de titulación.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA	ii
--------------------	----

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
ÍNDICE GENERAL	v
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
ABSTRACT.....	xv
Capítulo I	1
1.01. Justificación	1
1.02. Antecedentes	2
Capítulo II	6
2.01. Ambiente Externo	6
2.01.01. Factor Económico	6
2.01.01.01. Producto Interno Bruto.....	6
2.01.01.02. PIB del Sector Farmacéutico.....	8
2.01.01.03. Tasa de Inflación.....	9
2.01.01.04. Tasa de Interés	10
2.01.01.04.01. Tasa de Interés Activa.....	11
2.01.01.04.02. Tasa de Interés Pasiva	12
2.01.02. Factor Social	13
2.01.02.01. Población Económicamente Activa del Ecuador	14
2.01.02.02. Tasa de Crecimiento Poblacional.....	15
2.01.02.03. Desempleo.....	16
2.01.03. Factor Legal	18
2.01.03.01. Ley Orgánica de Salud.....	18
2.01.03.02. Reglamento Control y Funcionamiento de Establecimientos Farmacéuticos	21
2.01.04. Factor Tecnológico	26
2.02. Entorno Local.....	27
2.02.01. Amenaza de Nuevos Competidores	28
2.02.02. El Poder de la Negociación de los Proveedores	28
2.02.03. Poder de Negociación de los Compradores	30

2.02.04. Amenaza de Productos Sustitutos	30
2.02.05. Rivalidad entre Competidores.....	30
2.03. Análisis Interno	31
2.03.01. Propuesta Estratégica	31
2.03.01.01. Misión	31
2.03.01.02. Visión.....	31
2.03.01.03. Objetivos	31
2.03.01.03.01. Objetivo General	31
2.03.01.03.02. Objetivos Específicos.....	32
2.03.01.04. Principios o Valores	32
2.03.01.04.01. Políticas.....	32
2.03.02. Gestión Administrativa	33
2.03.03. Gestión Operativa	34
2.03.04. Gestión Comercial	36
2.03.04.01. Nombre de la Farmacia	36
2.03.04.02. Isotipo	36
2.03.04.03. Logotipo.....	37
2.03.04.04. Eslogan.....	38
2.03.04.05. Marketing Mix	39
2.03.04.05.01. Las 4 P del Marketing	39
2.03.04.05.02. Promoción y Publicidad	40
2.04. Análisis FODA.....	42
2.04.01. Matriz MEFI	43
2.04.02. Matriz MEFE	45
2.04.03. Matriz MAFE.....	46
2.04.04. Matriz MCPE	48
Capítulo III.....	50
3.01. Análisis del Consumidor	50
3.01.01. Determinación de la Población y Muestra	50
3.01.01.01. Población.....	50
3.01.01.02. Muestra	51
3.01.01.02.01. Muestreo Probabilístico	51
3.01.02. Técnicas de Obtención de Información.....	52

3.01.02.01. Encuesta	53
3.01.02.01.01. Modelo de la Encuesta	53
3.01.03. Análisis de la Información	55
3.02. Oferta	68
3.02.01. Oferta Histórica.....	68
3.02.02. Oferta Actual.....	70
3.02.03. Oferta Proyectada.....	71
3.03. Productos Sustitutos.....	72
3.04. Demanda	73
3.04.01. Demanda Histórica.....	73
3.04.02. Demanda Actual.....	74
3.04.03. Demanda Proyectada.....	75
3.05. Balance Oferta - Demanda	76
3.05.01. Balance Actual	76
3.05.02. Balance Proyectado.....	77
Capítulo IV.....	79
4.01. Tamaño del Proyecto	79
4.01.01. Capacidad Instalada	79
4.01.01.01. Área Administrativa	80
4.01.01.02. Área Operacional	81
4.01.01.02.01. Área de Recepción	81
4.01.01.02.02. Área de Almacenamiento.....	82
4.01.01.03. Área Comercial	83
4.01.01.03.01. Área de Caja.....	83
4.01.01.03.02. Área de Dispensación y Expendio	83
4.01.02. Capacidad Óptima.....	84
4.02. Localización.....	86
4.02.01. Macro Localización	86
4.02.02. Micro Localización	87
4.02.03. Localización Óptima.....	87
4.02.03.01. Método Cualitativo por Puntos	88
4.03. Ingeniería del Producto	90
4.03.01. Definición del ByS.....	90

4.03.02. Distribución de Planta.....	90
4.03.03. Proceso Productivo	92
4.03.03.01. Proceso de Aprovisionamiento	92
4.03.03.02. Proceso de Adquisición.....	94
4.03.03.03. Proceso de Almacenamiento y Distribución	95
4.03.03.04. Proceso de Control de Inventario.....	96
4.03.04. Maquinaria	97
4.03.05. Equipos	97
Capítulo V.....	100
5.01. Ingresos Operacionales y No Operacionales.....	100
5.02. Costos y Gastos.....	101
5.02.01. Costo Directo	101
5.02.02. Costos Indirectos.....	103
5.02.03. Gastos Administrativos	104
5.02.04. Gasto de Ventas	106
5.02.05. Gastos Financieros	108
5.02.06. Costos Fijos y Variables	108
5.03. Inversiones	109
5.03.01. Inversión Fija	109
5.03.01.01. Activos Fijos	109
5.03.01.02. Activos Nominales (Diferidos)	110
5.03.02. Capital de Trabajo.....	110
5.03.03. Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos.....	111
5.03.04. Amortización de Financiamiento	112
5.03.05. Depreciaciones.....	114
5.03.06. Estado de Situación Inicial.....	115
5.03.07. Estado de Resultados Proyectado	116
5.03.08. Flujo de Caja	118
5.04. Evaluación.....	118
5.04.01. TEMAR (Tasa Mínima de Rendimiento)	118
5.04.02. VAN (Valor Actual Neto).....	119
5.04.03. TIR (Tasa Interna de Retorno)	119
5.04.04. PRI (Período de Recuperación de la Inversión)	120

5.04.05. RBC (Relación Costo Beneficio).....	120
5.04.06. Punto de Equilibrio	121
5.04.07. Análisis de Índices Financieros.....	124
Capítulo VI.....	125
6.01. Análisis de Impactos	125
6.01.01. Impacto Ambiental.....	125
6.01.02. Impacto Económico	126
6.01.03. Impacto Productivo	126
6.01.04. Impacto Social	127
Capítulo VII	128
7.01. Conclusiones	128
7.02. Recomendaciones.....	129
Referencias Bibliográficas	131

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Producto Interno Bruto	7
Tabla 2: PIB Salud	8

Tabla 3: Tasa de Inflación.....	9
Tabla 4: Tasa de Interés Activa.....	11
Tabla 5: Tasa de Interés Pasiva.....	12
Tabla 6: Población Económicamente Activa del Ecuador	14
Tabla 7: Tasa de Crecimiento Poblacional	15
Tabla 8: Tasa de Desempleo	17
Tabla 9: Proveedores.....	29
Tabla 10: Matriz MEFI	44
Tabla 11: Matriz MEFE	45
Tabla 12: Matriz MAFE.....	47
Tabla 13: Matriz MCPE.....	48
Tabla 14: Pregunta 1	55
Tabla 15: Pregunta 2	57
Tabla 16: Pregunta 3	58
Tabla 17: Pregunta 4	59
Tabla 18: Pregunta 5	61
Tabla 19: Pregunta 6	62
Tabla 20: Pregunta 7	63
Tabla 21: Pregunta 8	65
Tabla 22: Pregunta 9	66
Tabla 23: Pregunta 10	67
Tabla 24: Cálculo de la Oferta Histórica	69
Tabla 25: Ventas Anuales	70
Tabla 26: Ventas Proyectadas de las Farmacias Medimas y Farma Red's	71
Tabla 27: Demanda Histórica	74
Tabla 28: Datos para el cálculo de la Demanda Actual	75
Tabla 29: Demanda Proyectada	76
Tabla 30: Balance Actual.....	77
Tabla 31: Balance Proyectado	77
Tabla 32: Activos Fijos – Muebles y Enseres.....	84
Tabla 33: Activos Fijos – Equipos de Computación.....	85
Tabla 34: Activos Fijos – Equipos de Oficina	85
Tabla 35: Método Cualitativo por Puntos	88
Tabla 36: Proceso de Aprovisionamiento	93
Tabla 37: Proceso de Adquisición	94
Tabla 38: Proceso de Almacenamiento y Distribución.....	95
Tabla 39: Proceso de Control de Inventario.....	96
Tabla 40: Equipos de Computación.....	97
Tabla 41: Equipos de Oficina	98
Tabla 42: Muebles y Enseres	98
Tabla 43: Ingresos Operacionales	100
Tabla 44: Costo Directo	101
Tabla 45: Sueldo y Salario del Administrador.....	102
Tabla 46: Sueldo y Salario del Dependiente	103

Tabla 47: Sueldo y Salario del Bioquímico	103
Tabla 48: Gastos Administrativos.....	104
Tabla 49: Permisos de Funcionamiento	105
Tabla 50: Suministros de Oficina.....	105
Tabla 51: Útiles de Aseo.....	106
Tabla 52: Gasto de Ventas	106
Tabla 53: Gastos de Marketing y Publicidad	107
Tabla 54: Gastos de Marketing y Publicidad	107
Tabla 55: Gastos Financieros	108
Tabla 56: Gastos Financieros - Interés.....	108
Tabla 57: Costos Fijos y Variables	109
Tabla 58: Activos Fijos.....	110
Tabla 59: Activos Nominales.....	110
Tabla 60: Capital de Trabajo.....	111
Tabla 61: Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos	111
Tabla 62: Tabla de Amortización.....	113
Tabla 63: Depreciaciones – Muebles y Enseres.....	114
Tabla 64: Depreciaciones – Equipos de Computación	114
Tabla 65: Depreciaciones – Equipos de Oficina	115
Tabla 66: Estado de Situación Inicial	116
Tabla 67: Estado de Resultados Proyectado	117
Tabla 68: Flujo de Caja.....	118
Tabla 69: TEMAR (Tasa Mínima de Rendimiento)	119
Tabla 70: VAN (Valor Actual Neto).....	119
Tabla 71: TIR (Tasa Interna de Retorno).....	120
Tabla 72: PRI (Período de Recuperación de la Inversión).....	120
Tabla 73: RBC (Relación Costo Beneficio).....	121
Tabla 74: Punto de Equilibrio	121
Tabla 75: Costos Fijos y Variables	123

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: PIB del Ecuador.....	7
Figura 2: PIB Salud.....	8
Figura 3: Tasa de Inflación	10
Figura 4: Tasa de Interés Activa	11
Figura 5: Tasa de Interés Pasiva	13
Figura 6: Población Económicamente Activa del Ecuador.....	14
Figura 7: Tasa de Crecimiento Poblacional del Ecuador	16
Figura 8: Tasa de Desempleo.....	17
Figura 9: Gestión Administrativa de una Farmacia	33
Figura 10: Isotipo de la Farmacia “Andaluz”	37
Figura 11: Logotipo de la Farmacia “Andaluz”.....	38
Figura 12: Eslogan de la Farmacia “Andaluz”.....	38
Figura 13: Las 4 P del Marketing de la Farmacia “Andaluz”	40
Figura 14: Tarjeta de Presentación.....	41
Figura 15: Volantes.....	41
Figura 16: Premios.....	42
Figura 17: Matriz FODA	43
Figura 18: Pregunta 1.....	56
Figura 19: Pregunta 2.....	57
Figura 20: Pregunta 3.....	58
Figura 21: Pregunta 4.....	60
Figura 22: Pregunta 5.....	61
Figura 23: Pregunta 6.....	62
Figura 24: Pregunta 7.....	64
Figura 25: Pregunta 8.....	65
Figura 26: Pregunta 9.....	66
Figura 27: Pregunta 10.....	67
Figura 28: Oferta Histórica	69
Figura 29: Ventas Anuales.....	70
Figura 30: Ventas Proyectadas de las Farmacias Medimas y Farma Red’s.....	72
Figura 31: Área Administrativa	80
Figura 32: Área de Recepción.....	81
Figura 33: Área de Almacenamiento	82
Figura 34: Área de Dispensación y Expendio.....	83
Figura 35: Macro Localización.....	86
Figura 36: Micro Localización.....	87
Figura 37: Localización Óptima	89
Figura 38: Distribución de Planta	91
Figura 39: Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos	112
Figura 40: Punto de Equilibrio.....	124

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto está orientado a la realización de un estudio de factibilidad, para la creación de una Farmacia Comunitaria en el Sector de Churoloma, Parroquia de Tumbaco.

En el proyecto se determinó la aceptación de los pobladores para la implementación de la Farmacia Comunitaria, lo cual se sustentó mediante varias técnicas para la obtención de información, como son las encuestas y la observación, además se verificó algunos análisis tanto internos como externos de gran importancia, para el correcto funcionamiento del establecimiento como es el FODA para conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, y el estudio de mercado para identificar a la demanda insatisfecha.

Se utilizó varias herramientas, métodos y técnicas, que determinaron las necesidades que aquejan a los habitantes, con el fin de satisfacerlas a través de la inserción de un establecimiento farmacéutico.

ABSTRACT

The present project is oriented to the realization of a feasibility study, for the creation of a Community Pharmacy in the Sector of Churoloima, Parish of Tumbaco.

In the project the acceptance of the settlers was determined for the implementation of the Community Pharmacy, which was supported by several techniques for obtaining information, such as surveys and observation, and some internal and external large-scale analyzes were verified. Importance, for the correct operation of the establishment as it is the SWOT to know the strengths, opportunities, weaknesses and threats, and the market study to identify the unsatisfied demand.

Several tools, methods and techniques were used, which determined the needs of the inhabitants, in order to satisfy them through the insertion of a pharmaceutical establishment.

Capítulo I

1.01. Justificación

En el Ecuador la industria farmacéutica tiene un punto primordial dentro del factor salud, siendo un aporte incondicional para la nación con el cambio de la matriz productiva lo que respecta la manufactura de productos primarios, hacia una producción que generan valor agregado en los medicamentos.

En la actualidad se evidencia grandes cambios en el crecimiento poblacional, económico y comercial del país, por ello incrementan las necesidades de los consumidores siendo una fuente estratégica para que las empresas logren posicionarse en la mente del consumidor y obtener la fidelización entre cliente y marca.

En la Parroquia de Tumbaco Barrio Churoloma es una clara evidencia del crecimiento de sus habitantes entorno a las necesidades que cada día van adquiriendo; dado que, al no contar con una farmacia comunitaria las personas deben de movilizarse a los sectores aledaños para adquirir productos o insumos farmacéuticos, causando inconformidad por la lejanía en la que se encuentran las Farmacias o Centros Naturistas.

El presente proyecto aporta al desarrollo de la comunidad en el mejoramiento de la calidad de vida, por consiguiente cubre las necesidades de los habitantes con precios accesibles, atención personalizada, abastecimiento de stock, y con una apertura flexible y adaptada bajo las condiciones de la dicha comunidad.

Con la aplicación del proyecto garantiza plazas de trabajo para los habitantes del sector siendo una fuente económica que proporciona estabilidad financiera, además ofrecerá promociones a través de cupones de descuentos, premios de fidelización de los clientes, y regalos publicitarios a todas las personas que adquieran productos en el establecimiento, pero sobre todo brindará servicios de asesoría en la compra de productos farmacéuticos con el fin de obtener confianza al adquirir los medicamentos.

El proyecto no solo está direccionado a la satisfacción de las necesidades de los habitantes, sino también al crecimiento económico del sector para proporcionar perdurabilidad en el aporte financiero que se obtiene con respecto a la parte comercial del mismo.

1.02. Antecedentes

La farmacia “Andaluz” estará limitada con sectores aledaños tales como: al Norte con el sector de Collaqui, al Sur con el centro de Tumbaco, en el Oeste con el Pasaje Las Minas y al Este con el Barrio de Santa Rosa; es por esto que su ubicación se encuentra en una zona específica rodeada por Sectores, Barrios y Pasajes para que los habitantes puedan localizar un establecimiento farmacéutico cerca de sus viviendas.

Palacios Pérez José Luis. Ibarra. (2011). “Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia de autoservicio en el cantón Pimampiro”. El proyecto tiene como finalidad promover la actividad farmacéutica a través de un proceso de comercialización eficaz y eficiente, ofreciendo productos de calidad y variedad tanto en precios como en marcas de las industrias farmacéuticas, para que la adquisición de medicamentos sea más factible a los habitantes del sector, con el propósito de ofrecer una atención de calidad mediante una formación basada en farmacología y servicio al cliente, de esta manera la farmacia estará abastecida de acuerdo a la medicina que más rotación tenga el sector.

Este tema se relaciona con el proyecto en la creación de una farmacia para satisfacer las necesidades de la población, sin embargo destaca la dispensación y expendio de medicamentos conjuntamente con el mejor servicio personalizado, para que los clientes se sientan seguros de adquirir los medicamentos, además el personal contará con conocimientos farmacológicos, compromiso y responsabilidad para la comercialización de los productos.

Bósquez Remache Marcela Susana. Quito. (2012). “Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia municipal en la Parroquia de Tabacundo del Cantón Pedro Moncayo”. El proyecto define su propósito con la comercialización de medicinas a bajos precios con una gran variedad de productos de calidad, excelentes instalaciones y un buen servicio de atención al cliente. Se encuentra ubicado en un punto estratégico para todos los habitantes, que cubrirá con todos los bienes y servicios que sean necesarios para el funcionamiento de la farmacia, y acatar las directrices, normas y artículos que influyan en la correcta operatividad, dispensación y expendio de productos farmacéuticos en el establecimiento.

El proyecto se enlaza con el estudio de factibilidad para la creación de una farmacia, siendo primordial el cumplimiento de las necesidades de los clientes a través de un excelente servicio, al contar con múltiples productos indispensables localizados en un establecimiento con una infraestructura óptima que proporciona servicios de calidad para que los consumidores se fidelicen con el fin de garantizar productos a precios económicos, de esta forma se garantiza la extensión financiera que se obtiene en la farmacia.

Pillalaza Corral Tania Elizabeth. Quito. (2014). “Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia en la Parroquia de Zambiza, Distrito Metropolitano de Quito, 2014”. El proyecto se basa en brindar una solución a las necesidades de los habitantes de la Parroquia de Zambiza, por medio de un análisis de técnicas como la encuesta y así definir la aceptación del proyecto por parte de la población, donde se logra determinar que la poca accesibilidad a los medicamentos es el principal problema que aqueja a la comunidad. Una vez detectado el problema se realiza una evaluación de proveedores, clientes, competencia y productos sustitutos con lo que se llega a sustentar que la creación de una farmacia en la Parroquia es una oportunidad óptima.

El proyecto se vincula con el estudio de factibilidad para la creación de una farmacia, lo cual establece la importancia de las técnicas y métodos para estudiar los factores que influyen en la aprobación de la farmacia en la Parroquia, de esta manera proporciona estabilidad económica en los habitantes, dado que los productos farmacéuticos se expendrán a precios de fácil acceso al contar con los mejores proveedores del mercado, a su vez abastecerá a la farmacia con medicamentos de

venta libre y los que son bajo receta médica, con el fin de obtener un control en los consumidores.

Para la creación de un establecimiento farmacéutico es importante ejecutar todas las actividades administrativas y operacionales desde el cumplimiento de la base legal hasta brindar un servicio de atención personalizada con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes, siendo una fuente de crecimiento económico dado que el abastecimiento de la farmacia será fundamental para la comunidad.

Capítulo II

2.01. Ambiente Externo

Según ESPE (2008). En el ambiente externo se determina varios factores, tales como factores económicos, sociales, culturales, políticos, ecológicos, internacionales, los cuales afectarán en el desempeño de las actividades de la empresa puesto que se constituyen no controlables, además determina oportunidades y amenazas para la empresa.

2.01.01. Factor Económico

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

2.01.01.01. Producto Interno Bruto

De acuerdo con Economía (2015). El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado, siendo un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas.

Tabla 1: Producto Interno Bruto

Año	Porcentaje
2013	2,70%
2014	3,60%
2015	4,00%
2016	2,17%
2017	3,00%

Nota: En la tabla se registran los valores del PIB del Ecuador cuyos datos fueron recopilados del Banco Central del Ecuador, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

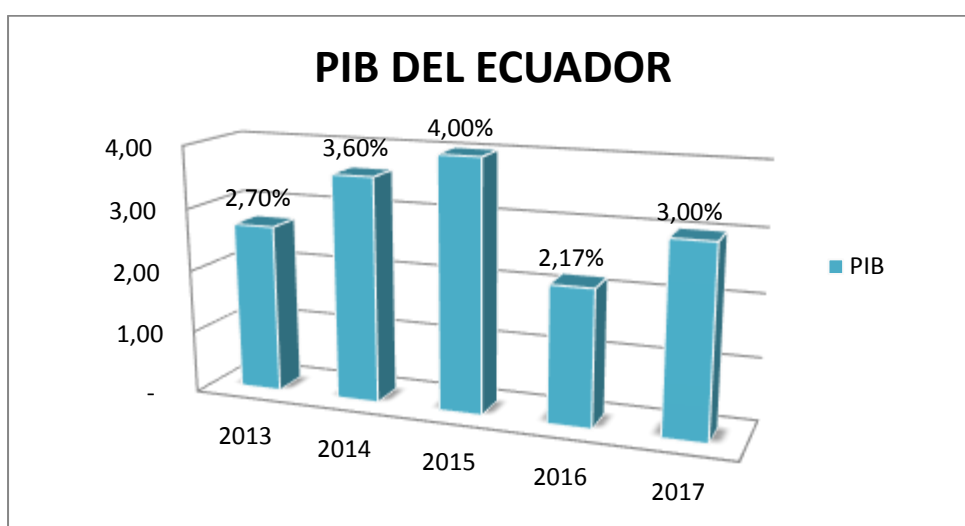


Figura 1: PIB del Ecuador

En la figura se describen los valores del PIB del Ecuador cuyos datos fueron recopilados del Banco Central del Ecuador, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

El PIB del Ecuador ha ido variando en los últimos 5 años considerando una inestabilidad para el sector farmacéutico, dado que los clientes miden el decrecimiento de la producción, tomando en cuenta la comparación entre el

porcentaje más alto que es del año 2015 con 4,00% y con menor porcentaje para el año 2016 con 2.17%, lo que significa una amenaza para el proyecto por la variabilidad productiva que se obtiene año tras año.

2.01.01.02. PIB del Sector Farmacéutico

La industria farmacéutica ha generado un aporte muy importante para la economía del país, aunque todavía el mercado farmacéutico depende más de la producción nacional.

Tabla 2: PIB Salud

Año	Porcentaje
2013	3,86%
2014	4,51%
2015	5,07%
2016	5,62%
2017	6,05%

Nota: En la tabla se registran los valores del PIB Salud cuyos datos fueron recopilados del Banco Central del Ecuador, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

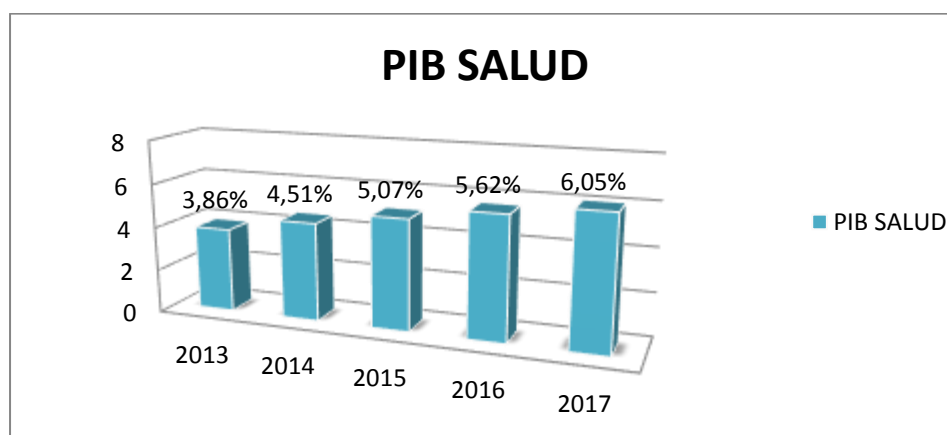


Figura 2: PIB Salud

En la figura se describen los valores del PIB Salud cuyos datos fueron recopilados del Banco Central del Ecuador, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

El PIB Salud es un indicador económico con respecto a las empresas farmacéuticas por su diferencia entre el crecimiento y decrecimiento de las mismas, considerando una oportunidad para la creación de una farmacia de manera que desde el año 2013 con 3,86% empezó a tener un crecimiento hasta el año 2017 con 6,05% del PIB Salud.

2.01.01.03. Tasa de Inflación

Es un fenómeno económico que se caracteriza por el aumento del nivel general de los precios de bienes y servicios en un cierto periodo de tiempo, por lo general cada año.

Tabla 3: Tasa de Inflación

Año	Porcentaje
2013	2,70%
2014	3,60%
2015	4,00%
2016	2,17%
2017	-0,20%

Nota: En la tabla se registran los valores de la Tasa de Inflación cuyos datos fueron recopilados del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

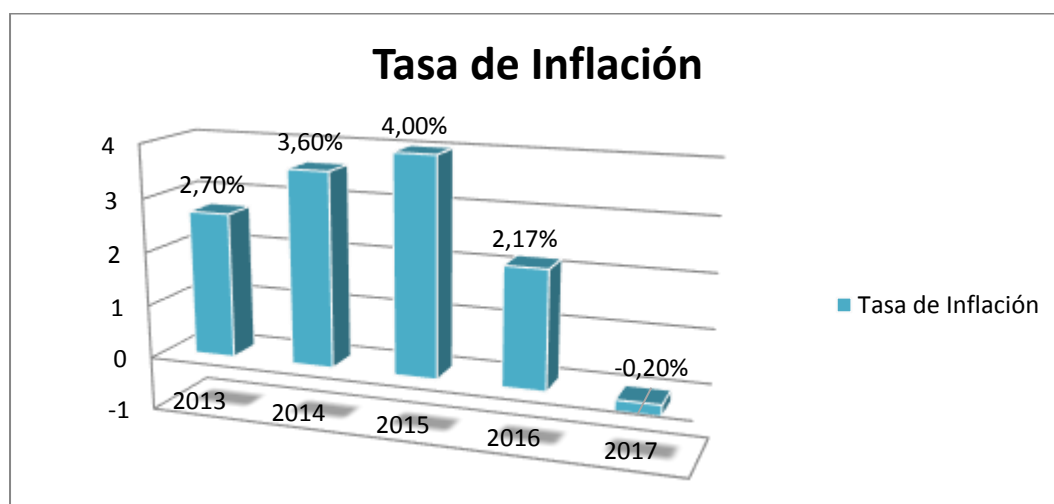


Figura 3: Tasa de Inflación

En la figura se registran los valores de la Tasa de Inflación cuyos datos fueron recopilados del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

En el sector farmacéutico la inflación ha ido variando en los últimos 5 años, considerando una oportunidad para las farmacias frente al aumento o disminución de los precios en los productos y servicios de cada año, sin embargo en el año 2015 se establece una inflación de 4,00% comparando con el último año 2017 de -0.20%, es decir la inflación bajo considerablemente por los factores que toma el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) al establecer la inflación tanto mensual como anual.

2.01.01.04. Tasa de Interés

Es un monto de dinero que corresponde a un porcentaje de la operación de dinero que se esté realizando.

2.01.01.04.01. Tasa de Interés Activa

Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios, siendo activas porque son recursos a favor de la banca.

Tabla 4: Tasa de Interés Activa

Año	Porcentaje
2013	7,25%
2014	7,25%
2015	7,25%
2016	8,35%
2017	8,08%

Nota: En la tabla se registran los valores de la Tasa de Interés Activa cuyos datos fueron recopilados del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

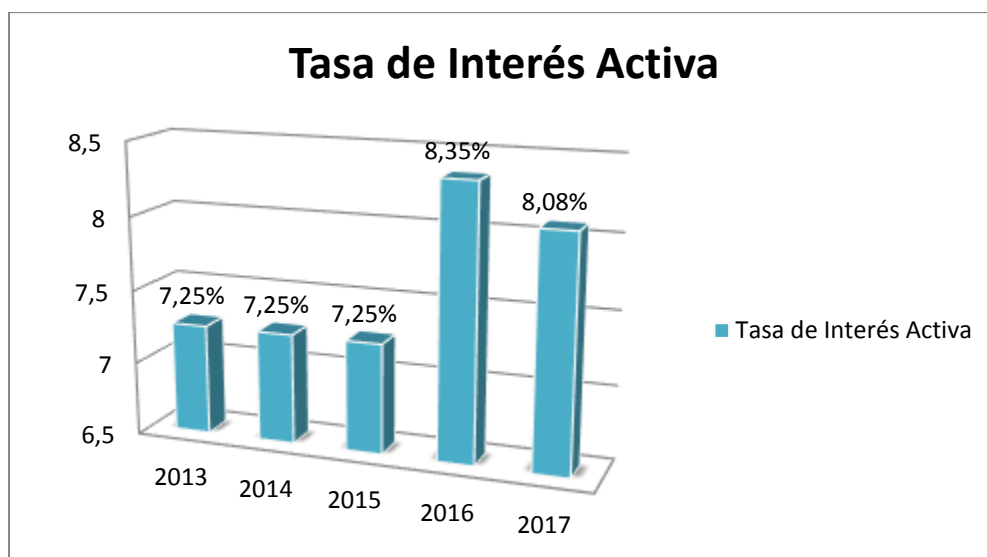


Figura 4: Tasa de Interés Activa

En la figura se registran los valores de la Tasa de Interés Activa cuyos datos fueron recopilados del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

La tasa de Interés Activa ha variado en los últimos años siendo un factor de inestabilidad para solicitar un préstamo bancario, considerado una amenaza por su elevado porcentaje de interés en el año 2016 con 8,35% a pensar que el año 2017 bajo a 8.08%, teniendo en cuenta esta variación se puede solicitar un préstamo bancario pero con el riesgo de un interés un tanto elevado.

2.01.01.04.02. Tasa de Interés Pasiva

Es el porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen.

Tabla 5: Tasa de Interés Pasiva

Año	Porcentaje
2013	4,53%
2014	5,18%
2015	5,14%
2016	5,12%
2017	4,95%

Nota: En la tabla se registran los valores de la Tasa de Interés Activa cuyos datos fueron recopilados del Banco Central del Ecuador, fue elaborado por: Cristina Enriquez

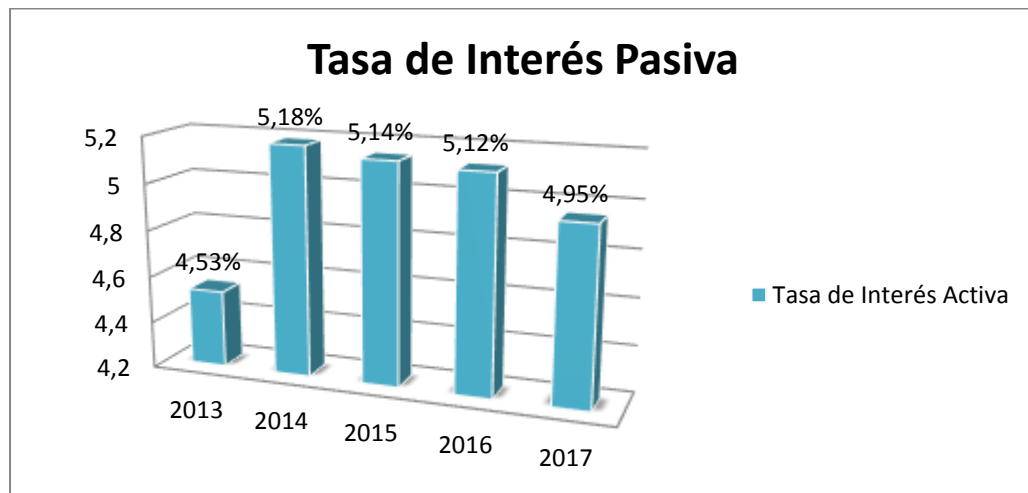


Figura 5: Tasa de Interés Pasiva

En la figura se registran los valores de la Tasa de Interés Activa cuyos datos fueron recopilados del Banco Central del Ecuador, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

La tasa de Interés Pasiva ha variado en los últimos 5 años, dado que el menor porcentaje de interés es del año 2013 con 4,53%, pero asciende al año 2014 con el más alto interés de 5,18%; porque si se crea la farmacia se proyecta tener una utilidad de por lo menos el 20%, donde resultaría ser una oportunidad para el inversionista en vista que, sería rentable para el proyecto en relación a la tasa de interés pasiva del 2017 que tan solo es de 4,95%.

2.01.02. Factor Social

El factor social representa a un determinado grupo de personas que viven en un área o espacio geográfico igual, al cual va dirigido el proyecto para conocer el poder adquisitivo que sustentan además de su cultura.

2.01.02.01. Población Económicamente Activa del Ecuador

La Población Económicamente Activa o PEA son todas las personas que han trabajado al menos una hora durante el periodo de referencias de la medición, en tareas con o sin remuneración, ya sea incluyendo la ayuda a otros miembros del hogar en alguna actividad productiva en un negocio o finca del hogar.

Tabla 6: Población Económicamente Activa del Ecuador

Año	Porcentaje	Nº de personas
2013	62,10%	6' 952, 986
2014	64,50%	7' 194, 521
2015	65,80%	7' 498, 528
2016	68,60%	7' 874, 021
2017	68,90%	8' 147, 564

Nota: En la tabla se registran los valores de la Población Económicamente Activa del Ecuador cuyos datos fueron recopilados del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

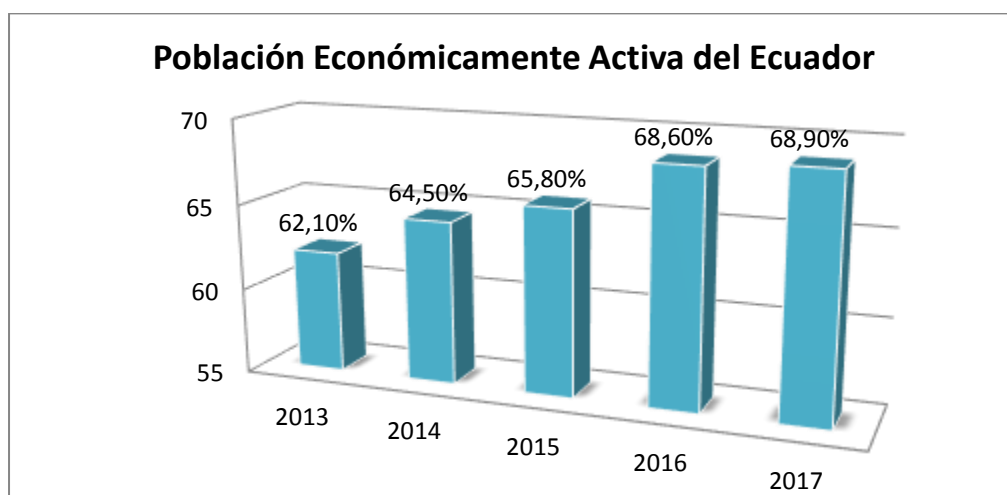


Figura 6: Población Económicamente Activa del Ecuador

En la figura se registran los valores de la Población Económicamente Activa del Ecuador cuyos datos fueron recopilados del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

La Población Económicamente Activa del Ecuador influye en varios sectores productivos para asistir a la demanda de la población, tomando en cuenta el crecimiento poblacional en las personas que realizan alguna actividad rentable así como farmacéutica, se considera una alta oportunidad para que los consumidores puedan adquirir medicamentos.

2.01.02.02. Tasa de Crecimiento Poblacional

Es una medida del aumento o disminución promedio de la población en un determinado período de años.

Tabla 7: Tasa de Crecimiento Poblacional

Año	Porcentaje	Nº de personas
2013	1,58%	15' 540, 403
2014	1,56%	15' 782, 114
2015	1,53%	16' 023, 640
2016	1,56%	16' 272, 968
2017	1,56%	16' 526, 175

Nota: En la tabla se registran los valores de la Tasa de Interés Activa cuyos datos fueron recopilados del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

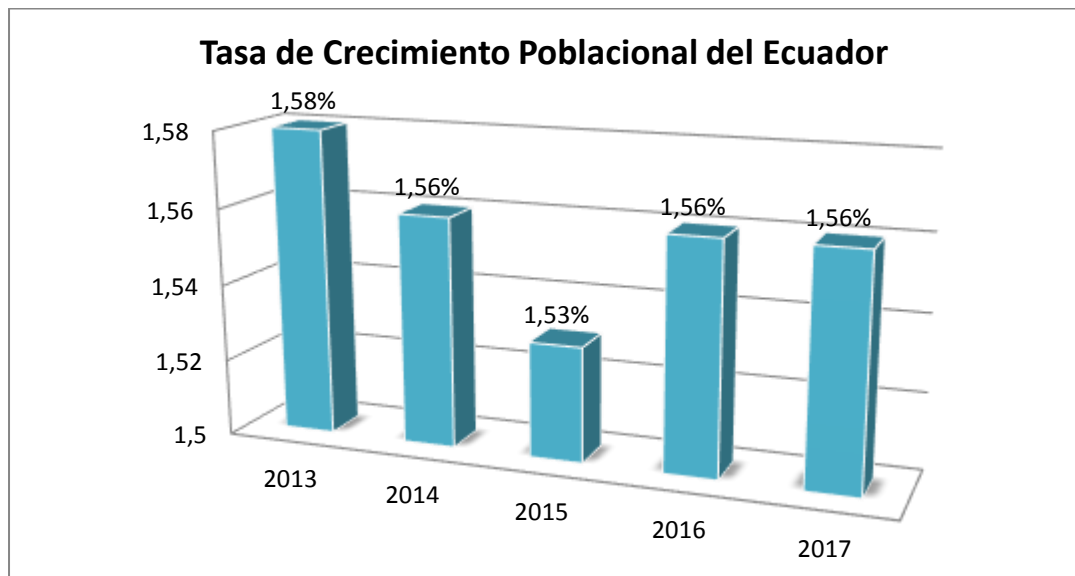


Figura 7: Tasa de Crecimiento Poblacional del Ecuador

En la figura se registran los valores de la Población Económicamente Activa del Ecuador cuyos datos fueron recopilados del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

La Tasa de Crecimiento Poblacional del Ecuador ha tenido un crecimiento sustentable en los últimos 5 años, de manera que genera una oportunidad para la creación de una farmacia, a través del expendio y dispensación de medicamentos con el fin de cubrir las necesidades de las personas que habitan en el Sector de Tumbaco.

2.01.02.03. Desempleo

El desempleo es un indicador que representa aquellas personas que no tienen empleo pero que a pesar de estar dispuestas a trabajar no lo encuentran durante las cuatro últimas semanas del periodo de medición.

Tabla 8: Tasa de Desempleo

Año	Porcentaje
2013	4,20%
2014	3,80%
2015	4,80%
2016	5,20%
2017	4,50%

Nota: En la tabla se registran los valores de la Tasa de Desempleo cuyos datos fueron recopilados del Banco Central del Ecuador, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

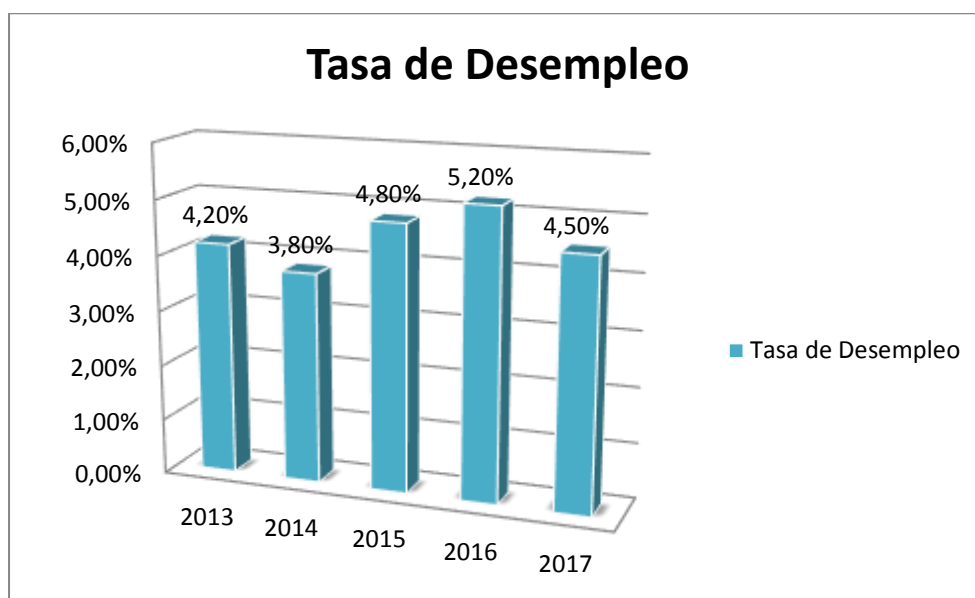


Figura 8: Tasa de Desempleo

En la figura se registran los valores de la Tasa de Desempleo cuyos datos fueron recopilados del Banco Central del Ecuador, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

La tasa de desempleo en el Ecuador ha tenido una variabilidad mínima, por lo tanto representa una oportunidad para la compra de medicamentos en los establecimientos farmacéuticos, dado que el porcentaje más alto de desempleo es en el año 2016 con un 5,20% pero el año que menos porcentaje de desempleo tiene es en el año 2014 con 3,80%; sin embargo estos valores significan que el empleo se ha mantenido considerablemente.

2.01.03. Factor Legal

En el factor legal se establece las leyes, reglamentos, normas y directrices que se deben de cumplir para el funcionamiento de los establecimientos farmacéuticos bajo las disposiciones que brinda el Ministerio de Salud.

2.01.03.01. Ley Orgánica de Salud

Capítulo III

De los Medicamentos

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

Art. 154.- El Estado garantizará el acceso y disponibilidad de medicamentos de calidad y su uso racional, priorizando los intereses de la salud pública sobre los económicos y comerciales. Promoverá la producción, importación, comercialización,

dispensación y expendio de medicamentos genéricos con énfasis en los esenciales, de conformidad con la normativa vigente en la materia. Su uso, prescripción, dispensación y expendio es obligatorio en las instituciones de salud pública.

Capítulo V

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. Requieren obligatoriamente para su funcionamiento la dirección técnica y responsabilidad de un profesional químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico, quien brindará atención farmacéutica especializada. Los botiquines estarán a cargo de personas calificadas y certificadas para el manejo de medicamentos. La autorización para su funcionamiento es transitoria y revocable. 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. Quien venda informará obligatoriamente al comprador sobre

la existencia del medicamento genérico y su precio. No se aceptarán recetas ilegibles, alteradas o en clave.

Art. 168.- Son profesionales de la salud humana facultados para prescribir medicamentos, los médicos, odontólogos y obstetrices.

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.

Art. 172.- En las farmacias y botiquines no se podrá ofrecer o dar consulta médica, obstétrica, odontológica, aplicar tratamientos, realizar toma de muestras ni tener laboratorios clínicos.

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. El reglamento de aplicación de esta Ley normará lo relacionado a este servicio, en los lugares en donde no existan suficientes profesionales ni establecimientos farmacéuticos.

Art. 174.- Se prohíbe a los expendedores de farmacias recomendar la utilización de medicamentos que requieran receta médica o cambiar la sustancia activa prescrita, sin la autorización escrita del prescriptor.

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

Art. 176.- Los medicamentos caducados referidos en el artículo anterior deben ser destruidos y eliminados por los fabricantes o importadores, conforme a los procedimientos establecidos por la autoridad sanitaria nacional y bajo su supervisión.

2.01.03.02. Reglamento Control y Funcionamiento de Establecimientos

Farmacéuticos

Capítulo I

De las Farmacias

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

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

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

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

INSTALACIÓN Y PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE FARMACIAS

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

- a) Solicitud debidamente suscrita por el dueño del establecimiento donde se redactara lo siguiente:
 - Nombre del propietario o representante legal.

- Nombre, razón social o denominación del establecimiento.
 - Cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal.
 - Ubicación del establecimiento.
 - Nombre del profesional Químico Farmacéutico o Bioquímico.
- b) Plano del local, a escala 1:50, área mínima de 40 metros.
- c) Record Policial del propietario y Bioquímico.
- d) Documentos que acrediten la personería jurídica.

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

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

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

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

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

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

- 1. Área de atención al público, debe ser de fácil acceso, con una superficie adecuada al volumen de servicio que preste, constará de:
 - a) Perchas o vitrinas apropiadas y en número suficiente, para los medicamentos, rotuladas conforme corresponde a las buenas prácticas de almacenamiento.
 - b) Perchas o vitrinas ubicadas en ambientes separados y debidamente rotulados para medicamentos homeopáticos y productos naturales de uso medicinal.
 - c) Perchas o vitrinas para exhibición de cosméticos, perfumes, productos higiénicos y de tocador, separadas de las de medicamentos.
- 2. Áreas auxiliares integradas por las siguientes secciones:
 - a) Para recetario (elaboración de fórmulas magistrales), si cuenta con la autorización correspondiente para este fin, que debe disponer de los

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

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

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

- a) Fechador y sello con el nombre y dirección de la farmacia.
- b) Facturas y/o notas de venta legalmente autorizadas por el Servicio de Rentas Internas, SRI.
- c) Listas oficiales de precios a disposición permanente del público.
- d) Archivo de recetario. Todas las recetas antes de su archivo, deberán tener el sello de despacho y la respectiva fecha.
- e) Archivo para recetas de estupefacientes y psicotrópicos.

Análisis

La ley Orgánica de Salud en conjunto con el Reglamento de Control y Funcionamiento de Establecimientos Farmacéuticos se fusionan concretamente para llevar a cabo la dispensación y expendio en forma correcta de los medicamentos, adicional se cumple con la mejor ética profesional para satisfacer las necesidades de la población.

2.01.04. Factor Tecnológico

El factor tecnológico es base fundamental para fortalecer los procesos operativos de la farmacia al contar con un hardware y software eficiente, de esta manera facilita la atención al cliente con el fin de lograr una eficaz dispensación y expendio de medicamentos. En complemento el establecimiento se posiciona en un rango tecnológico amplio, por el desarrollo en sus actividades a través de un sistema operativo que contará, para llevar a cabo un excelente control de stock, facturación, inventarios e información sobre los productos farmacéuticos como es el Sistema SICAR.

Características del Sistema SICAR:

- **Controla el Robo Hormiga:** tecnología que entrega cuentas claras y así poder tener un mayor control de movimientos en el negocio.
- **Controla los Inventarios:** soluciona controlando el robo hormiga e inventarios, reduciendo las pérdidas semana a semana.
- **Importar/Exportar desde Excel:** ahorra tiempo y esfuerzo para importar y exportar artículos desde Excel fácil y seguro.
- **Lotes y Caducidades:** controla lotes y caducidad para que los medicamentos estén en óptimas condiciones.
- **Venta de Antibióticos:** genera reportes de venta que cumplan con las normas de las autoridades para brindar confianza y seguridad.
- **Gráficas y Comparativas:** cuenta con gráficas inteligentes que indican el crecimiento que ha tenido usando comparativas entre las fechas y así poder tomar mejores decisiones para el futuro del negocio.

- **Etiquetado de Mercadería:** cuenta con etiquetado inteligente para poner precios a todos los medicamentos que lo necesiten.
- **Tags/Compatible:** cuenta con un buscador inteligente donde se encuentra medicamentos similares o compatibles para ofrecer alternativas a los clientes.
- **Monedero Electrónico:** ayuda a crear clientes fieles al negocio para que regresen con la acumulación de puntos y gastarlos.
- **Facturación Electrónica:** obtiene el 0% de fallas al momento de realizar las facturas.
- **Recargas y Pago de Servicios:** ayuda a incrementar las ventas ofreciendo servicios extras para los clientes.
- **App de Inventarios:** ayuda a realizar inventarios fácilmente y sincronizados.

2.02. Entorno Local

Son aquellos factores que influyen de manera inmediata en los resultados de la empresa, en cuanto a la competencia que satisface las mismas necesidades, también los suministradores que son los que proveen, suministran y proporcionan materiales; y los intermediarios son los que se encuentran entre el fabricante y el cliente final es decir ayudan a distribuir los productos o servicios.

De acuerdo con Porter (2008). Se determina un modelo de gestión completa a través de las 5 fuerzas de Porter para conocer la situación de la empresa y establecer nuevas estrategias detectando amenazas y encontrar oportunidades para el beneficio de la misma.

2.02.01. Amenaza de Nuevos Competidores

En la actualidad las exigencias para la creación de los establecimientos farmacéuticos son más rigurosos, las cadenas de farmacias cumplen con características y estrategias determinadas para alcanzar su nivel alto en ventas, tomando en cuenta este factor influye directamente con las Farmacias Comunitarias al no poseer el mismo resultado, de esta manera se considera una amenaza, aunque poseen los mismos productos farmacéuticos se resalta la competitividad que existen entre ambas.

2.02.02. El Poder de la Negociación de los Proveedores

Es la capacidad de negociación que tienen los proveedores quienes definen en parte el posicionamiento de una empresa en el mercado, de acuerdo a su poder de negociación con quienes les suministran los insumos para la producción de sus bienes. Por ejemplo mientras menor cantidad de proveedores existan, mayor será su capacidad de negociación puesto que al no haber tanta oferta de insumos, estos pueden fácilmente aumentar sus precios. Hernández Ángel. (2011).

En una farmacia es considerado como una amenaza el poder de negociación de los proveedores, dado que si existen menos proveedores pueden negociar sus precios y así afectar a los ingresos y egresos, ya sea del negocio o de los consumidores.

Tabla 9: Proveedores

Proveedores	Logo	Dirección
Novartis		Av. Amazonas N37-29 Y Unión Nacional De Periodistas Edf. Eurocenter
Disfasur Norte		Av. Machala N54-202 Y Jorge Piedra, Sector Ex- Aeropuerto
Laboratorio Química Ariston Ecuador C.Ltda.		Panamericana Norte Kilometro 6 1/2, Joaquin Mancheno y Francisco Garcias
Quifatex S.A.		Av. Galo Plaza Lasso y Manuel Zambrano
Bayer S.A		Luxemburgo y Av. Portugal, Edif. Cosmopolitan Pisos 6 y 7
Sanofi – Aventis		Av. Shyris 37-27 y Naciones Unidas, Edificio Silva Núñez, Piso 7.
Farmaenlace		Av. Cap. Rafael Ramos e2-210 y Castelli

Nota: En la tabla se registran los proveedores que se seleccionaron para el abastecimiento de medicamentos a la farmacia “Andaluz”, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

2.02.03. Poder de Negociación de los Compradores

Los clientes son el pilar fundamental de la “Farmacia Andaluz”, dado que son la principal fuente económica para el funcionamiento de la misma por el poder adquisitivo que poseen, es por esto que los productos farmacéuticos se ofrecen a precios accesibles a través de una publicidad atractiva, de esta manera lograr el posicionamiento en la mente del consumidor, además de brindar una atención personalizada y eficiente; en definitiva quiere decir que es una amenaza por los diferentes establecimientos farmacéuticos que existen y el cliente debe elegir una farmacia que cubra sus necesidades.

2.02.04. Amenaza de Productos Sustitutos

Los productos sustitutos son bienes que satisfacen la misma necesidad, sin embargo en los alrededores de la farmacia “Andaluz” se encuentran habitantes que todavía consumen medicina natural que proviene de sus mismas plantaciones o la encuentran a sus alrededores a un precio económico, considerando una amenaza para la farmacia y aún así no deja de ser primordial el consumo de medicamentos de calidad que ofrece la misma.

2.02.05. Rivalidad entre Competidores

En el sector de Tumbaco Barrio Churolooma se evidencia el crecimiento poblacional que se va generado año tras año, es por esto que en la actualidad se encuentra funcionando una farmacia independiente, pero que al no contar con la suficiente medicina básica y de libre venta los pobladores no pueden cubrir sus necesidades eficientemente, por tal motivo se da origen a esta oportunidad para realizar la ejecución del proyecto y brindar a la comunidad servicios de calidad así como la variedad de productos farmacéuticos.

2.03. Análisis Interno

El análisis interno se encarga de verificar los recursos y la capacidad con las que cuenta la empresa para identificar sus fortalezas y debilidades, y así establecer objetivos en base a dichos recursos y capacidades.

2.03.01. Propuesta Estratégica

2.03.01.01. Misión

Brindar atención de calidad, eficiente y profesional al cliente para fidelizar su compromiso con la farmacia, a través de un correcto expendio de productos farmacéuticos para la satisfacción de sus necesidades.

2.03.01.02. Visión

Ser un establecimiento farmacéutico líder en el sector de Tumbaco por ofrecer servicios de atención personalizada con calidad, y promover el compromiso con el cliente al contar con el mejor abastecimiento de productos, así mismo la Farmacia “Andaluz” expandirá sucursales.

2.03.01.03. Objetivos

2.03.01.03.01. Objetivo General

Posicionar a la farmacia “Andaluz”, siendo la número uno en aceptación por parte de los habitantes del sector de Tumbaco Barrio “Churoloma”, a través de un excelente expendio y dispensación de productos farmacéuticos satisfaciendo las necesidades de la comunidad.

2.03.01.03.02. Objetivos Específicos

- Asegurar la dispensación a los clientes con información óptima sobre cualquier tipo de medicamento.
- Efectuar una capacitación continua para el personal en base a las actualizaciones de los conocimientos sobre productos farmacéuticos.
- Potenciar la publicidad en el sector para que la compra en medicamentos aumente.
- Demostrar la utilidad de la organización y la aceptación dentro del mercado farmacéutico.
- Generar un plan de medicación continua en beneficio de los clientes.

2.03.01.04. Principios o Valores

- Responsabilidad: Adquirir conciencia para la correcta dispensación y expendio de medicamentos con cero errores en todos los procesos del establecimiento.
- Integridad: Actuar en base al sentido común con el fin de obtener empatía tanto con el cliente externo e interno.
- Lealtad: Establecer fidelidad con los principios morales de cada colaborador y con los compromisos establecidos en la farmacia.
- Respeto: Tratar a todos los tipos de clientes con estimación en cualquier circunstancia.

2.03.01.04.01. Políticas

La farmacia “Andaluz” realiza sus procesos por medio de políticas para todo el personal y son las siguientes:

1. Horarios de jornada: desde las 07:00 hasta las 20:00 de lunes a domingo con rotación del personal.
2. Prohibido: no utilizar celulares en horas laborales.
3. Uniforme: utilizar correctamente el mandil blanco que proporciona el establecimiento.
4. Limpieza: después del cierre de caja se procede a limpiar el establecimiento para destacar su imagen.
5. Actividades: realizar inventarios diarios; perchar los medicamentos bajo su forma terapéutica; y controlar las fechas de caducidad de cada medicamento.

2.03.02. Gestión Administrativa

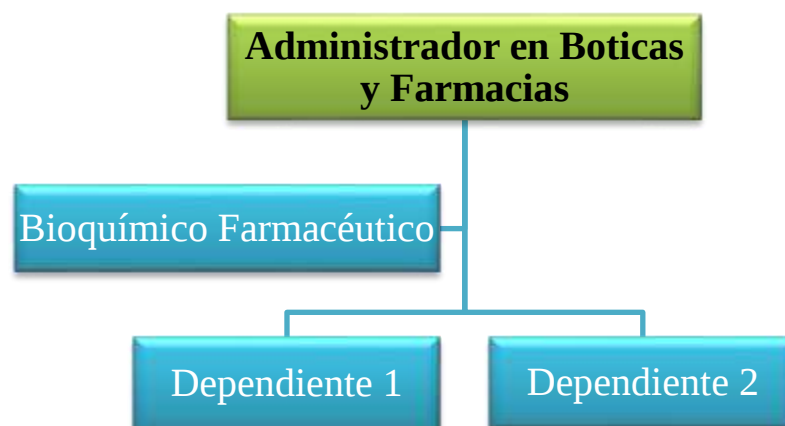


Figura 9: Gestión Administrativa de una Farmacia

Nota: En el cuadro se detalla la Organización Administrativa de la Farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados de una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

2.03.03. Gestión Operativa

Administrador

- Se encarga de administrar las finanzas como la elaboración de presupuestos de ingresos y egresos, además del sistema contable.
- Realiza apertura y cierre de la farmacia.
- Determina el aprovisionamiento adecuado para abastecer de productos farmacéuticos al establecimiento.
- Gestiona la adquisición de medicamentos adecuadamente.
- Establece las condiciones de almacenamiento y distribución de cada producto bajo ciertos parámetros.
- Analiza el control de inventario para verificar tanto los procesos productivos como las falencias que se pueden llevar a cabo.
- Controla la revisión de los medicamentos que están por caducar.
- Se encarga del depósito a las cuentas bancarias, y realiza pagos de servicios básicos.
- Asume el cargo de vendedor en ocasiones.
- Detalla los horarios para que el personal tenga rotación.
- Asigna tareas y responsabilidades al personal.
- Garantiza el perfecto estado de infraestructura, mobiliarios y equipos del establecimiento.

Bioquímico Farmacéutico

- Establece el cumplimiento de las disposiciones reglamentarias vigentes para el buen manejo del servicio farmacéutico.

- Supervisa el buen funcionamiento de los equipos, instrumentos e instalaciones de la farmacia.
- Verifica el correcto manejo de asepsia para realizar cualquier proceso.
- Formula criterios e indicadores de calidad de las diferentes actividades.
- Desarrolla capacitaciones de farmacología para el personal.
- Verifica la correcta dispensación y expendio de productos farmacéuticos.
- Notifica a los proveedores los medicamentos que están pronto a vencer con 60 días antes.
- Se encarga de la vigilancia de las recetas dispensadas.
- Realiza reportes al ARCSA (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria).

Dependiente

- Vender medicamentos, productos para el cuidado personal, dermatológicos, naturales, cuidado para bebés, botiquín e insumos farmacéuticos.
- Brinda servicio de atención al cliente.
- Se encarga de la interpretación de recetas médicas.
- Dispensación y expendio de productos farmacéuticos.
- Almacena los medicamentos de acuerdo a la forma terapéutica.
- Limpia y ordena el establecimiento.
- Control de temperaturas diarios en la farmacia.
- Seguimiento de inventarios.
- Ingreso de mercadería al establecimiento.

2.03.04. Gestión Comercial

Herrera. (2011). La gestión comercial es la función encargada de hacer conocer y abrir la organización al mundo exterior, se ocupa de dos problemas fundamentales, la satisfacción del cliente y la participación o el aumento de su mercado, dado esto, es necesario desarrollar, un sistema adecuado de calidad, un departamento de servicio al cliente eficiente y productos o servicios de calidad.

2.03.04.01. Nombre de la Farmacia

FARMACIA "ANDALUZ"

El nombre de la farmacia proviene del apellido materno de la propietaria del establecimiento, por tal motivo refleja la constante superación diaria para cumplir metas, objetivos y sueños que se plantean a lo largo de la vida, como es el presente proyecto que tiene como fin promover la economía del sector satisfaciendo las necesidades de los pobladores.

2.03.04.02. Isotipo

El isotipo es una representación gráfica de una marca a través de un símbolo o ícono, además que es un medio para identificar los colores, formas o estructura que poseen para posicionarse de una manera efectiva en la mente del consumidor.



Figura 10: Isotipo de la Farmacia “Andaluz”

Nota: En la figura se detalla el Isotipo de la Farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados de una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

- **Verde:** Representa el crecimiento y el comienzo de algo nuevo, es el color de la naturaleza porque se relaciona con la armonía, en cuanto a nivel emocional se conecta con la seguridad y la esperanza.
- **Cápsula y hoja:** Significa la conexión entre la naturaleza y la salud para tratar enfermedades entorno al beneficio de los seres humanos.

2.03.04.03. Logotipo

El logotipo significa las diferentes tipografías que se usan en una marca de manera personalizada para dar a conocer el nombre a un establecimiento.



Figura 11: Logotipo de la Farmacia “Andaluz”

Nota: En la figura se detalla el Logotipo de la Farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados de una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

2.03.04.04. Eslogan

El eslogan es la palabra o frase fácil de recordar para dar sentido a lo que se desea dar a conocer en un establecimiento, y así impactar a la mente del consumidor.



Figura 12: Eslogan de la Farmacia “Andaluz”

Nota: En la figura se detalla el Eslogan de la Farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados de una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

2.03.04.05. Marketing Mix

2.03.04.05.01. Las 4 P del Marketing

Espinoza, Roberto. (2014). El marketing mix es uno de los elementos clásicos del marketing, es un término creado por McCarthy en 1960, el cual se utiliza para englobar a sus cuatro componentes básicos: producto, precio, distribución y comunicación. Las 4Ps del marketing pueden considerarse como las variables tradicionales con las que cuenta una organización para conseguir sus objetivos comerciales.

- **Precio:** Es la cantidad de dinero que el consumidor debe pagar para tener acceso al producto o servicio.
- **Producto:** Abarca a todo aquello que se coloca en un mercado para su adquisición, que de alguna forma puede llegar a satisfacer una necesidad o un deseo del consumidor.
- **Plaza:** La Plaza o Distribución es el proceso mediante el cual, el producto o servicio llega al cliente, dado que pone a disposición del consumidor el producto con la finalidad de satisfacer la necesidad del comprador.
- **Promoción:** Se incluye todos los medios, canales y técnicas que van a dar a conocer el producto, además las posibilidades de realizar una buena promoción son varias, accesibles para cualquier presupuesto, distintas en concepto y filosofía



Figura 13: Las 4 P del Marketing de la Farmacia "Andaluz"

Nota: En la figura se detalla las 4 P del Marketing de la Farmacia "Andaluz", cuyos datos fueron recopilados de una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

2.03.04.05.02. Promoción y Publicidad

En el marketing, una de las formas más eficientes de llegar al consumidor es la publicidad a través de promociones como son:

- **Premios:** son los regalos que la organización entrega a los clientes de manera gratuita en fechas especiales.
- **Cupones:** la farmacia ofrece algún tipo de ahorro sobre los precios de los productos.
- **Volantes:** señalan la información más relevante de la farmacia para estimular las ventas.

- **Tarjetas de Presentación:** son importantes para que los clientes puedan contactarse vía telefónica o e-mail para detallar algún tipo de información.



Figura 14: Tarjeta de Presentación

Nota: En la figura se detalla la Tarjeta de Presentación de la Farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados de una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Las tarjetas de presentación están diseñadas para dar a conocer los datos más importantes de la empresa, dado que para cualquier información acerca de la farmacia las personas interesadas pueden llamar o contactarse por correo electrónico.



Figura 15: Volantes

Nota: En la figura se detalla los volantes de la Farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados de una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Los volantes son una herramienta para cuidar la imagen corporativa y estimular las ventas, en el cual resalta la información que se quiere dar a conocer y así los clientes acudan a la farmacia para encontrar los productos que se están publicitando.



Figura 16: Premios

Nota: En la figura se detalla los Premios de la Farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados de una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Los premios son un medio de motivación que se brinda a los consumidores por comprar medicamentos en el establecimiento, además que se premia a los clientes fidelizados y a quienes llevan sus cupones de descuentos.

2.04. Análisis FODA

El Análisis FODA es una herramienta que consiste en plasmar la situación tanto interna como externa de una organización, es decir redactar los puntos positivos y negativos que posee para conocer en que circunstancia se encuentra y planear una estrategia para el futuro.



Figura 17: Matriz FODA

Nota: En la figura se detalla la Matriz FODA de la Farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados de una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

2.04.01. Matriz MEFI

Es una matriz de evaluación para medir el impacto que tiene el factor interno dentro de la organización.

Tabla 10: Matriz MEFI

Factor a evaluar	Peso	Calificación	Calificación Ponderada
Fortalezas			
1. Personal capacitado en conocimientos farmacológicos y operativos.	0,20	4	0,80
2. Cumplimiento del factor legal.	0,20	4	0,80
3. Procesos claros y precisos para el personal.	0,10	3	0,30
4. Ambiente laboral eficaz para una excelente atención personalizada.	0,10	3	0,30
Subtotal			2,20
Debilidades			
1. Extensos horarios de trabajo.	0,05	3	0,15
2. Dificultad para fidelizar al cliente.	0,15	4	0,60
3. Mala administración por falta de experiencia.	0,10	4	0,40
4. Falta de publicidad por mal manejo de recursos.	0,10	3	0,30
Subtotal			1,45
Total	1		3,65

Nota: En la tabla se registran los datos de la evaluación de los factores internos de la farmacia “Andaluz”, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

En la Farmacia “Andaluz” las fortalezas obtienen un resultado de 2,20 mientras que las debilidades con 1,45; lo que significa una superación considerable de fortalezas en relación a las debilidades, aunque es importante conocer los puntos negativos de la organización para mejorar en la toma de decisiones.

2.04.02. Matriz MEFE

Es una matriz que evalúa factores externos como oportunidades y amenazas, para obtener una calificación pondera y obtener un análisis.

Tabla 11: Matriz MEFE

Factor a evaluar	Peso	Calificación	Calificación Ponderada
Oportunidades			
1. Aumento de la Población Económicamente Activa.	0,20	4	0,80
2. Crecimiento tecnológico.	0,15	3	0,45
3. Incremento del PIB Salud.	0,10	4	0,40
4. Aumento de Proveedores.	0,10	3	0,30
Subtotal			1,95
Amenazas			
1. Delincuencia en el sector.	0,10	4	0,40
2. Precios bajos de la competencia.	0,10	4	0,40
3. Precios altos de los proveedores.	0,15	3	0,45
4. Competencia por cadenas de farmacia.	0,10	3	0,30
Subtotal			1,55
Total	1		3,50

Nota: En la tabla se registran los datos de la evaluación de los factores externos de la farmacia “Andaluz”, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

En el establecimiento farmacéutico se registran los datos de la calificación ponderada obtenidos de las oportunidades con 1,95 y las amenazas con 1,55; lo que significa una ventaja favorable para la implementación de la farmacia en el sector de Tumbaco.

2.04.03. Matriz MAFE

Consiste en mezclar los factores internos como externos con el fin de desarrollar estrategias para el buen funcionamiento del establecimiento farmacéutico.

1. **Estrategias FO:** Mejorar las fortalezas aprovechando las oportunidades teniendo presente las amenazas.
2. **Estrategias DO:** Neutralizar las debilidades aprovechando las oportunidades teniendo presente las amenazas.
3. **Estrategias FA:** Con la utilización de las fortalezas teniendo en cuenta las oportunidades.
4. **Estrategias DA:** Neutralizar las debilidades para que el impacto de las amenazas sea el mínimo teniendo presente las oportunidades.

Tabla 12: Matriz MAFE

Fortalezas		Debilidades
1. Personal capacitado en conocimientos farmacológicos y operativos. 2. Cumplimiento del factor legal. 3. Procesos claros y precisos para el personal. 4. Ambiente laboral eficaz para una excelente atención personalizada.		1. Extensos horarios de trabajo. 2. Dificultad para fidelizar al cliente. 3. Mala administración por falta de experiencia. 4. Falta de publicidad por mal manejo de recursos.
Oportunidades	FO	DO
1. Aumento de la Población Económicamente Activa. 2. Crecimiento tecnológico. 3. Incremento del PIB Salud. 4. Aumento de Proveedores.	1. Capacitar constantemente al personal, a través de plataformas web para aportar en su formación. (F1-O2). 2. Mejorar los procesos de aprovisionamiento para seleccionar adecuadamente a los proveedores y así abastecer a la farmacia de una manera óptima (F3-O4).	1. Rotación en los horarios del personal, para brindar una excelente atención a los diferentes tipos de clientes. (D1-O1). 2. Ofrecer premios, sorteos y descuentos para fidelizar al consumidor. (D4-O1).
Amenazas	FA	DA
1. Delincuencia en el sector. 2. Precios bajos de la competencia. 3. Precios altos de los proveedores. 4. Competencia por cadenas de farmacias.	1. Brindar atención personalizada y profesional a cada cliente para que obtengan confianza y seguridad al momento de adquirir los medicamentos. (F4-A2). 2. Desarrollar adecuados procesos de dispensación que brinden seguridad de los medicamentos a los clientes para diferenciarse de la competencia. (F1-A4).	1. Buscar excelentes proveedores para igualar a la competencia en los costos y brindar los mejores servicios farmacéuticos. (D2-A3). 2. Innovar los procesos administrativos a través de cámaras de seguridad para evitar estafas o robos en el establecimiento. (D3-A1).

Nota: En la tabla se registran las estrategias de los factores externos e internos de la farmacia “Andaluz”, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

En la estrategia FO se realizarán capacitaciones periódicamente para enriquecer los conocimientos del personal, así como abastecerán varios proveedores el establecimiento para obtener un adecuado manejo de stock; la estrategia DO se encarga de la rotación en el horario del personal y en ofrecer descuentos en los medicamentos para posicionar la farmacia en la mente del consumidor; en la estrategia FA brindará atención eficaz a través de programas de formación farmacológica con el fin de fidelizar al cliente, y la estrategia DA innovará en procesos y en la selección de proveedores para cubrir las necesidades de los consumidores.

2.04.04. Matriz MCPE

La Matriz Cuantitativa de Planeación Estratégica sirve para determinar de una manera clara las estrategias que deberá seguir la organización como son las matrices: MEFI, MEFE, MAFE, tomando en cuenta el peso anteriormente dado y la calificación conforme al nivel de confianza con cada una de las estrategias.

Tabla 13: Matriz MCPE

		Estrategia 1		Estrategia 2		Estrategia 3		Estrategia 4	
	Peso	Calif.	Calf.	Calif.	Calf.	Calif.	Calf.	Calif.	Calf.
		.	T	.	T	.	T	.	T
Fortalezas									
1. Personal capacitado en conocimientos farmacológicos y operativos.	0,20	4	0,80	3	0,60	3	0,60	2	0,40
2. Cumplimiento del factor legal.	0,20	3	0,60	-	-	-	-	-	-
3. Procesos claros y precisos para el personal.	0,10	3	0,30	4	0,40	2	0,20	3	0,30
4. Ambiente laboral eficaz para una	0,10	-	-	3	0,30	2	0,20	3	0,30

excelente atención
personalizada.

Debilidades									
1. Extensos horarios de trabajo.	0,05	3	0,15	2	0,10	-	-	-	-
2. Dificultad para fidelizar al cliente.	0,15	2	0,30	3	0,45	2	0,30	2	0,30
3. Mala administración por falta de experiencia.	0,10	-	-	-	-	-	-	3	0,30
4. Falta de publicidad por mal manejo de recursos.	0,10	-	-	4	0,40	3	0,30	2	0,20
Oportunidades									
1. Aumento de la Población Económicamente Activa.	0,20	4	0,80	3	0,60	3	0,60	3	0,60
2. Crecimiento tecnológico.	0,15	3	0,45	2	-	4	0,60	3	0,45
3. Incremento del PIB Salud.	0,10	-	-	-	-	-	-	-	-
4. Aumento de Proveedores.	0,10	2	0,20	-	-	4	0,40	3	0,30
Amenazas									
1. Delincuencia en el sector.	0,10	-	-	-	-	4	0,40	4	0,40
2. Precios bajos de la competencia.	0,10	3	0,30	2	0,20	2	0,20	-	-
3. Precios altos de los proveedores.	0,15	3	0,45	3	0,45	-	-	3	0,45
4. Competencia por farmacias de cadena.	0,10	2	0,20	2	0,20	2	0,20	-	-
Total			4,55		3,70		4,00		4,00

Nota: En la tabla se registra la planeación estratégica de la farmacia “Andaluz”, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

La estrategia fundamental de la Farmacia “Andaluz” con la mayor calificación es: capacitar constantemente al personal, a través de plataformas web para aportar en su formación. (F1-O2), lo cual es un punto estratégico al contar con el mejor personal en conocimientos farmacológicos y atención personalizada; de esta manera se obtiene un crecimiento económico a través de las ventas conjuntamente con la fidelización de los clientes.

Capítulo III

3.01. Análisis del Consumidor

Consiste en el análisis de las necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamientos de compra y demás características de los consumidores que conforman el mercado objetivo; la importancia radica en que al conocer mejor sus características, se pueden tomar decisiones o diseñar estrategias que permitan atenderlo de la mejor manera posible o que mejores resultados puedan tener en él. (CreceNegocios. 2013).

3.01.01. Determinación de la Población y Muestra

3.01.01.01. Población

Es el conjunto total de individuos que poseen algunas características en común observas en un lugar y en un momento determinado.

En el sector de Tumbaco barrio “Churoloma” habitan 6. 045 personas; según el Censo del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) del año 2010 lo cual será objeto de estudio para calcular la muestra.

3.01.01.02. Muestra

Es el subconjunto o parte de la población que se llevará en la investigación, es decir, es el número de encuestas que se deben realizar con el fin de obtener la información deseada.

3.01.01.02.01. Muestreo Probabilístico

Es una técnica de muestreo en virtud de la cual las muestras son recogidas en un proceso que brinda a todos los individuos de la población las mismas oportunidades de ser seleccionados. (Explorable. 2009).

- 1. Población Infinita:** cuando se desconoce el total de unidades de observación que la integran o la población es mayor a 10.000; cuya fórmula es:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

- 2. Población Finita:** cuando se conoce el total de unidades de observación que la integran.

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

- Dónde:**

- N = tamaño de la población
- n = tamaño de la muestra
- Z ó K = nivel de confianza que va de 1% a 99%
- p = probabilidad de éxito (50%)
- q = probabilidad de fracaso (50%)
- e = margen de error

Para el proyecto se eligió la fórmula de la Población Finita, dado que se conoce el total de la población que va ser estudiada.

- **Fórmula de la Muestra:**

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

- **Cálculo de la Muestra:**

- N = 6. 045
- e = 0,05
- Z = 95% equivale a 1,96
- p = 50%
- q = 50%

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,50 * 0,50 * 6. 045}{(0,05)^2 * (6. 045 - 1) + (1,96)^2 * 0,50 * 0,50} = 361,26$$

n = 361 encuestas

3.01.02. Técnicas de Obtención de Información

Son herramientas de uso investigativo para recolectar información y evaluar dichos hallazgos para formar un criterio objetivo; la técnica que se seleccionó es la encuesta por la facilidad de extraer información veraz.

3.01.02.01. Encuesta

La encuesta es un procedimiento para recopilar datos mediante un cuestionario que contiene una serie de preguntas, las cuales son de importancia para conocer la opinión de las personas. De acuerdo a la muestra son 361 personas a las que se van a realizar la encuesta dentro del Sector de Tumbaco.

3.01.02.01.01. Modelo de la Encuesta

ENCUESTA

La encuesta se realiza con el fin de conocer su opinión acerca de la implementación de una farmacia en el Sector de Tumbaco Barrio Churolooma.

1. ¿Con qué frecuencia asiste a la farmacia que normalmente acude?

- | | |
|---------|--------------------------|
| Diario | ☐ |
| Semanal | ☐ |
| Mensual | ☐ |
| Anual | ☐ |

2. ¿En qué farmacia del sector consume usted?

- | | |
|------------------|--------------------------|
| Farmacia Medimas | ☐ |
| Farmacia T&M Red | ☐ |

3. ¿Por qué le gusta la farmacia a la que acude?

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| Servicio brindado | ☐ |
| Variedad de productos | ☐ |
| Promociones y descuentos | ☐ |
| Precios | ☐ |
| Ubicación | ☐ |

4. ¿Cómo valora el servicio prestado por la farmacia a la que acude?

- Malo
- Bueno
- Excelente

5. ¿Qué medicamento prefiere usted a la hora de realizar su compra?

- Genéricos
- Marca

6. ¿Qué horario es de su agrado para que brinden servicios en una farmacia?

- Todos los días de 07:00 a 20:00
- Todos los días de 08:00 a 21:00
- Lunes a Sábado de 07:00 a 19:00
- Lunes a Sábado de 08:00 a 20:00

7. ¿Qué servicios le gustaría recibir en una farmacia?

- Indicaciones sobre la administración de un medicamento.
- Medicina con entrega a domicilio
- Plan en medicación continua para enfermedades crónicas.
- Promociones, descuentos, regalos sorpresa en fechas especiales.

8. ¿Cuánto dinero gasta al comprar en una farmacia al mes?

- De \$ 0 a \$ 10
- De \$ 11 a \$ 20
- De \$ 21 a \$ 30
- De \$ 31 a \$ 50
- De \$ 51 en adelante

9. ¿Cuáles son los tipos de productos que compra con frecuencia en una farmacia?

Medicamentos

Productos de aseo personal

Cuidado de bebé

Vitaminas

Productos naturales

10. ¿Le gustaría que una farmacia se encuentre cerca del sector en donde vive?

Si

No

3.01.03. Análisis de la Información

Después de obtener la información deseada en la encuesta se procede a tabular todos los datos para analizarlos.

• Pregunta 1

¿Con qué frecuencia asiste a la farmacia que normalmente acude?

Tabla 14: Pregunta 1

Opciones	Número de Encuestados	Porcentajes
Diario	82	23%
Semanal	98	27%
Mensual	115	32%
Anual	66	18%
Total	361	100%

Nota: En la tabla se registra los resultados de la pregunta 1, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

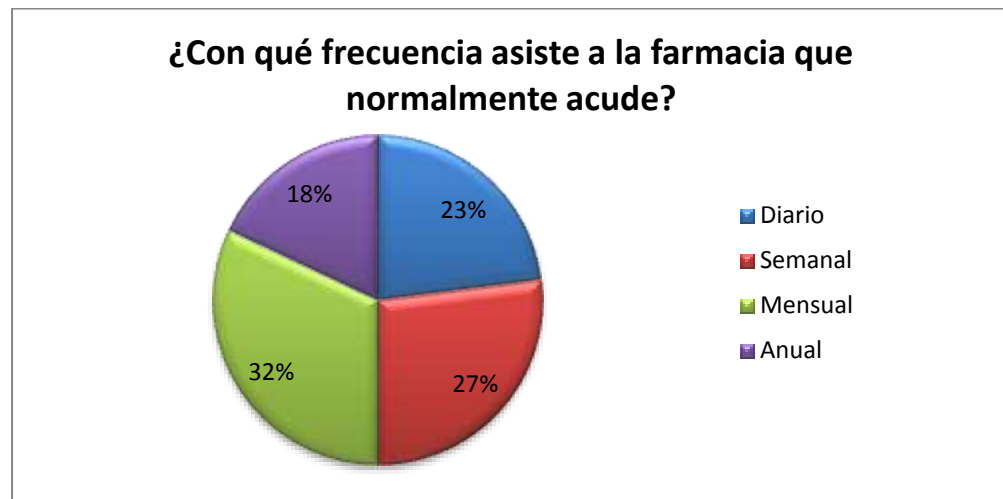


Figura 18: Pregunta 1

Nota: En la figura se registra los resultados de la pregunta 1, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

Los habitantes de Tumbaco Barrio “Churoloima” respondieron con un 32% que asisten mensualmente a una farmacia, sin embargo con poco diferencia de 27% asisten semanalmente, lo que significa una oportunidad para la creación de un nuevo establecimiento farmacéutico debido a que tendría un número importante de influencia de consumidores.

- **Pregunta 2**

¿En qué farmacia del sector consume usted?

Tabla 15: Pregunta 2

Opciones	Número de Encuestados	Porcentajes
Farmacia Medimas	247	68%
Farmacia T&M Red	114	32%
Total	361	100%

Nota: En la tabla se registra los resultados de la pregunta 2, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

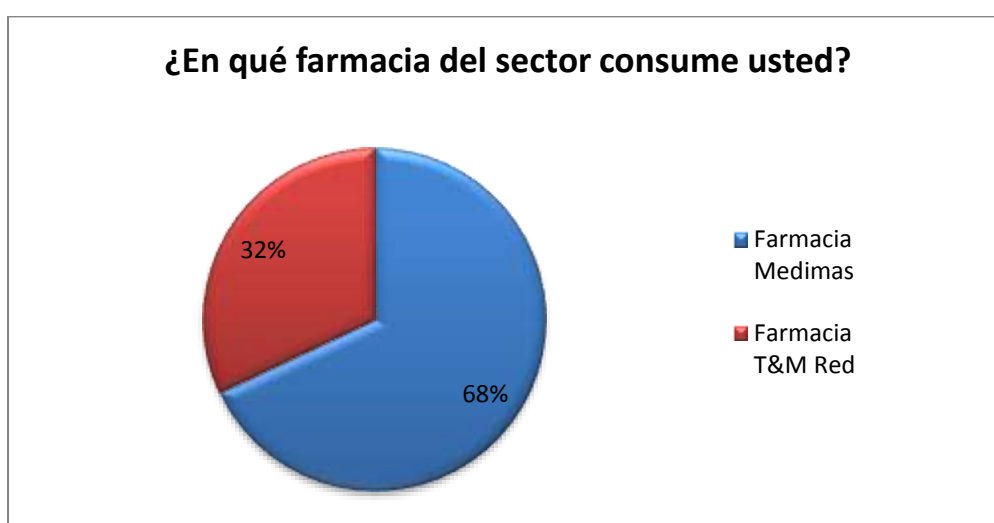


Figura 19: Pregunta 2

Nota: En la figura se registra los resultados de la pregunta 1, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

En el sector de Tumbaco Barrio “Churoloma” el 68% de los pobladores manifiestan que prefieren consumir en la Farmacia Medimas, mientras que el 32% deciden comprar en la Farmacia T&M Red, lo que representa una amenaza para la creación de una farmacia dado que la mayoría de los habitantes prefieren asistir a

una farmacia de cadena, sin embargo con la apertura de un nuevo establecimiento se lograría posicionar en la mente del consumidor a través de estrategias comerciales.

- **Pregunta 3**

¿Por qué le gusta la farmacia a la que acude?

Tabla 16: Pregunta 3

Opciones	Número de Encuestados	Porcentajes
Servicio brindado	82	23%
Variedad de productos	69	19%
Promociones y descuentos	83	22%
Precios	72	20%
Ubicación	55	16%
Total	361	100%

Nota: En la tabla se registra los resultados de la pregunta 3, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

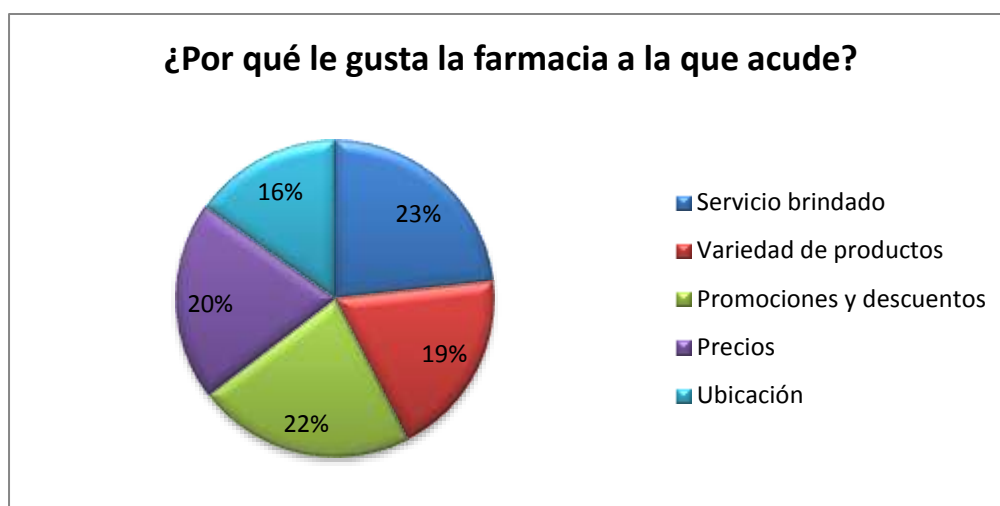


Figura 20: Pregunta 3

Nota: En la figura se registra los resultados de la pregunta 3, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

Los pobladores indican que prefieren asistir a una farmacia por el servicio brindado que reciben, además de las promociones y descuentos con un porcentaje de 23%, sin embargo se toma en cuenta los precios que también son de elección de los consumidores con el 22%, lo que representa una oportunidad para dar a conocer el mejor servicio personalizado conjuntamente con los mejores descuentos cuando se implemente un nuevo establecimiento farmacéutico.

- **Pregunta 4**

¿Cómo valora el servicio prestado por la farmacia a la que acude?

Tabla 17: Pregunta 4

Opciones	Número de Encuestados	Porcentajes
Malo	198	55%
Bueno	103	28%
Excelente	60	17%
Total	361	100%

Nota: En la tabla se registra los resultados de la pregunta 4, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

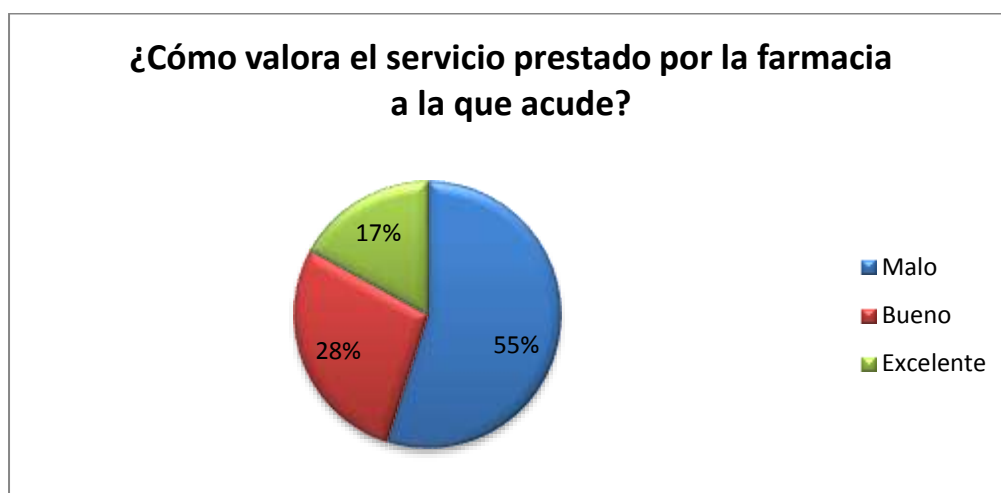


Figura 21: Pregunta 4

Nota: En la figura se registra los resultados de la pregunta 4, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

Los habitantes del sector de Tumbaco Barrio “Churolooma” determinan que es malo el servicio prestado por la farmacia a la que acuden con un 55%, lo que significa una inconformidad con la comunidad, tomando en cuenta que supera a la mitad, por lo tanto se convierte en una oportunidad para que una nueva farmacia cree estrategias en beneficio de la satisfacción de los consumidores.

- **Pregunta 5**

¿Qué medicamento prefiere usted a la hora de realizar su compra?

Tabla 18: Pregunta 5

Opciones	Número de Encuestados	Porcentajes
Genéricos	123	34%
Marca	238	66%
Total	361	100%

Nota: En la tabla se registra los resultados de la pregunta 5, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

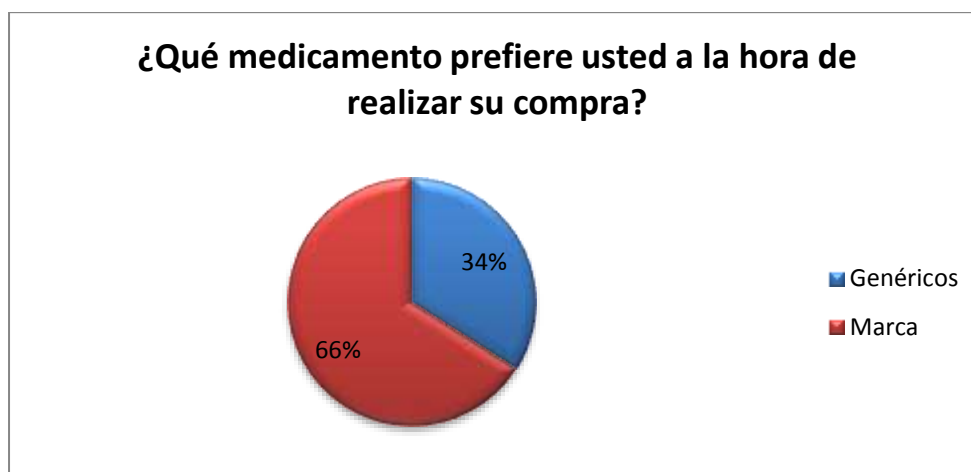


Figura 22: Pregunta 5

Nota: En la figura se registra los resultados de la pregunta 5, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

La comunidad del sector de Tumbaco Barrio “Churolooma” se manifiestan con un porcentaje del 66% que prefieren consumir medicamentos de marca, mientras que el 34% de los habitantes prefieren los medicamentos genéricos, dado que cada comprador decide su producto esto resulta ser una oportunidad, para que una nueva

farmacia pueda abastecerse de fármacos tanto genéricos como de marca para los deseos de cada consumidor.

• **Pregunta 6**

¿Qué horario es de su agrado para que brinden servicios en una farmacia?

Tabla 19: Pregunta 6

Opciones	Número de Encuestados	Porcentajes
Todos los días de 07:00 a 20:00	124	34%
Todos los días de 08:00 a 21:00	115	32%
Lunes a Sábado de 07:00 a 19:00	64	18%
Lunes a Sábado de 08:00 a 20:00	58	16%
Total	361	100%

Nota: En la tabla se registra los resultados de la pregunta 6, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

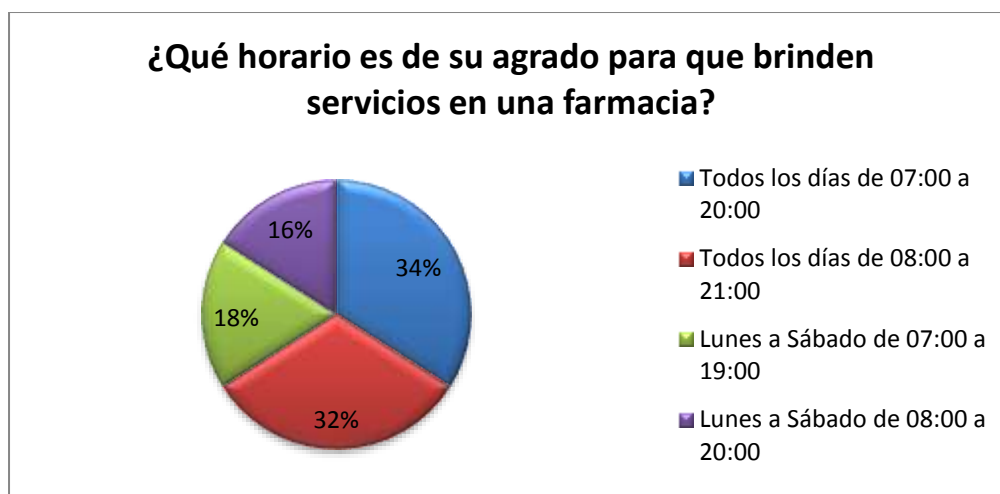


Figura 23: Pregunta 6

Nota: En la figura se registra los resultados de la pregunta 6, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

Los habitantes deciden que el horario para que una farmacia brinde su servicio es con un porcentaje del 34%, con un horario de apertura de todos los días desde las 07:00 a las 20:00, de esta manera se evidencia las necesidades de los pobladores y así pueda funcionar correctamente una farmacia.

- **Pregunta 7**

¿Qué servicios le gustaría recibir en una farmacia?

Tabla 20: Pregunta 7

Opciones	Número de Encuestados	Porcentajes
Indicaciones sobre la administración de un medicamento.	107	30%
Medicina con entrega a domicilio.	58	16%
Plan en medicación continua para enfermedades crónicas.	83	23%
Promociones, descuentos, regalos sorpresa en fechas especiales.	113	31%
Total	361	100%

Nota: En la tabla se registra los resultados de la pregunta 7, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

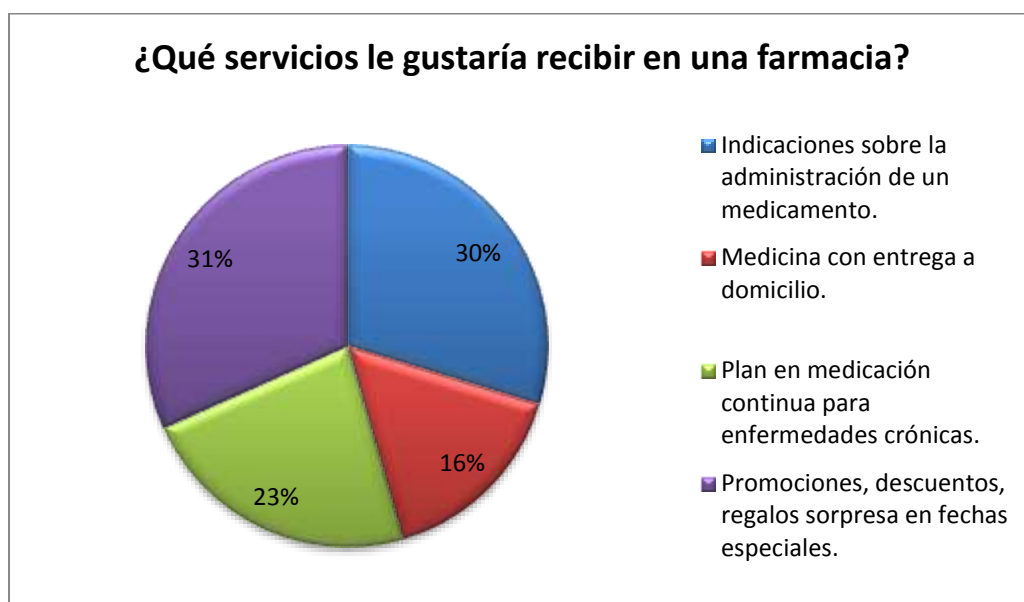


Figura 24: Pregunta 7

Nota: En la figura se registra los resultados de la pregunta 7, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

Los pobladores determinan que los servicios que les gustaría recibir en una farmacia sean las promociones, descuentos y regalos sorpresa en fechas especiales con una aceptación del 31%, sin embargo seguidamente con un 30% deciden en elegir la información sobre las indicaciones sobre la administración de un medicamento, y así los habitantes demuestran el interés por recibir servicios de calidad.

• Pregunta 8

¿Cuánto dinero gasta al comprar en una farmacia?

Tabla 21: Pregunta 8

Opciones	Número de Encuestados	Porcentajes
De \$ 0 a \$ 10	110	30%
De \$ 11 a \$ 20	115	32%
De \$ 21 a \$ 30	84	23%
De \$ 31 a \$ 50	31	9%
De \$ 51 en adelante	21	6%
Total	361	100%

Nota: En la tabla se registra los resultados de la pregunta 8, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

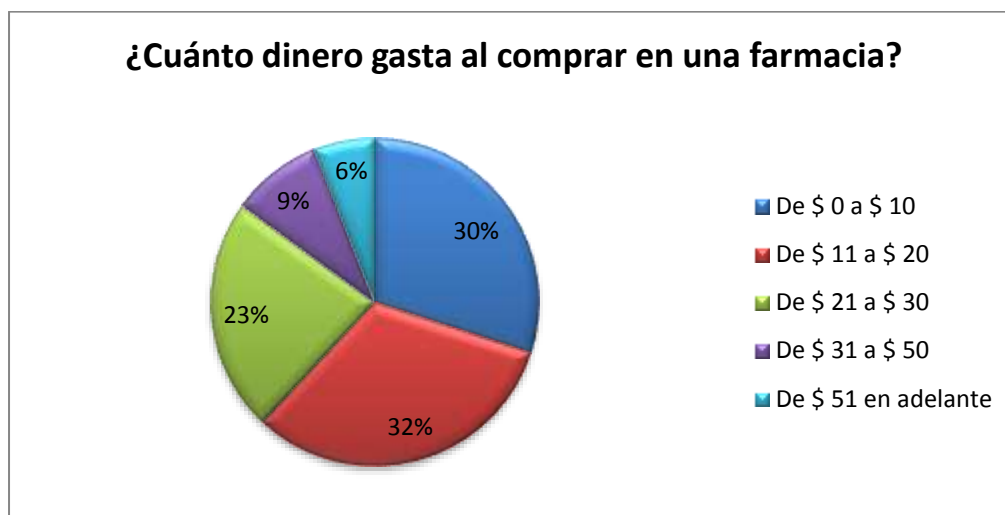


Figura 25: Pregunta 8

Nota: En la figura se registra los resultados de la pregunta 8, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

Los habitantes del sector de Tumbaco Barrio “Churolooma” realizan sus compras en una farmacia desde \$11 a \$20 dólares con un porcentaje del 32%, sin

embargo con el 30% compran desde \$0 a \$10 dólares, estos valores son importantes para las ventas que realiza un establecimiento farmacéutico.

- **Pregunta 9**

¿Cuáles son los tipos de productos que compra con frecuencia en una farmacia?

Tabla 22: Pregunta 9

Opciones	Número de Encuestados	Porcentajes
Medicamentos	85	24%
Productos de aseo personal	66	18%
Cuidado de bebé	89	25%
Vitaminas	64	17%
Productos naturales	57	16%
Total	361	100%

Nota: En la tabla se registra los resultados de la pregunta 9, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

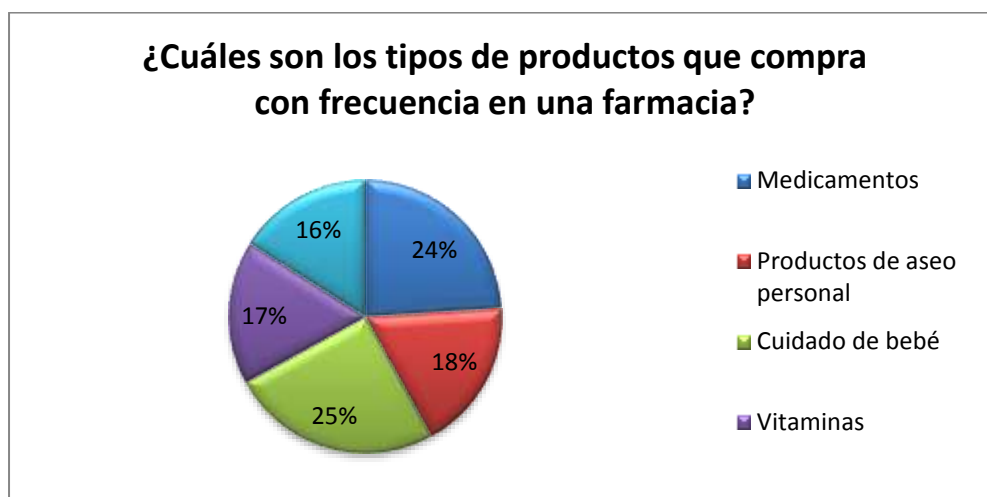


Figura 26: Pregunta 9

Nota: En la figura se registra los resultados de la pregunta 9, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

La comunidad que compra productos con frecuencia en una farmacia con el mayor porcentaje es del 25% en productos para el cuidado de bebé, y seguidamente con un 24% en la compra de medicamentos, estos datos son de vital importancia para el aprovisionamiento de productos que satisfacen las necesidades del consumidor.

- **Pregunta 10**

¿Le gustaría que una farmacia se encuentre cerca del sector en donde vive?

Tabla 23: Pregunta 10

Opciones	Número de Encuestados	Porcentajes
Si	246	68%
No	115	32%
Total	361	100%

Nota: En la tabla se registra los resultados de la pregunta 10, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.



Figura 27: Pregunta 10

Nota: En la figura se registra los resultados de la pregunta 10, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

Los pobladores indican que una farmacia se encuentre cerca del lugar de donde viven con un 68%, dado que representa una oportunidad para la creación de una farmacia en el sector de Tumbaco Barrio “Churolooma”.

3.02. Oferta

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado y a un precio dado, bien por el interés del oferente o por la determinación de la economía. Los precios no tienen que ser iguales para cada tipo de productos e incluso en un mismo producto, dos oferentes diferentes pueden decidir poner un precio diferente. (Economipedia. 2015).

3.02.01. Oferta Histórica

Para el cálculo de la oferta histórica se utiliza la siguiente fórmula:

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

- **Dónde:**

- C_n = oferta histórica
- C_o = oferta del año posterior al cálculo
- i = porcentaje del PIB
- n = exponente

Tabla 24: Cálculo de la Oferta Histórica

AÑOS	OFERTA HISTÓRICA	TASA VARIA (PIB SALUD)
2013	\$ 115.462,74	
2014	\$ 119.919,61	0,038600071
2015	\$ 125.327,98	0,045099963
2016	\$ 131.682,11	0,050700011
2017	\$ 139.082,64	0,056199965
OFERTA ACTUAL	\$ 147.497,14	0,060500023

Nota: En la tabla se registran los datos de la Oferta Histórica con los valores del Producto Interno Bruto (PIB) del Sector Salud, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

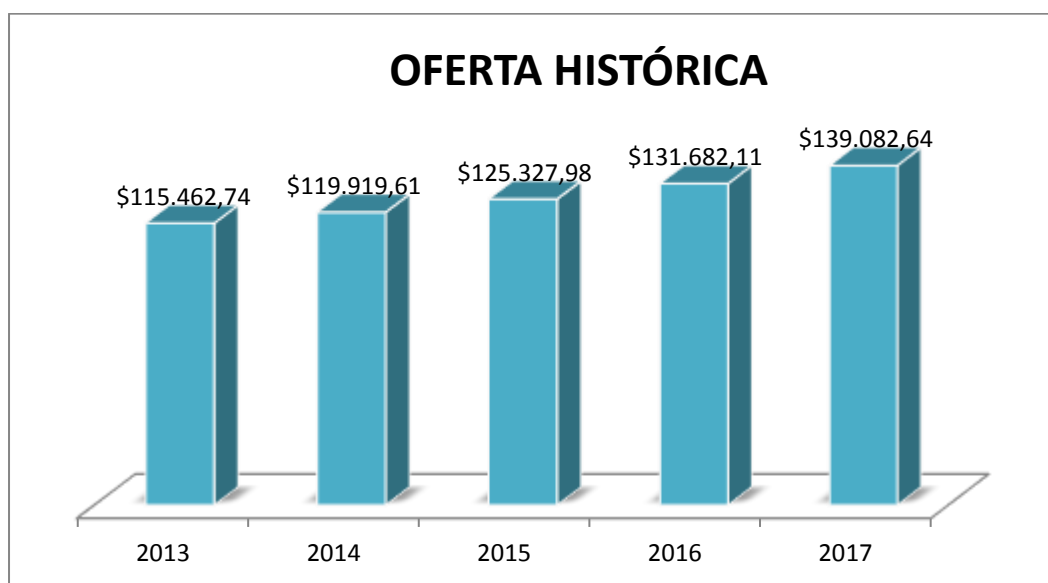


Figura 28: Oferta Histórica

Nota: En la figura se registra la Oferta Histórica con los valores del Producto Interno Bruto (PIB) del Sector Salud, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

Para determinar la Oferta Histórica se tomó los datos del Producto Interno Bruto (PIB) del Sector Salud y el total de las ventas de la Oferta Actual, de esta

manera se registraron los datos desde el año 2013 hasta el año 2017 con el fin de conocer las ventas de los años anteriores y así proyectar la Oferta.

3.02.02. Oferta Actual

Tabla 25: Ventas Anuales

Farmacias Competencia	Ventas Anuales	Porcentaje
Farmacia Medimas	\$ 86.914,29	58,92 %
Farmacia Farma Red's	\$ 60.582,86	41,07 %
Total	\$ 147.497,14	100

Nota: En la tabla se registran los datos de la Oferta Actual con las ventas anuales de cada farmacia, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

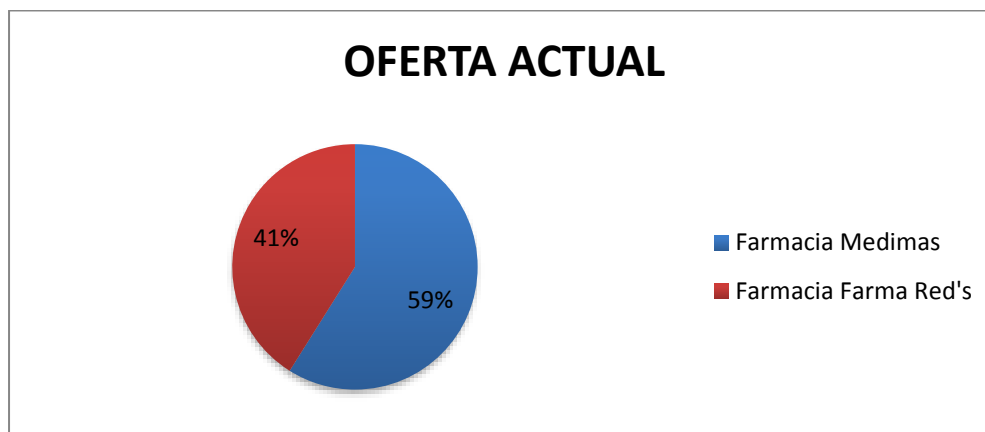


Figura 29: Ventas Anuales

Nota: En la figura se registra los resultados de las ventas anuales de cada farmacia, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

En la Oferta Actual se registran las ventas anuales de las farmacias Medimas, y Farma Red's, donde se observa que el mayor porcentaje de ventas es en la farmacia Medimas con 59% en relación a la farmacia Farma Red's con un porcentaje del 41%, esto se debe a que la mayoría de los clientes están fidelizados con la farmacia Medimas y por tal motivo las ventas aumentan en dicho establecimiento.

3.02.03. Oferta Proyectada

La Oferta Proyecta es un indicador importante para conocer las ventas futuras, su fórmula es la siguiente:

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

- **Dónde:**
 - C_n = oferta histórica
 - C_o = oferta del año posterior al cálculo
 - i = porcentaje del PIB
 - n = exponente

Tabla 26: Ventas Proyectadas de las Farmacias Medimas y Farma Red's

AÑOS	OFERTA PROYECTADA (\$)
2019	\$ 154.812,51
2020	\$ 162.490,70
2021	\$ 170.549,71
2022	\$ 179.008,41
2023	\$ 187.886,64

Nota: En la tabla se registran los datos de la Oferta Proyectada de las farmacias Medimas y Farma Red's, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

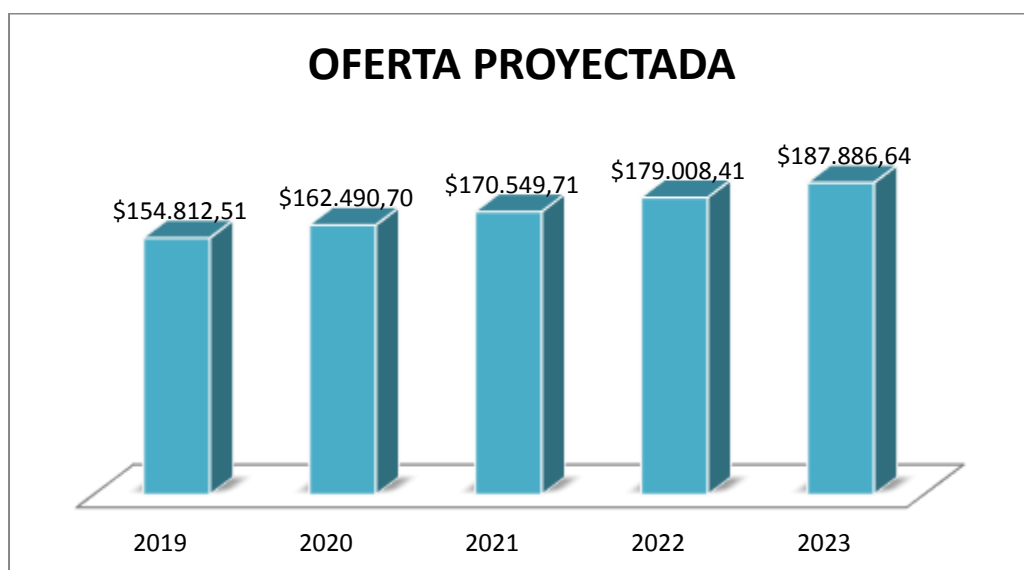


Figura 30: Ventas Proyectadas de las Farmacias Medimas y Farma Red's

Nota: En la figura se registra los resultados de las ventas anuales de cada farmacia, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

En la Oferta Proyectada se detallan las ventas futuras de la farmacia Medimas y la farmacia Farma Red's, dado que se toma el PIB (Producto Interno Bruto) del sector Salud del año 2018 para proyectar las ventas anuales en base a la fórmula de la Oferta Proyectada, desde el año 2019 hasta el año 2023 y así se establecer la oferta de los establecimientos farmacéuticos más cercanos del sector de Tumbaco Barrio "Churoloma".

3.03. Productos Sustitutos

Los productos sustitutos no son considerados como competencia directa para la farmacia "Andaluz", debido a que no se encuentra ningún Centro Naturista en el sector de "Churoloma", además se conoce que el 25% de la población compra productos para el cuidado del bebé y el solo el 16% de la comunidad prefiere

adquirir productos naturales, a través de la encuesta que fue realizada a la habitantes del sector de “Churolooma”.

3.04. Demanda

La Demanda se refiere a la cantidad de bienes o servicios que se solicitan o se desean en un determinado mercado de una economía a un precio específico. Se considera también como la cantidad de bienes y servicios que la población está dispuesto adquirir. (Banrepcultural), 2017.

3.04.01. Demanda Histórica

La Demanda Histórica consiste en analizar las ventas históricas para obtener el nivel de consumo de los años anteriores y así conocer el volumen de ingresos anualmente.

Para el cálculo de la demanda histórica se utiliza la siguiente fórmula:

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

- **Dónde:**

- C_n = demanda histórica
- C_o = demanda del año posterior al cálculo
- i = porcentaje de la inflación y crecimiento poblacional del año de cálculo
- n = exponente

Tabla 27: Demanda Histórica

AÑOS	DEMANDA HISTORICA (\$)	TASA CRECIMIENTO POBLACIÓN CONSUMO DE FÁRMACOS
2013	\$ 301.984,05	4,28%
2014	\$ 314.908,97	5,16%
2015	\$ 331.158,27	5,53%
2016	\$ 349.471,32	3,73%
2017	\$ 362.506,60	1,36%
DEMANDA ACTUAL 2018	\$ 367.436,69	1,36%

Nota: En la tabla se registran los datos de la Demanda Histórica, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

Para calcular la Demanda Histórica se tomó en cuenta la Tasa de Inflación y la Tasa de Crecimiento Poblacional desde el año 2013 hasta el año 2017 y así obtener el nivel de consumo de los años anteriores entorno a las farmacias que se encuentra en el sector de Tumbaco Barrio “Churoloma”.

3.04.02. Demanda Actual

La Demanda Actual se calculó con algunos datos de la encuesta y del Instituto de Estadísticas y Censos (INEC), del sector de Tumbaco.

Tabla 28: Datos para el cálculo de la Demanda Actual

Total de la Población	6045
Promedio de personas por hogar (INEC)	4
Demanda Total	1511
Promedio de consumo mensual	\$ 20,26
Total Demanda Mensual	\$ 30.619,72
Total Demanda Anual	\$ 367.436,69
Demanda Insatisfecha	\$ -120.966,75

Nota: En la tabla se registran los datos para el cálculo de la Demanda Actual, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

En la Demanda Actual se detalló los datos de la encuesta de la pregunta número 8, lo cual los pobladores eligieron el valor que gastan en consumir en una farmacia al mes, y el resultado que se obtuvo fue en promedio de \$ 20,26; y a través del Instituto de Estadísticas y Censos (INEC) se adquirió la población y el promedio de personas por hogar del sector de Tumbaco Barrio “Churolooma”, con el fin de conocer la demanda insatisfecha a la que se va a dirigir el presente proyecto.

3.04.03. Demanda Proyectada

En la Demanda Proyectada se registran los datos futuros para generar una planificación de ventas y un presupuesto de compras. Su fórmula es la siguiente:

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

- **Dónde:**

- C_n = demanda histórica
- C_o = demanda del año posterior al cálculo

- i = promedio de las sumatorias de la inflación y la tasa de crecimiento poblacional.
- n = exponente

Tabla 29: Demanda Proyectada

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA (\$)	TASA PROMEDIO
2019	\$ 378.005,23	
2020	\$ 388.877,75	2,8763%
2021	\$ 400.062,99	2,8763%
2022	\$ 411.569,95	2,8763%
2023	\$ 423.407,88	2,8763%

Nota: En la tabla se registran los datos de la Demanda Proyectada, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

En la Demanda Proyectada se registró los datos del total de la demanda actual multiplicado por el promedio de las sumatorias de la Inflación y la Tasa de Crecimiento Poblacional, elevado al exponente desde el 1 hasta el 5 consecutivamente y así obtener las ventas anuales desde el año 2019 hasta el 2023; y a su vez planificar las ventas futuras que los habitantes van a adquirir.

3.05. Balance Oferta - Demanda

En el Balance de la Oferta y de la Demanda se conoce si existe una demanda insatisfecha, la misma que se puede cubrir con la ejecución del presente proyecto.

3.05.01. Balance Actual

El balance actual se obtiene mediante el cálculo de la resta de la oferta global actual menos la demanda actual.

Tabla 30: Balance Actual

OFERTA ANUAL	DEMANDA ANUAL	DEMANDA INSATISFECHA	55% DE LA DEMANDA INSATISFECHA
\$ 147.497,14	\$ 367.436,69	- \$ 219.939,55	- \$ 120.966,75

Nota: En la tabla se registran los datos del Balance Actual, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

3.05.02. Balance Proyectado

El balance proyectado se obtiene de igual manera que el balance actual con la diferencia de los valores a restar son de la oferta global proyectada y demanda proyectada.

Tabla 31: Balance Proyectado

AÑOS	OFERTA PROYECTA DA (\$)	DEMANDA PROYECT (\$)	DEMANDA INSATISFE CHA (\$)	55% DE LA DEMANDA INSATISFEC HA (\$)	VENTAS MENSUAL ES	VENTAS DIARIAS
2019	\$ 154.812,51	\$ 378.005,23	-223.192,71	\$ 122.755,99	\$ 10.229,67	\$ 340,99
2020	\$ 162.490,70	\$ 388.877,75	-226.387,04	\$ 124.512,87	\$ 10.376,07	\$ 345,87
2021	\$ 170.549,71	\$ 400.062,99	-229.513,28	\$ 126.232,30	\$ 10.519,36	\$ 350,65
2022	\$ 179.008,41	\$ 411.569,95	-232.561,54	\$ 127.908,85	\$ 10.659,07	\$ 355,30
2023	\$ 187.886,64	\$ 423.407,88	-235.521,25	\$ 129.536,69	\$ 10.794,72	\$ 359,82

Nota: En la tabla se registran los datos del Balance Proyectado, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

En el Balance de la Oferta y Demanda Proyectada se procede a restar la Oferta Proyectada con la Demanda Proyectada para obtener la Demanda Insatisfecha desde el año 2019 hasta el año 2023, lo cual se registra un 55% de población insatisfecha, dado que este porcentaje se tomó de la pregunta número 4 de la encuesta, en donde los habitantes determinaron que el servicio prestado por la farmacia a la que acude es malo, y así obtener las ventas mensuales y diarias que se estiman para la farmacia “Andaluz”.

Capítulo IV

4.01. Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto, expresa la cantidad de producto o servicio, por unidad de tiempo, por esto se define en función de su capacidad de producción de bienes o prestación de servicios, durante un período de tiempo determinado. (Universidad Santo Tomas).

4.01.01. Capacidad Instalada

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular; puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc. (Jara, Luciano. 2015).

En la farmacia “Andaluz” se establecen tres áreas importantes para la correcta gestión del establecimiento a través del cumplimiento del Reglamento de Control y Funcionamiento de Establecimientos Farmacéuticos, donde se describe a continuación:

- Área Administrativa
- Área Operacional: Recepción y Almacenamiento

- Área Comercial: Caja, Dispensación y Expendio

4.01.01.01. Área Administrativa

Constituye el desarrollo del negocio mediante una gestión organizada y profesional, que permite alcanzar los objetivos de la empresa.

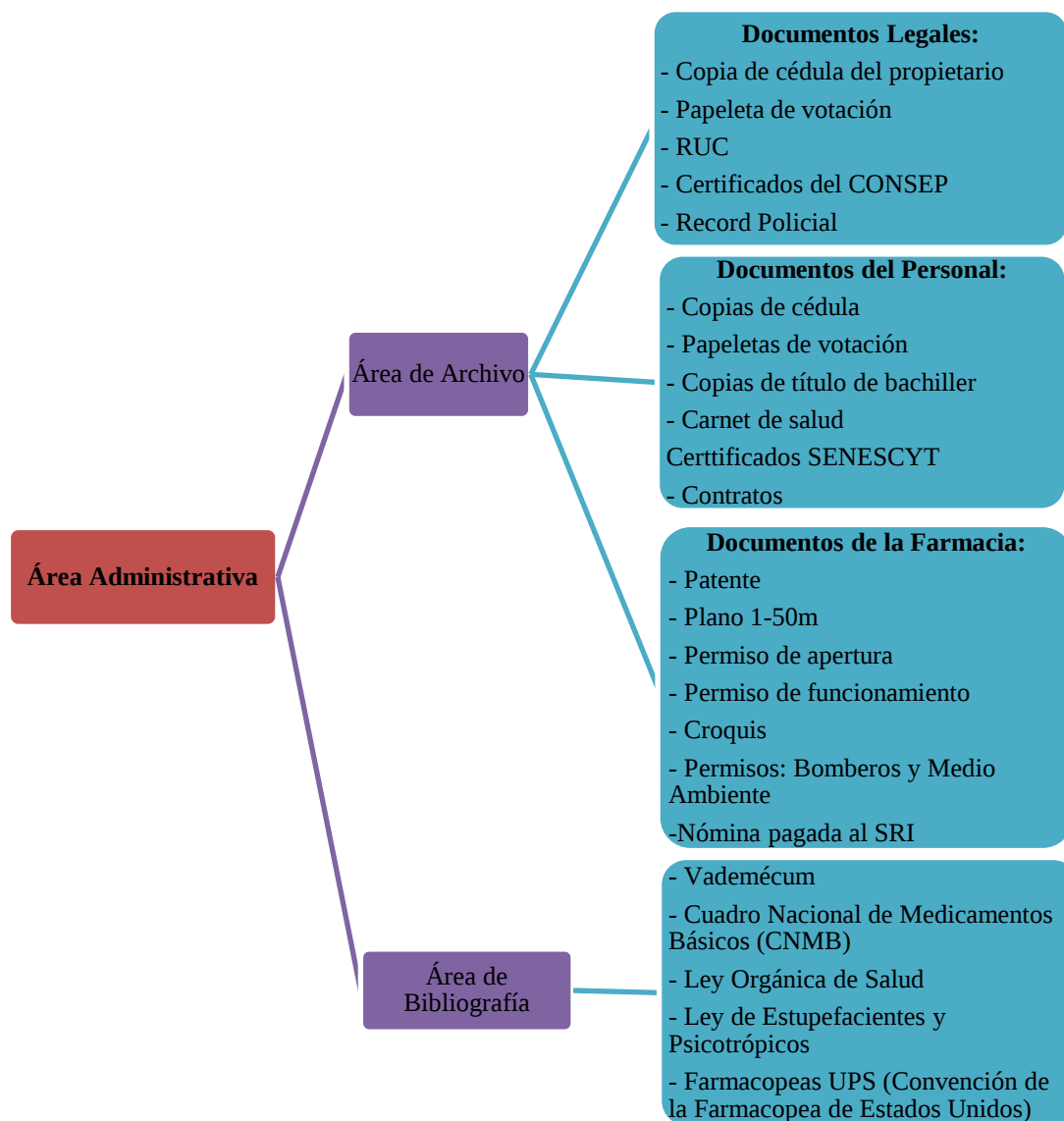


Figura 31: Área Administrativa

Nota: En la figura se detalla el Área Administrativa de la Farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados de una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

4.01.01.02. Área Operacional

Se encarga del funcionamiento de la empresa, establece las políticas, manuales, procedimientos e instrucciones de cada proceso, como es la recepción y almacenamiento en el caso de un establecimiento farmacéutico.

4.01.01.02.01. Área de Recepción

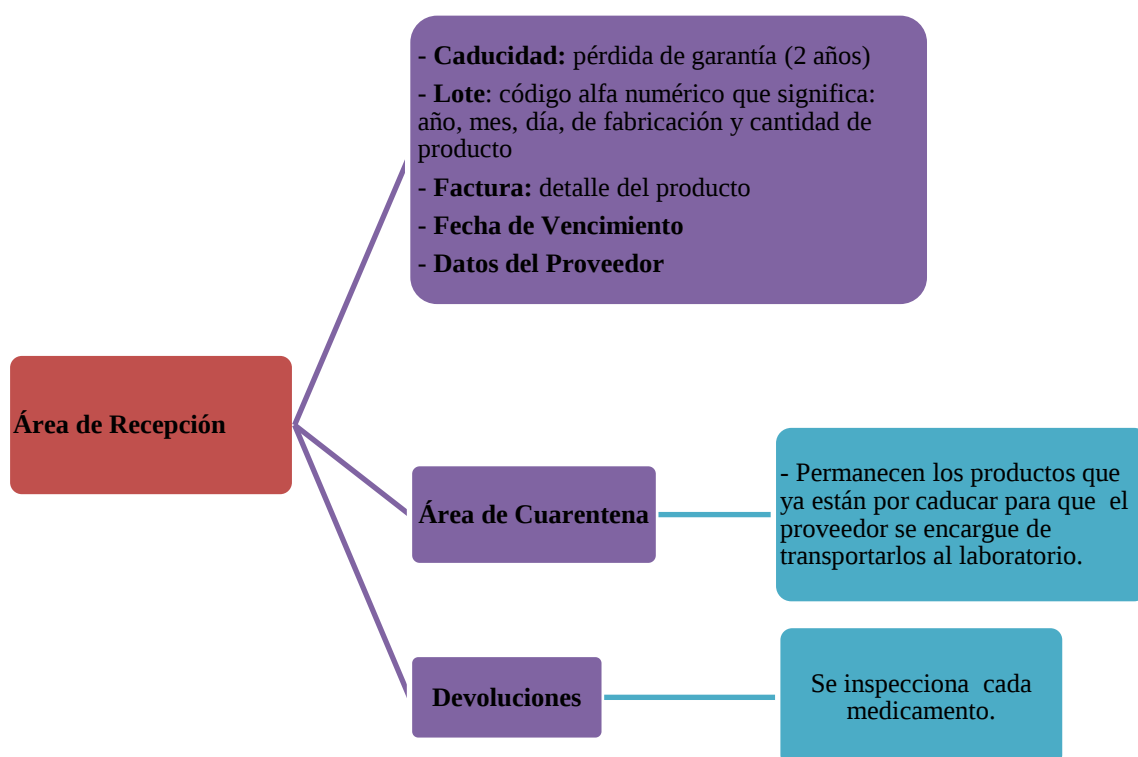


Figura 32: Área de Recepción

Nota: En la figura se detalla el Área de Recepción de la Farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados de una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

4.01.01.02.02. Área de Almacenamiento

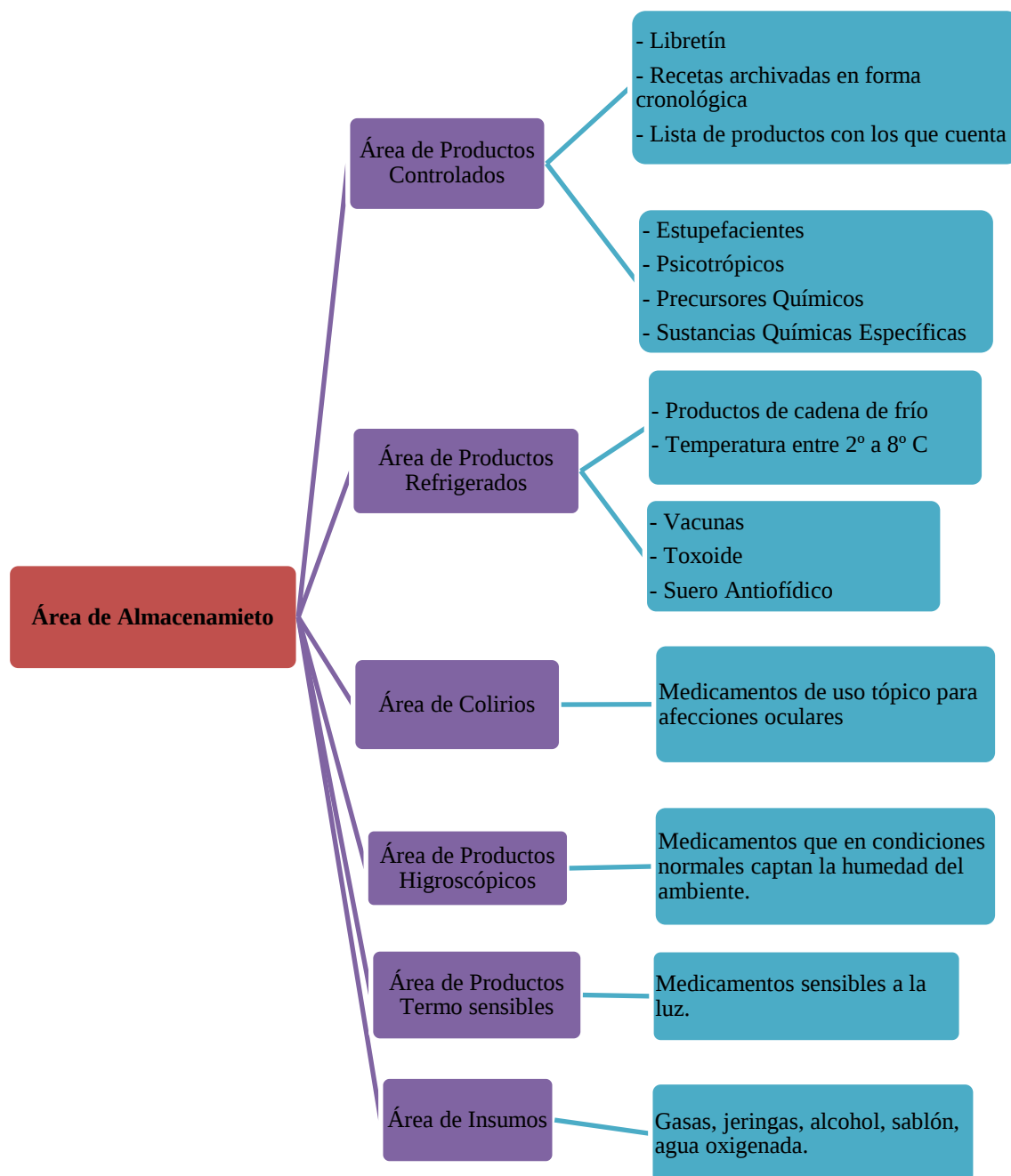


Figura 33: Área de Almacenamiento

Nota: En la figura se detalla el Área de Recepción de la Farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados de una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

4.01.01.03. Área Comercial

El Área Comercial es la responsable de procurar la relación con los clientes y la consecución de los objetivos de venta, es decir, son la fuente principal de ingresos.

4.01.01.03.01. Área de Caja

La caja permite calcular y registrar las transacciones comerciales de la farmacia, a través de facturas que se entregan al cliente, para llevar organizadamente la contabilidad de la empresa.

4.01.01.03.02. Área de Dispensación y Expendio

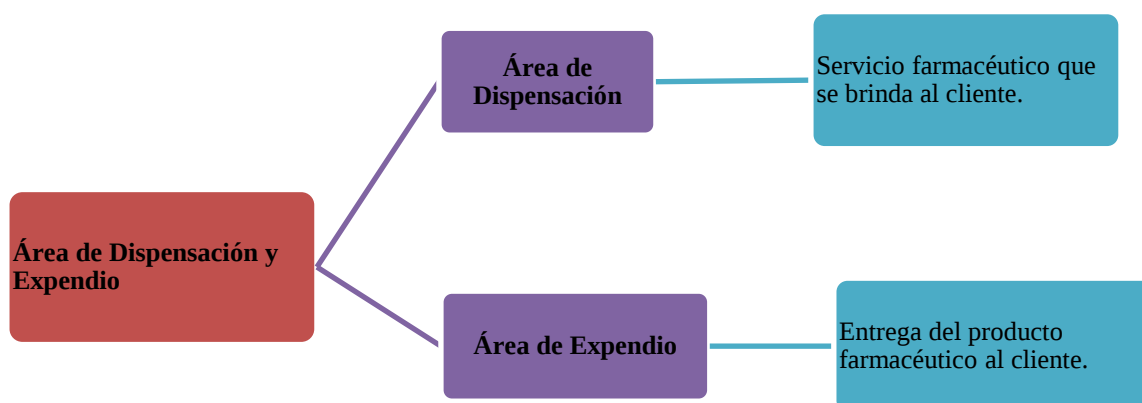


Figura 34: Área de Dispensación y Expendio

Nota: En la figura se detalla el Área de Dispensación y Expendio de la Farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados de una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

4.01.02. Capacidad Óptima

Se considera capacidad óptima cuando un proyecto opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.

Para la apertura del establecimiento farmacéutico se requiere de:

- Activos Fijos
- Gastos de los Sueldos
- Beneficios sociales de los trabajadores.

Tabla 32: Activos Fijos – Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	
Tablero ranurado 240cm - 210cm - 1,5cm	2	\$ 65,00	\$ 130,00	
Ganchos 15cm - 7cm - 2,5cm pqt. X 10und	5	\$ 3,50	\$ 17,50	
Ganchos 30cm - 7cm - 2,5cm pqt. X 10und	5	\$ 6,50	\$ 32,50	
Vitrina Panorámica 100cm x 50cm	2	\$ 180,00	\$ 360,00	
Mini Refrigerador Mabe 5,0	1	\$ 200,00	\$ 200,00	
Candado Viro 75cm	2	\$ 20,00	\$ 40,00	
Candado con alarma	1	\$ 15,00	\$ 15,00	
Barras protectoras de candado enrollable 2,13cm	1	\$ 21,00	\$ 21,00	
Banco plástico confort	2	\$ 5,00	\$ 10,00	
Basurero pedal 8lt	2	\$ 5,50	\$ 11,00	
Puerta de aluminio y vidrio 2,05m 1,6m	1	\$ 150,00	\$ 150,00	
Escalera dos escalones plegable aluminio	1	\$ 18,00	\$ 18,00	
Silla de oficina giratoria ergonómica	1	\$ 105,00	\$ 105,00	
Escritorio recto con arturito	1	\$ 320,00	\$ 320,00	
Modulo ángulo interno con repisa de counter	1	\$ 75,00	\$ 75,00	
Rótulo marco con lona de 1,50cm X 1,50cm	1	\$ 120,00	\$ 120,00	
Rótulo caja de luz de 10,40cm X 1,10cm	1	\$ 800,00	\$ 800,00	
Percha metálica de 5 servicios	2	\$ 50,00	\$ 100,00	
Percha metálica de 7 servicios	3	\$ 90,00	\$ 270,00	
Instalación de Internet	1	\$ 100,00	\$ 100,00	
Caja de billetes bematech	1	\$ 110,00	\$ 110,00	

Letrero frontal grande	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Letrero frontal pequeño	1	\$ 50,00	\$ 50,00
SUBTOTAL			\$ 3.175,00
IVA 12%			\$ 381,00
TOTAL			\$ 3.556,00

Nota: En la tabla se registran los Activos Fijos para la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Tabla 33: Activos Fijos – Equipos de Computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNT.	VALOR TOTAL
Laptop HP	1	\$ 350,00	\$ 350
Impresora para facturas de rollo Epson	1	\$ 230,00	\$ 230,00
Lector código barra pistola escáner One	1	\$ 170,00	\$ 170,00
Software SICAR	1	\$ 890,00	\$ 890,00
Computadora de escritorio	1	\$ 535,00	\$ 535,00
Impresora Epson	1	\$ 340,00	\$ 340,00
VALOR			\$ 2.515,00
IVA 12%			\$ 301,80
TOTAL			\$ 2.816,80

Nota: En la tabla se registran los Activos Fijos para la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Tabla 34: Activos Fijos – Equipos de Oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Calculadora Casio	1	\$ 13,00	\$ 13,00
Dispensador de Agua	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Termohigrómetro 20cm X 10cm	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Archivador	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Teléfono inalámbrico Panasonic	1	\$ 28,00	\$ 28,00
Alarma	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Extintor 10lb	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Dispensador de cinta	1	\$ 6,50	\$ 6,50

SUBTOTAL	\$ 317,50
IVA 12%	\$ 38,10
TOTAL	\$ 355,60

Nota: En la tabla se registran los Activos Fijos para la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

4.02. Localización

La localización analiza los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, es decir en donde se obtenga la ganancia máxima. (Universidad Santo Tomás).

4.02.01. Macro Localización

El proyecto se efectuará en el País de Ecuador, en la Provincia de Pichincha, Cantón Quito, Parroquia Tumbaco, Barrio “Churolooma”; debido a su ubicación estratégica y por la constante afluencia de personas que favorecen la zona comercial.



Figura 35: Macro Localización

Nota: En la figura se detalla la Macro localización de la Farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados de Google Maps, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

4.02.02. Micro Localización

En la Micro Localización se especifica la ubicación exacta de la farmacia “Andaluz”, donde se localizará en la Parroquia de Tumbaco, Barrio “Churoloma”, calle principal Gonzalo Pizarro, y calle Las Minas, (esquina).

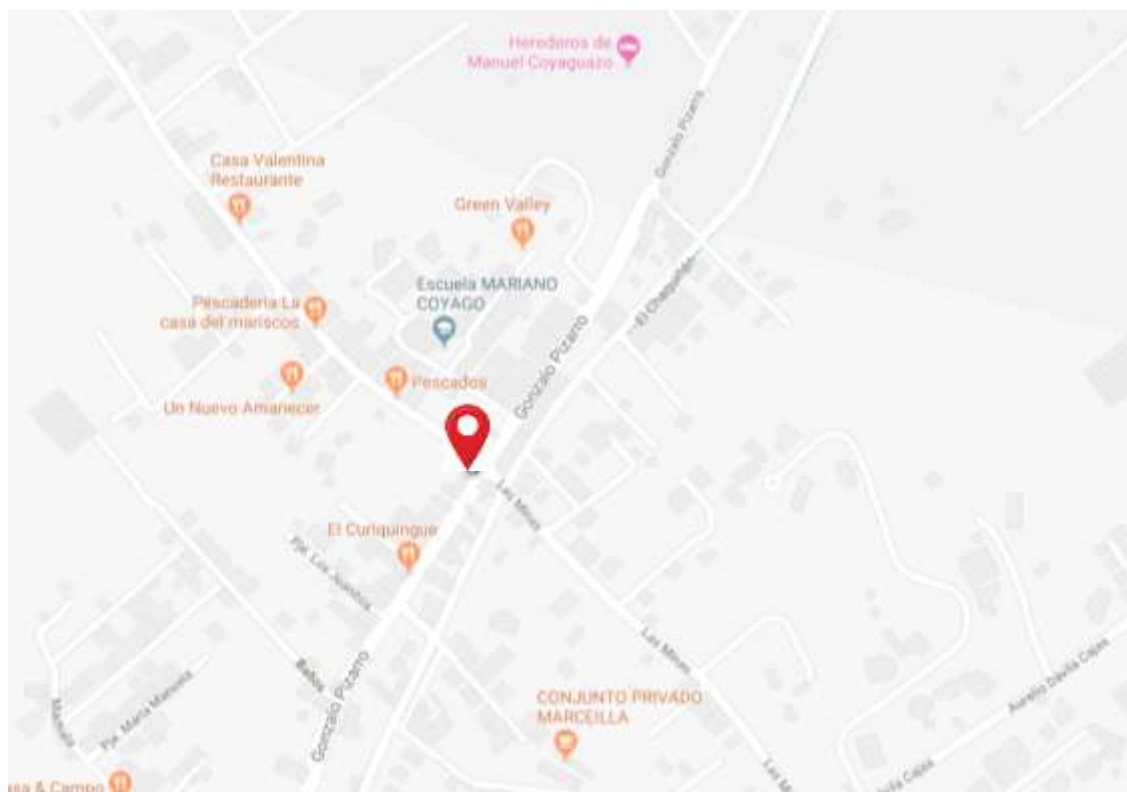


Figura 36: Micro Localización

Nota: En la figura se detalla la Macro localización de la Farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados de Google Maps, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

4.02.03. Localización Óptima

La farmacia “Andaluz” se ubicará entre la calle principal Gonzalo Pizarro y la calle Las Minas, debido a la alta zona comercial del sector, en donde se encuentran establecimientos educativos, tiendas, locales de comida, varios conjuntos residenciales, y diversos pasajes que conforman el Barrio de “Churoloma”.

4.02.03.01. Método Cualitativo por Puntos

El Método Cualitativo por Puntos consiste en la comparación de localizaciones, en donde se califica de acuerdo a una escala predeterminada, como por ejemplo de 0 a 10. La suma de las calificaciones ponderadas permitirá seleccionar la localización que acumule el mayor puntaje. (Cárdenas, J. 2014).

Para establecer el Método Cualitativo por Puntos la suma del peso debe de ser 1 y la calificación se registra de 1 a 5 y así obtener la calificación ponderada.

Tabla 35: Método Cualitativo por Puntos

Factores de Localización	Peso	Calle Gonzalo Pizarro		Calle Las Minas	
		Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
Servicios Básicos	0,25	5	1,25	5	1,25
Afluencia de Personas	0,25	5	1,25	4	1,00
Locales de Arriendo	0,20	4	0,80	3	0,60
Negocios Complementarios	0,15	2	0,30	2	0,30
Medio de transporte	0,15	4	0,60	2	0,30
Total	1		4,20		3,45

Nota: En la tabla se registran el Método Cualitativo por Puntos para la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

De acuerdo al Método Cualitativo por Puntos se registra que la calle Gonzalo Pizarro es la indicada para la localización de la farmacia “Andaluz”, por contar con servicios básicos, tiene la mayor afluencia de personas, además cuenta con algunos locales de arriendo y existe varios medios de transporte para acudir al establecimiento, como es la alta concurrencia de buses y de taxis.

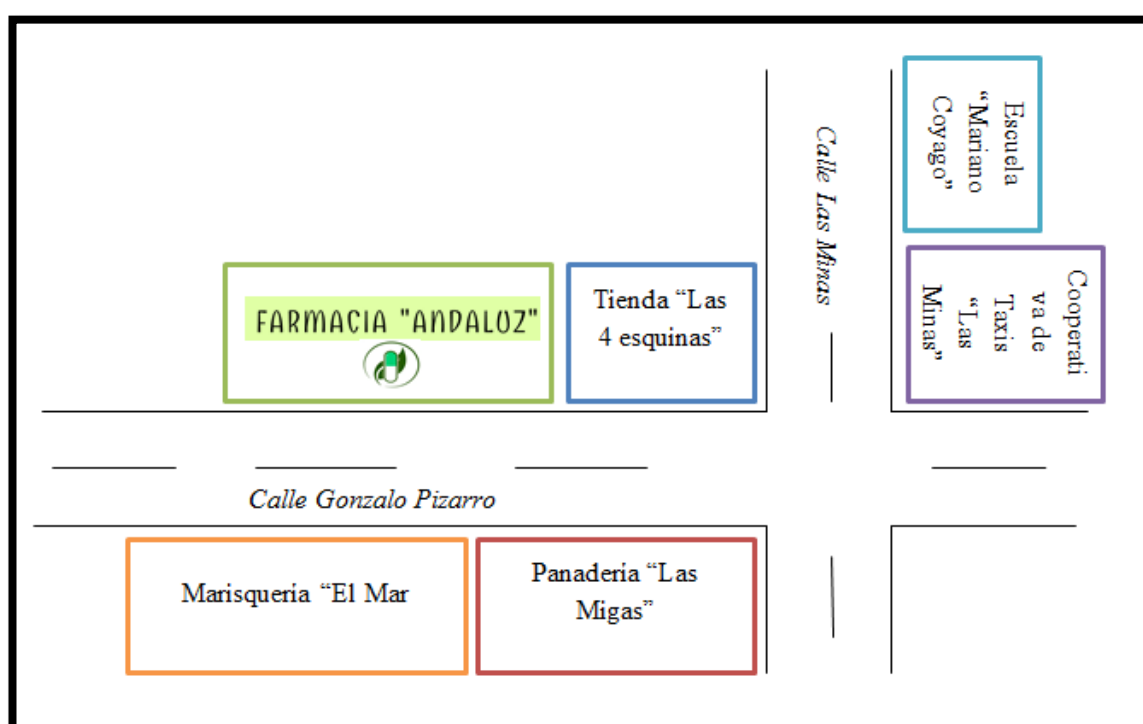


Figura 37: Localización Óptima

Nota: En la figura se detalla la Localización Óptima de la Farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados de una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

4.03. Ingeniería del Producto

La Ingeniería del Producto se encarga de realizar todos los cálculos necesarios para determinar el consumo de materiales o recursos requeridos, según los detalles solicitados por los clientes, a través del Área Comercial o de Producción. (Sánchez, Y. 2016.)

4.03.01. Definición del ByS

Los Bienes y Servicios constituyen un valor importante para el correcto funcionamiento de un establecimiento farmacéutico, lo cual depende del cumplimiento de normas, artículos, leyes y reglamentos que determina el Ministerio de Salud Pública, para administrar de una manera eficiente la farmacia a través del seguimiento de los procesos, ya sean administrativos u operacionales con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes, y así brindar un servicio farmacéutico de calidad con una variabilidad de productos.

4.03.02. Distribución de Planta

En la farmacia “Andaluz” se distribuirá de forma accesible todas las áreas para mayor comodidad tanto para los clientes internos y externos, con la elaboración de un diseño moderno para destacar sus detalles entre la competitividad farmacéutica. El plano del establecimiento farmacéutico es de 42 m² en cual contará con acabados que se determinan en el Reglamento de Control y Funcionamiento de Establecimientos Farmacéuticos, para brindar un excelente servicio a los habitantes del sector de Tumbaco, Barrio “Churolooma”.

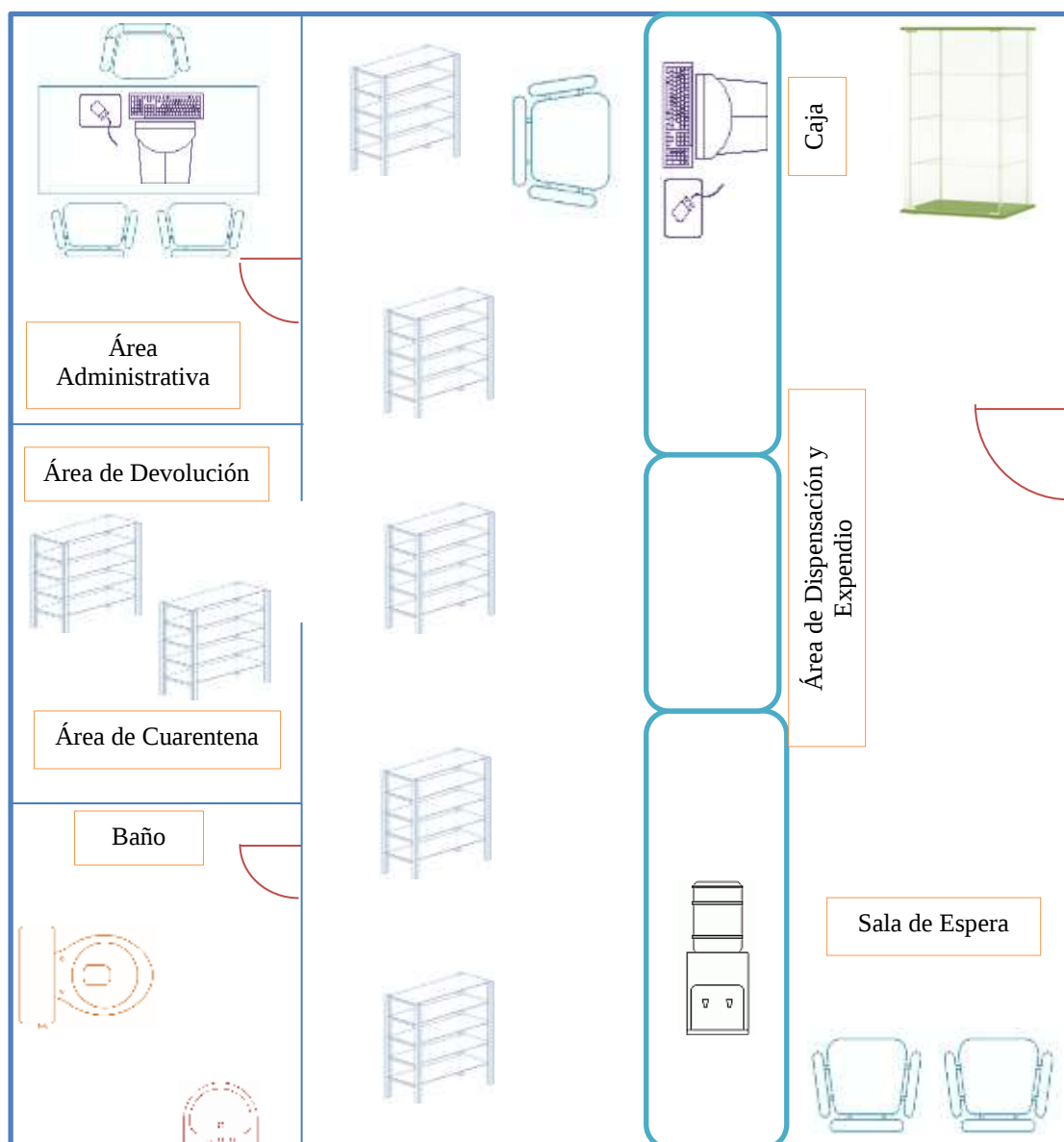


Figura 38: Distribución de Planta

Nota: En la figura se detalla la Distribución de Planta de la Farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados de una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

4.03.03. Proceso Productivo

Consiste en el conjunto de procesos que se llevan a cabo en el establecimiento farmacéutico para efectuarse de forma ordenada y secuencial, los procesos más importantes son:

1. Aprovisionamiento

Consiste en la selección del medicamento, la selección del proveedor y la programación.

2. Adquisición

Es la compra de productos farmacéuticos al proveedor.

3. Almacenamiento y Distribución

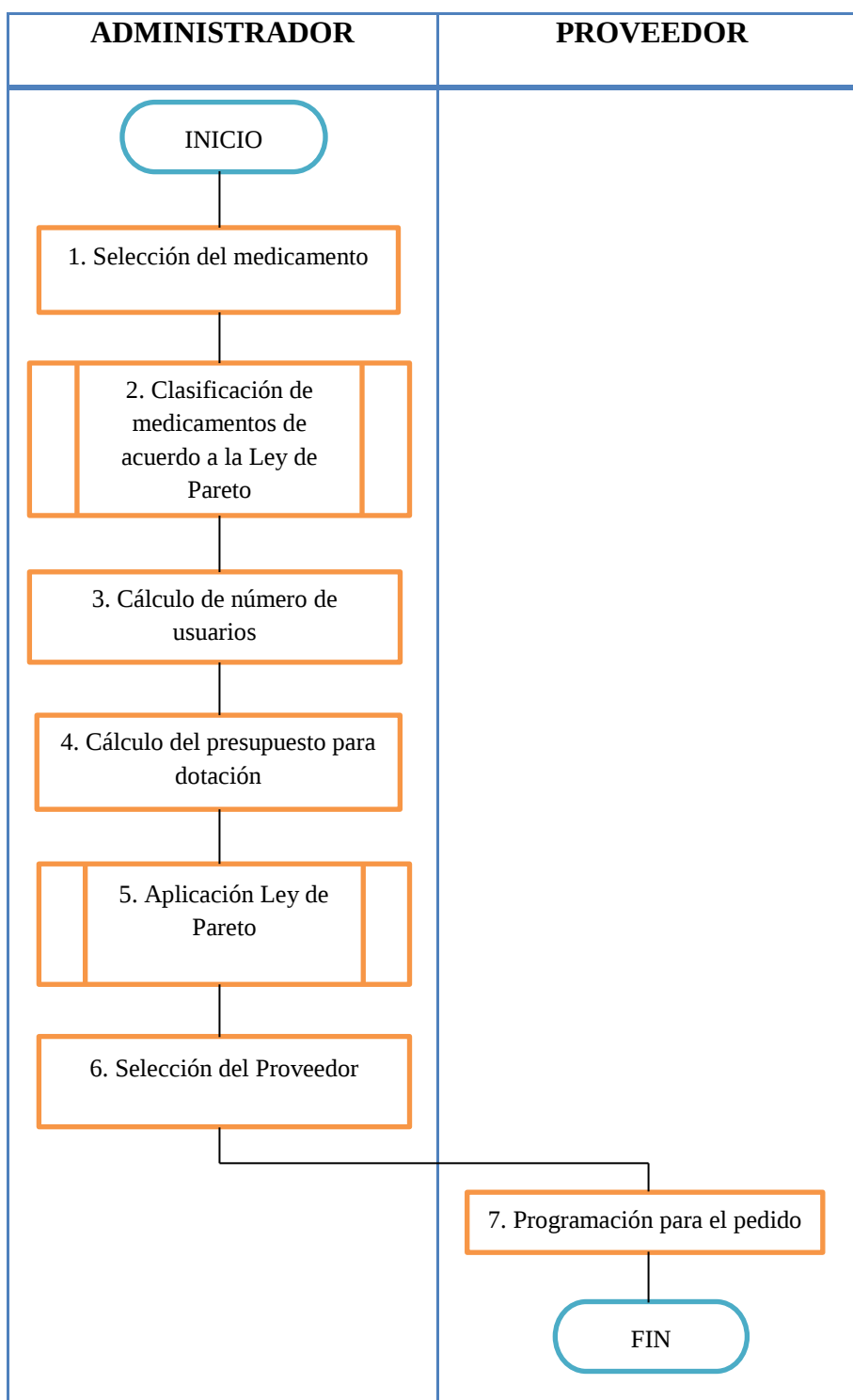
Es la ubicación de los productos en la bodega bajo condiciones locativas, ambientales, físicas e higiénicas.

4. Control de Inventario

Verificar el stock de los medicamentos en relación del sistema con el físico.

4.03.03.01. Proceso de Aprovisionamiento

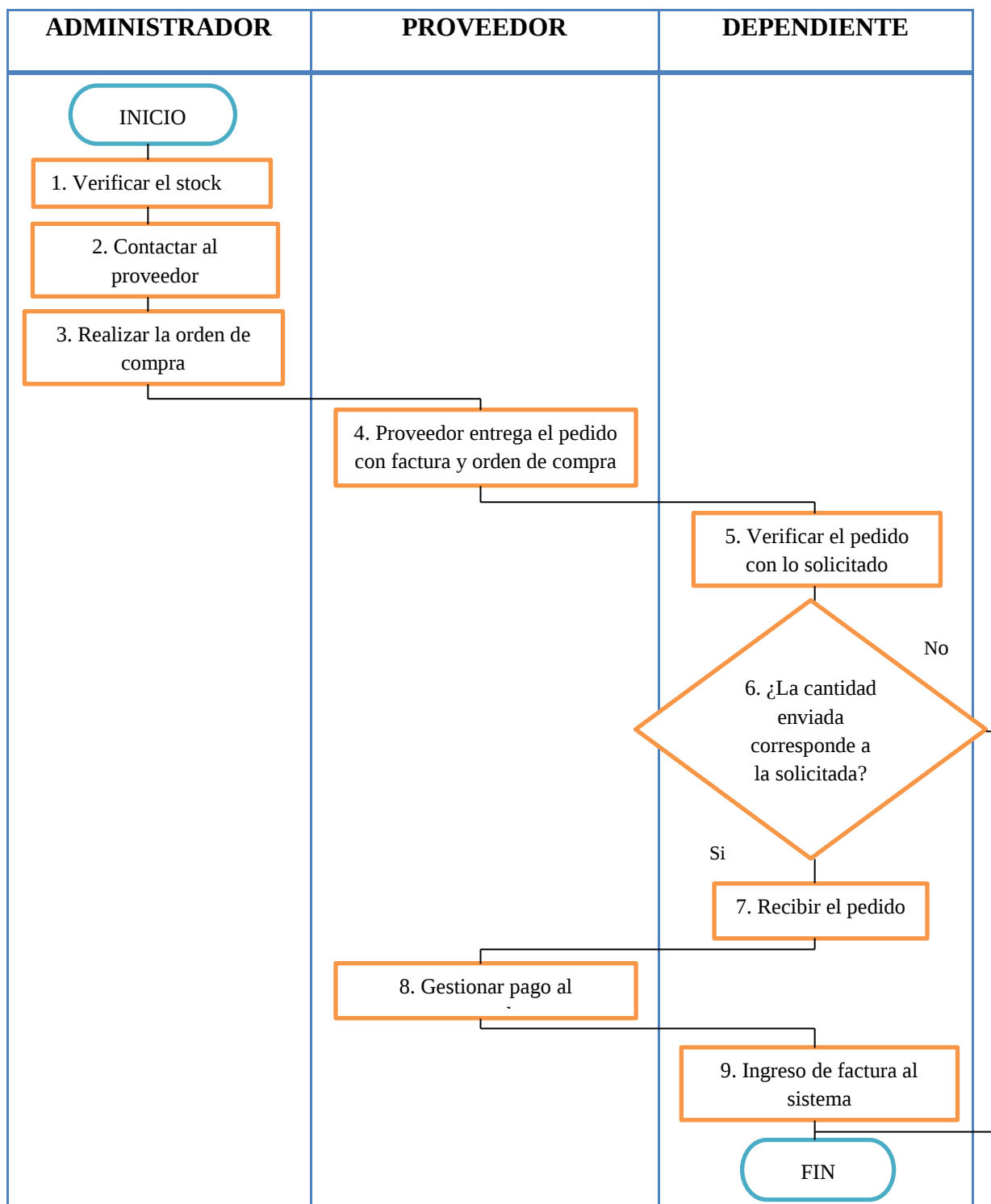
Tabla 36: Proceso de Aprovisionamiento



Nota: En la tabla se registra el Proceso de Aprovisionamiento para la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez

4.03.03.02. Proceso de Adquisición

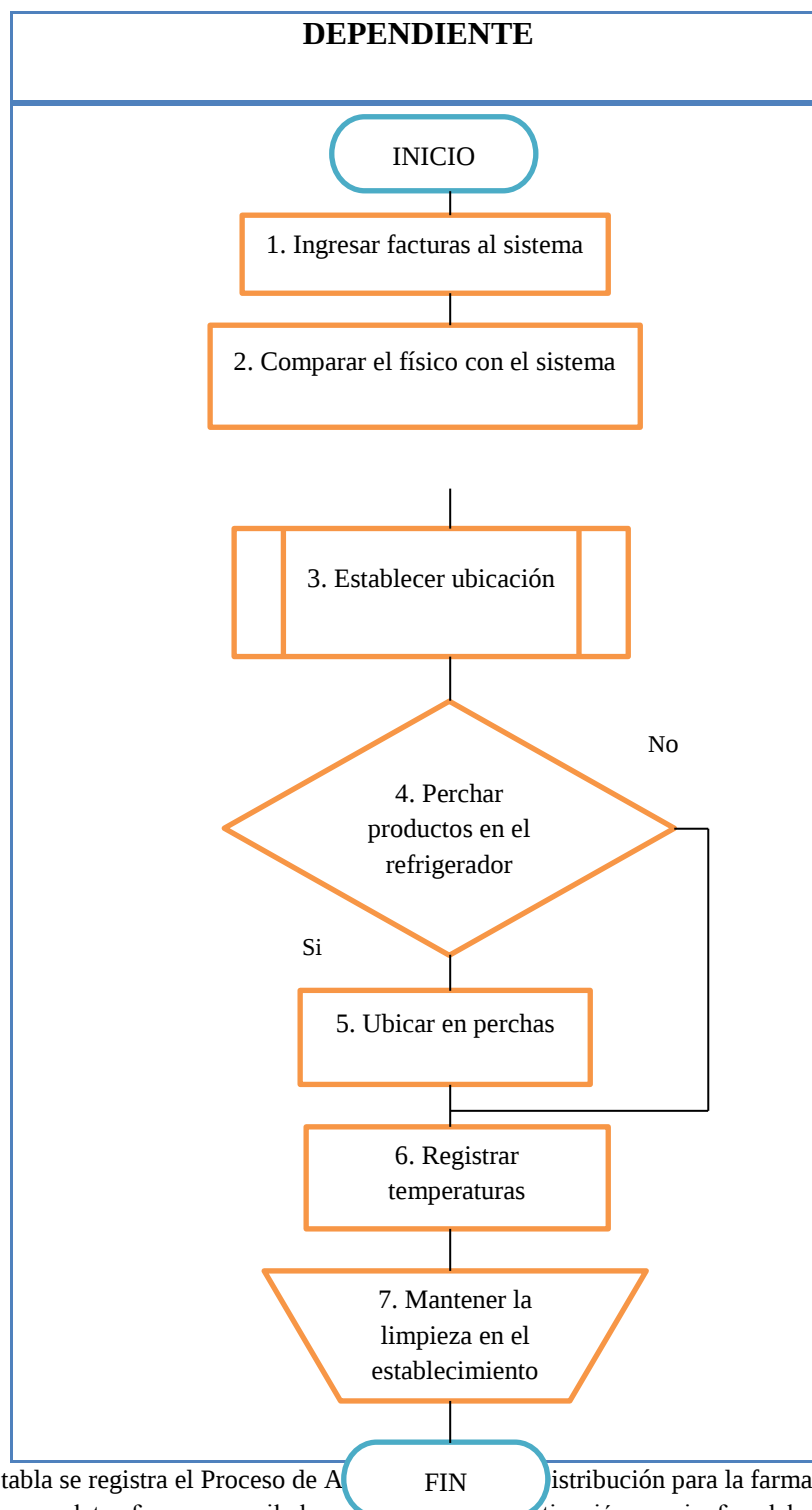
Tabla 37: *Proceso de Adquisición*



Nota: En la tabla se registra el Proceso de Adquisición para la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

4.03.03.03. Proceso de Almacenamiento y Distribución

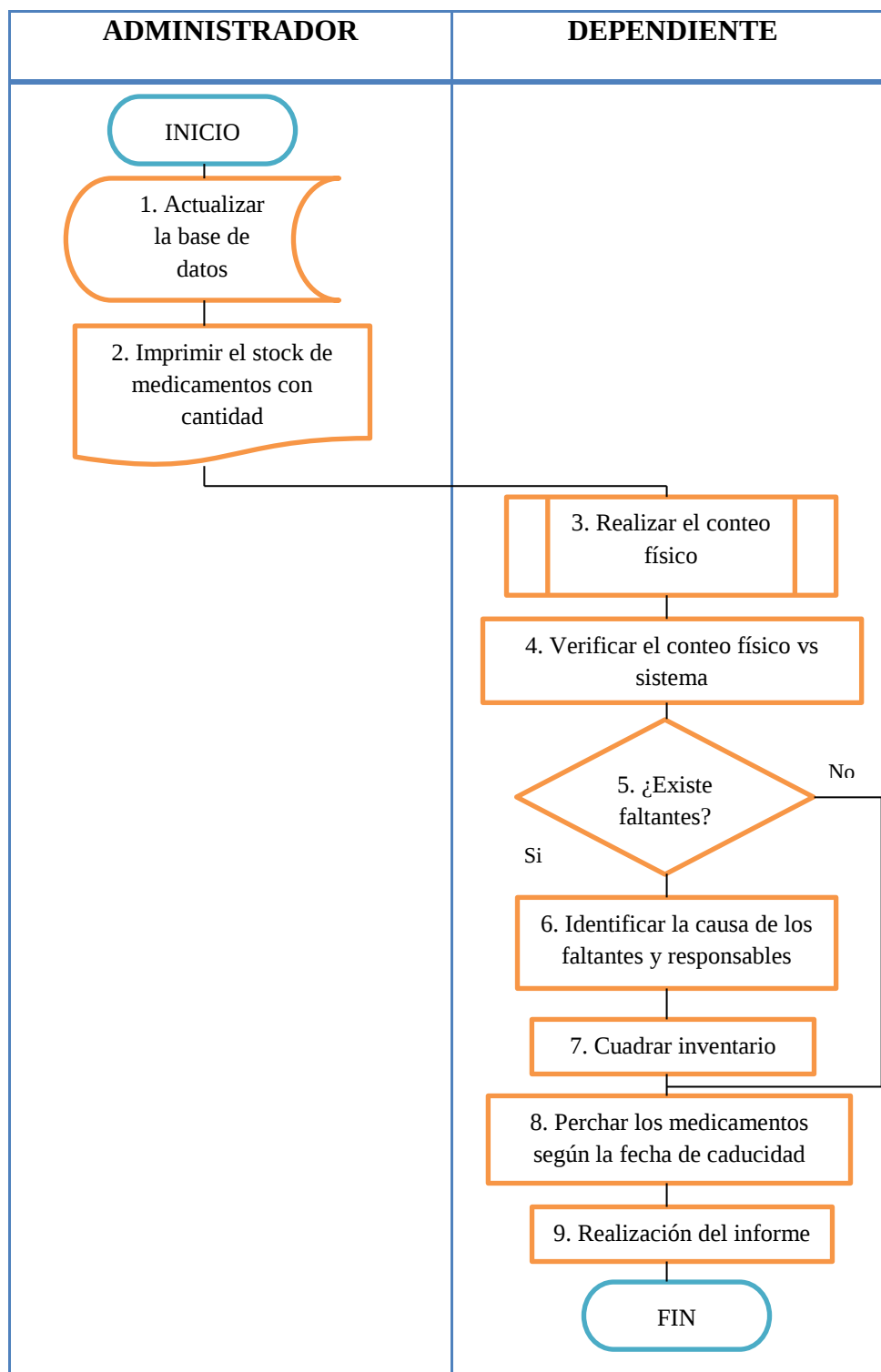
Tabla 38: Proceso de Almacenamiento y Distribución



Nota: En la tabla se registra el Proceso de Almacenamiento y Distribución para la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

4.03.03.04. Proceso de Control de Inventario

Tabla 39: *Proceso de Control de Inventario*



Nota: En la tabla se registra el Proceso de Control de Inventario para la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

4.03.04. Maquinaria

La farmacia “Andaluz” es un establecimiento farmacéutico dedicado a la dispensación y expendio de medicamentos, por lo tanto no cuenta con maquinaria debido a que no produce bienes o servicios, cabe señalar que solo es una empresa comercializadora y no una empresa fabricante.

4.03.05. Equipos

Son todos los bienes adquiridos por la farmacia “Andaluz” para la realización de sus operaciones, los cuales se detallan en equipos de computación, equipos de oficina, en muebles y enseres.

Tabla 40: Equipos de Computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNT.	VALOR TOTAL
Laptop HP	1	\$ 350,00	\$ 350
Impresora para facturas de rollo Epson	1	\$ 230,00	\$ 230,00
Lector código barra pistola escáner One	1	\$ 170,00	\$ 170,00
Software SICAR	1	\$ 890,00	\$ 890,00
Computadora de escritorio	1	\$ 535,00	\$ 535,00
Impresora Epson	1	\$ 340,00	\$ 340,00
		VALOR	\$ 2.515,00
		IVA 12%	\$ 301,80
		TOTAL	\$ 2.816,80

Nota: En la tabla se registran los Equipos de Computación para la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Tabla 41: Equipos de Oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Calculadora Casio	1	\$ 13,00	\$ 13,00
Dispensador de Agua	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Termohigrómetro 20cm X 10cm	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Archivador	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Teléfono inalámbrico Panasonic	1	\$ 28,00	\$ 28,00
Alarma	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Extintor 10lb	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Dispensador de cinta	1	\$ 6,50	\$ 6,50
SUBTOTAL			\$ 317,50
IVA 12%			\$ 38,10
TOTAL			\$ 355,60

Nota: En la tabla se registra los Equipos de Oficina para la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Tabla 42: Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Tablero ranurado 240cm - 210cm - 1,5cm	2	\$ 65,00	\$ 130,00
Ganchos 15cm - 7cm - 2,5cm pqt. X 10und	5	\$ 3,50	\$ 17,50
Ganchos 30cm - 7cm - 2,5cm pqt. X 10und	5	\$ 6,50	\$ 32,50
Vitrina Panorámica 100cm x 50cm	2	\$ 180,00	\$ 360,00
Mini Refrigerador Mabe 5,0	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Candado Viro 75cm	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Candado con alarma	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Barras protectoras de candado enrollable 2,13cm	1	\$ 21,00	\$ 21,00
Banco plástico confort	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Basurero pedal 8lt	2	\$ 5,50	\$ 11,00
Puerta de aluminio y vidrio 2,05m 1,6m	1	\$ 150,00	\$ 150,00

Escalera dos escalones plegable aluminio	1	\$ 18,00	\$ 18,00
Silla de oficina giratoria ergonómica	1	\$ 105,00	\$ 105,00
Escritorio recto con arturito	1	\$ 320,00	\$ 320,00
Modulo ángulo interno con repisa de counter	1	\$ 75,00	\$ 75,00
Rótulo marco con lona de 1,50cm X 1,50cm	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Rótulo caja de luz de 10,40cm X 1,10cm	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Percha metálica de 5 servicios	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Percha metálica de 7 servicios	3	\$ 90,00	\$ 270,00
Instalación de Internet	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Caja de billetes bematech	1	\$ 110,00	\$ 110,00
Letrero frontal grande	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Letrero frontal pequeño	1	\$ 50,00	\$ 50,00
		SUBTOTAL	\$ 3.175,00
		IVA 12%	\$ 381,00
		TOTAL	\$ 3.556,00

Nota: En la tabla se registra los Muebles y Enseres para la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

Para detallar los equipos de computación, equipos de oficina, muebles y enseres se tomó de los activos fijos que se registran en la farmacia “Andaluz”, dado que todos estos bienes son necesarios para el adecuado funcionamiento de cada proceso operacional y administrativo del establecimiento, y a su vez se consideran bienes tangibles que son propiedad del negocio para lo cual son se van a convertir en líquido, pero sobre todo son bienes duraderos para un largo tiempo de utilización.

Capítulo V

5.01. Ingresos Operacionales y No Operacionales

Los ingresos operacionales resultan ser la ejecución de las actividades de la organización, mientras que los ingresos no operacionales son actividades ajenas que se obtienen de forma indirecta.

En la farmacia “Andaluz” se registran los ingresos operacionales constituidos por su mercadería como son los productos farmacéuticos o productos de higiene personal.

Tabla 43: Ingresos Operacionales

Consumidores	6045
Promedio consumo mensual individual	\$ 0,02
Total Mensual consumidores	\$ 0,02
Total Anual consumidores	\$ 0,08
Demanda insatisfecha	\$ 223.192,71
Se tomará el 55% de la Demanda insatisfecha	\$ 122.755,99
Promedio ventas mensual	\$ 10.229,67

Nota: En la tabla se registra los Ingresos Operacionales de la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

En los Ingresos Operacionales de la farmacia “Andaluz” se calcularon de acuerdo al 55% de la demanda insatisfecha de la población, porque no se cuenta con los suficientes recursos para cubrir todas las necesidades de los habitantes, además que el 55% se relaciona con las preguntas de la encuesta en donde los pobladores calificaron como malo al servicio prestado por las farmacias a la que acuden.

5.02. Costos y Gastos

Los costos son desembolsos causados por el proceso de fabricación de un producto, o por la prestación de un servicio, en cambio los gastos son los desembolsos causados por la administración de la empresa, para la consecución de un bien tangible.

5.02.01. Costo Directo

Los costos directos se asocian con la obtención de un producto o servicio que proporciona la empresa, en el caso de los establecimientos farmacéuticos se relaciona con la cantidad de fondos monetarios para adquirir mercadería y la mano de obra directa.

Tabla 44: Costo Directo

Stock básico para iniciar	\$ 15.344,50
Costo mercadería anual	\$ 184.133,99

Nota: En la tabla se registra el Costo Directo de la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Análisis

En el Costo Directo se calculó del promedio de ventas mensuales para obtener el stock inicial de productos farmacéuticos y la mercadería anual que se utilizará para el establecimiento, considerando que en el farmacia “Andaluz” se abastecerá de medicamentos para promedio de 2 meses, y a través de estrategias se dispensarán correctamente cada producto.

Tabla 45: Sueldo y Salario del Administrador

	2019	2020	2021	2022	2023
SUELDO	\$ 520,00	\$ 547,73	\$ 576,93	\$ 607,69	\$ 640,10
DECIMO 13	\$ 43,33	\$ 45,64	\$ 48,08	\$ 50,64	\$ 53,34
DECIMO 14	\$ 33,88	\$ 35,69	\$ 37,59	\$ 39,60	\$ 41,71
VACACIONES	\$ 21,67	\$ 22,82	\$ 24,04	\$ 25,32	\$ 26,67
APORTE	\$ 63,18	\$ 66,55	\$ 70,10	\$ 73,83	\$ 77,77
PATRONAL					
APORTE	\$ 49,14	\$ 51,76	\$ 54,52	\$ 57,43	\$ 60,49
PERSONAL					
FONDOS DE	\$ -	\$ 45,64	\$ 48,08	\$ 50,64	\$ 53,34
RESERVA					
SUB TOTAL	\$ 682,06	\$ 764,07	\$ 804,81	\$ 847,73	\$ 892,93
TOTAL	\$ 8.184,74	\$ 9.168,89	\$ 9.657,78	\$ 10.172,74	\$ 10.715,16
ANUAL					

Nota: En la tabla se registra el Sueldo y Salario del Administrador de la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Tabla 46: Sueldo y Salario del Dependiente

	2019	2020	2021	2022	2023
SUELDO	\$ 406,58	\$ 428,26	\$ 451,10	\$ 475,15	\$ 500,48
DECIMO 13	\$ 33,88	\$ 35,69	\$ 37,59	\$ 39,60	\$ 41,71
DECIMO 14	\$ 33,88	\$ 35,69	\$ 37,59	\$ 39,60	\$ 41,71
VACACIONES	\$ 16,94	\$ 17,84	\$ 18,80	\$ 19,80	\$ 20,85
APORTE PATRONAL	\$ 49,40	\$ 52,03	\$ 54,81	\$ 57,73	\$ 60,81
APORTE PERSONAL	\$ 38,42	\$ 40,47	\$ 42,63	\$ 44,90	\$ 47,30
FONDOS DE RESERVA	\$ 0,00	\$ 35,69	\$ 37,59	\$ 39,60	\$ 41,71
SUB TOTAL	\$ 540,69	\$ 605,20	\$ 637,47	\$ 671,46	\$ 707,27
TOTAL ANUAL	\$ 6.488,23	\$ 7.262,45	\$ 7.649,69	\$ 8.057,58	\$ 8.487,22

Nota: En la tabla se registra el Sueldo y Salario del Dependiente de la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

5.02.02. Costos Indirectos

Los Costos Indirectos afectan al proceso productivo en varias actividades de la empresa, dado que aplica en uno o más productos.

Tabla 47: Sueldo y Salario del Bioquímico

	2019	2020	2021	2022	2023
SUELDO	\$ 200,00	\$ 210,66	\$ 221,90	\$ 233,73	\$ 246,19
DECIMO 13					
DECIMO 14					
VACACIONES					
APORTE PATRONAL					
APORTE PERSONAL					

FONDOS DE RESERVA					
SUB TOTAL	\$ 200,00	\$ 210,66	\$ 221,90	\$ 233,73	\$ 246,19
TOTAL ANUAL	\$ 2.400,00	\$ 2.527,97	\$ 2.662,76	\$ 2.804,74	\$ 2.954,30

Nota: En la tabla se registra el Sueldo y Salario del Bioquímico de la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

5.02.03. Gastos Administrativos

Los Gastos Administrativos son los gastos que están relacionados con la organización, además permite el desarrollo eficiente y coordinado de la actividad global de la empresa y se manifiestan contablemente.

Tabla 48: Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS	VALOR \$
Sueldo Bioquímico	\$ 2.400,00
Depreciación Muebles y Enseres	\$ 355,60
Depreciación Equipos de oficina	\$ 35,56
Depreciación Equipos de Computación	\$ 938,93
Gasto Amortización	\$ 260,00
Permisos de funcionamiento	\$ 145,70
Servicios Básicos	\$ 1.080,00
Arriendo	\$ 3.600,00
Suministros de oficina	\$ 2.550,60
Útiles de Aseo	\$ 2.676,00
Utilidad Operacional	\$ 17.363,03
Total	\$ 19.763,03

Nota: En la tabla se registra los Gastos Administrativos de la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Tabla 49: Permisos de Funcionamiento

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	VALOR
Permiso ARCSA	\$ 54,25
Patente Municipal	\$ 91,45
Total	\$ 145,70

Nota: En la tabla se registra los Permisos de Funcionamiento para la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Tabla 50: Suministros de Oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Mensual	Anual
Resma de papel bond	4	\$ 4,50	\$ 18,00	\$ 216,00
Esferos	12	\$ 0,35	\$ 4,20	\$ 50,40
Lápices	8	\$ 0,25	\$ 2,00	\$ 24,00
Borradores	6	\$ 0,20	\$ 1,20	\$ 14,40
Sacapuntas	6	\$ 0,25	\$ 1,50	\$ 18,00
Grapas(caja)	10	\$ 0,40	\$ 4,00	\$ 48,00
Clips(Caja)	20	\$ 1,50	\$ 30,00	\$ 360,00
Tijeras	4	\$ 1,00	\$ 4,00	\$ 48,00
Marcadores	2	\$ 0,75	\$ 1,50	\$ 18,00
Carpetas archivadoras	12	\$ 6,50	\$ 78,00	\$ 936,00
Carpeta portafolio	12	\$ 4,50	\$ 54,00	\$ 648,00
Libreta	6	\$ 1,00	\$ 6,00	\$ 72,00
Cuadernos universitarios	5	\$ 1,15	\$ 5,75	\$ 69,00
Goma en barra BIG	3	\$ 0,80	\$ 2,40	\$ 28,80
TOTAL			\$ 212,55	\$ 2.550,60

Nota: En la tabla se registra los Suministros de Oficina para la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Tabla 51: Útiles de Aseo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Mensual	Anual
Escoba	6	\$ 2,50	\$ 15,00	\$ 180,00
Trapeador	6	\$ 2,50	\$ 15,00	\$ 180,00
Recogedor de basura de metal	2	\$ 3,50	\$ 7,00	\$ 84,00
Balde para trapeador	1	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 60,00
Franelas 2*1	10	\$ 1,00	\$ 10,00	\$ 120,00
Desinfectante galón	6	\$ 6,00	\$ 36,00	\$ 432,00
Cloro Galón	6	\$ 5,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Detergente	7	\$ 15,00	\$ 105,00	\$ 1.260,00
TOTAL			\$ 223,00	\$ 2.676,00

Nota: En la tabla se registra los Útiles de Oficina para la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

5.02.04. Gasto de Ventas

Representa el proceso de comercialización en sus diferentes niveles, a través de las características del producto.

Tabla 52: Gasto de Ventas

GASTO DE VENTAS	VALORES
Sueldo Administrador y Vendedor	\$ 8.184,74
Sueldo Dependiente	\$ 6.488,23
Gastos Marketing Publicidad	\$ 3.024,00
Utilidad Neta Ventas	\$ 31.405,42
TOTAL	\$ 39.590,16

Nota: En la tabla se registra los Costos de Ventas para la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Tabla 53: Gastos de Marketing y Publicidad

INAUGURACIÓN	Cantidad	Valor Unitario	Anual
Disco móvil x hora	8	\$ 11,00	\$ 88,00
Arco de globos	1	\$ 18,00	\$ 18,00
Globos con logos de la farmacia x100	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Hojas Volantes 14 cm*20cm(500)	1000	\$ 0,03	\$ 30,00
TOTAL			\$ 156,00

Nota: En la tabla se registra los Gastos de Marketing por Inauguración para la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Tabla 54: Gastos de Marketing y Publicidad

Días Promocionales	Cantidad	Valor Unitario	Mensual	Anual
Hojas Volantes 14 cm*20cm(500)	500	0,03	\$ 15,00	\$ 180,00
Arco de globos	1	18	\$ 18,00	\$ 216,00
Globos con logos de la farmacia (100)	3	20	\$ 60,00	\$ 720,00
Toma todo termo aluminio para sublimar 500ml	30	4,5	\$ 135,00	\$ 1.620,00
Llaveros Personalizados	30	0,8	\$ 24,00	\$ 288,00
TOTAL			\$ 252,00	\$ 3.024,00

Nota: En la tabla se registra los Gastos de Marketing en los días promocionales para la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

5.02.05. Gastos Financieros

Representa todos aquellos gastos relacionados a endeudamiento o servicios del sistema financiero, como es la utilización de créditos por parte de la empresa tanto para su implementación como para su funcionamiento.

Tabla 55: Gastos Financieros

CAPITAL		\$ 20 000
INTERES	16,50%	1,38%
TIEMPO	36	(TRES AÑOS)

Nota: En la tabla se registra los Gastos Financieros para la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Tabla 56: Gastos Financieros - Interés

INTERES	VALOR
AÑO 1	\$ 2.626,12
AÑO 2	\$ 991,01
TOTAL	\$ 3.617,13

Nota: En la tabla se registra los Gastos Financieros para la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

5.02.06. Costos Fijos y Variables

Los costos fijos se modifican con los cambios que se desarrollan en el volumen de ventas, mientras que los costos variables se modifican según el nivel de ventas de la empresa.

Tabla 57: Costos Fijos y Variables

CUENTAS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES
COSTOS DE VENTAS	\$ 0,00	\$ 73.653,60	\$ 73.653,60
GASTOS DE VENTAS	\$ 14.672,97	\$ 3.024,00	\$ 17.696,97
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 8.815,79	\$ 5.226,60	\$ 14.042,39
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.626,12		\$ 2.626,12
TOTAL	\$ 26.114,88	\$ 81.904,20	\$ 108.019,08

Nota: En la tabla se registra los Costos Fijos y Variables de la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

5.03. Inversiones

Es el capital que se destina para obtener una ganancia futura, a través de la realización de una actividad económica en este caso un establecimiento farmacéutico.

5.03.01. Inversión Fija

5.03.01.01. Activos Fijos

Son aquellos bienes, muebles e inmuebles que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones, pueden ser bienes físicamente tangibles, tener una vida útil con beneficios, y ser utilizado en la producción o comercialización de bienes o servicios.

Tabla 58: Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	VALOR
Muebles y Enseres	\$ 3.175,00
Equipos de Computación	\$ 2.515,00
Equipos de Oficina	\$ 317,50
Subtotal Activos Fijos	\$ 6,007,50

Nota: En la tabla se registra los Activos Fijos de la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

5.03.01.02. Activos Nominales (Diferidos)

Son aquellos gastos que son pagados por anticipado pero que todavía no han sido utilizados, y se caracterizan por ser bienes intangibles.

Tabla 59: Activos Nominales

ACTIVOS NOMINALES	VALOR
Permiso de funcionamiento	\$ 145,70
Gastos de constitución	\$ 1.300,00
Total	\$ 1.445,70

Nota: En la tabla se registra los Activos Nominales de la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

5.03.02. Capital de Trabajo

Son recursos que requiere la empresa para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo.

Tabla 60: Capital de Trabajo

Activos Corrientes	
Caja	\$ 2.905,70
Bancos	\$ 2.500,00
Mercadería	\$ 15.344,50
SUB. TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 20.750,20

Nota: En la tabla se registra el Capital de Trabajo de la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

5.03.03. Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos

Las fuentes de financiamiento son vías que se utilizan para obtener recursos, en el caso de la farmacia se va a contar con un capital social, es decir del propietario y de un préstamo bancario en el Banco Solidario.

Tabla 61: Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos

FINANCIAMIENTO	VALORES	PORCENTAJE
PASIVOS CORRIENTE		0,00%
PASIVOS A LARGO PLAZO	\$ 20.000,00	69,15%
PATRIMONIO	\$ 8.924,30	30,85%
TOTAL ACTIVOS	\$ 28.924,30	100,00%

Nota: En la tabla se registra las Fuentes de Financiamiento de la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

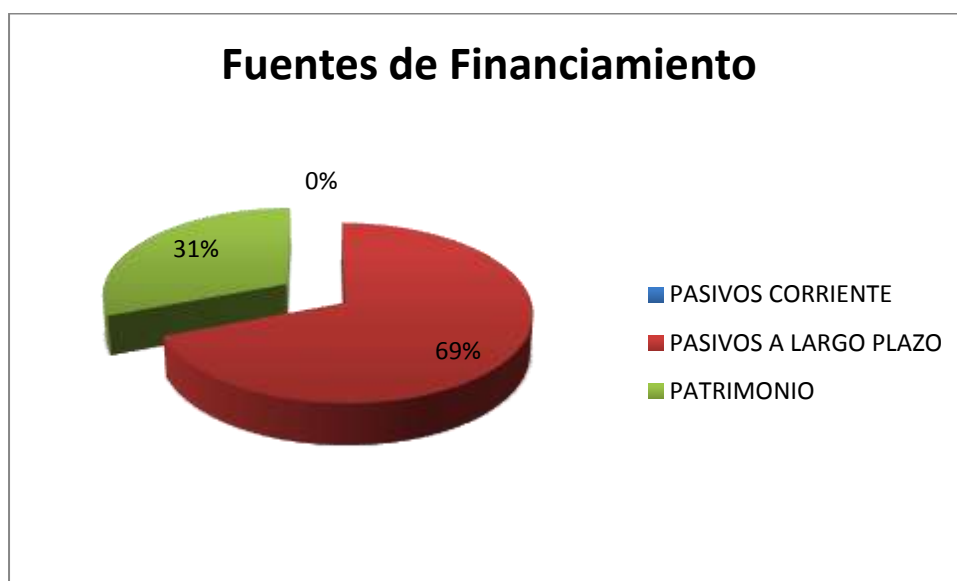


Figura 39: Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos

Nota: En la figura se detalla las Fuentes de Financiamiento de la Farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados de una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

5.03.04. Amortización de Financiamiento

La amortización de un préstamo bancario, es el valor a cancelar en una serie de pagos de esta deuda incluyendo los intereses que genera este valor.

Capital: \$ 20.000,00

Tiempo: 24 meses

Interés: 0,01375

Tabla 62: Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODOS	CAPITAL	INTERES	PAGO	CAPITAL PAGADO
1	\$ 20.000,00	\$ 275,00	\$ 984,05	\$ 709,05
2	\$ 19.290,95	\$ 265,25	\$ 984,05	\$ 718,80
3	\$ 18.572,16	\$ 255,37	\$ 984,05	\$ 728,68
4	\$ 17.843,48	\$ 245,35	\$ 984,05	\$ 738,70
5	\$ 17.104,78	\$ 235,19	\$ 984,05	\$ 748,86
6	\$ 16.355,92	\$ 224,89	\$ 984,05	\$ 759,15
7	\$ 15.596,77	\$ 214,46	\$ 984,05	\$ 769,59
8	\$ 14.827,18	\$ 203,87	\$ 984,05	\$ 780,17
9	\$ 14.047,00	\$ 193,15	\$ 984,05	\$ 790,90
10	\$ 13.256,10	\$ 182,27	\$ 984,05	\$ 801,78
11	\$ 12.454,33	\$ 171,25	\$ 984,05	\$ 812,80
12	\$ 11.641,53	\$ 160,07	\$ 984,05	\$ 823,98
13	\$ 10.817,55	\$ 148,74	\$ 984,05	\$ 835,31
14	\$ 9.982,25	\$ 137,26	\$ 984,05	\$ 846,79
15	\$ 9.135,45	\$ 125,61	\$ 984,05	\$ 858,43
16	\$ 8.277,02	\$ 113,81	\$ 984,05	\$ 870,24
17	\$ 7.406,78	\$ 101,84	\$ 984,05	\$ 882,20
18	\$ 6.524,58	\$ 89,71	\$ 984,05	\$ 894,33
19	\$ 5.630,24	\$ 77,42	\$ 984,05	\$ 906,63
20	\$ 4.723,61	\$ 64,95	\$ 984,05	\$ 919,10
21	\$ 3.804,51	\$ 52,31	\$ 984,05	\$ 931,73
22	\$ 2.872,78	\$ 39,50	\$ 984,05	\$ 944,55
23	\$ 1.928,23	\$ 26,51	\$ 984,05	\$ 957,53
24	\$ 970,70	\$ 13,35	\$ 984,05	\$ 970,70
	\$ 0,00	\$ 3.617,13	\$ 984,05	-\$ 2.633,08

Nota: En la tabla se registra la Tabla de Amortización de la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

5.03.05. Depreciaciones

Es una reducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo, ya sea por su desgaste debido al uso o por el paso del tiempo.

Tabla 63: Depreciaciones – Muebles y Enseres

AÑOS	DEPRECIACIÓN	DEP. ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 3.556,00
1	\$ 355,60	\$ 355,60	\$ 3.200,40
2	\$ 355,60	\$ 711,20	\$ 2.844,80
3	\$ 355,60	\$ 1.066,80	\$ 2.489,20
4	\$ 355,60	\$ 1.422,40	\$ 2.133,60
5	\$ 355,60	\$ 1.778,00	\$ 1.778,00
6	\$ 355,60	\$ 2.133,60	\$ 1.422,40
7	\$ 355,60	\$ 2.489,20	\$ 1.066,80
8	\$ 355,60	\$ 2.844,80	\$ 711,20
9	\$ 355,60	\$ 3.200,40	\$ 355,60
10	\$ 355,60	\$ 3.556,00	\$ 0,00

Nota: En la tabla se registra la Depreciación de los Muebles y Enseres de la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Tabla 64: Depreciaciones – Equipos de Computación

AÑOS	DEPRECIACIÓN	DEP. ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 2.816,80
1	\$ 938,93	\$ 938,93	\$ 1.877,87
2	\$ 938,93	\$ 1.877,87	\$ 938,93
3	\$ 938,93	\$ 2.816,80	\$ 0,00

Nota: En la tabla se registra la Depreciación de los Equipos de Computación de la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Tabla 65: Depreciaciones – Equipos de Oficina

AÑOS	DEPRECIACIÓN	DEP. ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 355,60
1	\$ 35,56	\$ 35,56	\$ 320,04
2	\$ 35,56	\$ 71,12	\$ 284,48
3	\$ 35,56	\$ 106,68	\$ 248,92
4	\$ 35,56	\$ 142,24	\$ 213,36
5	\$ 35,56	\$ 177,80	\$ 177,80
6	\$ 35,56	\$ 213,36	\$ 142,24
7	\$ 35,56	\$ 248,92	\$ 106,68
8	\$ 35,56	\$ 284,48	\$ 71,12
9	\$ 35,56	\$ 320,04	\$ 35,56
10	\$ 35,56	\$ 355,60	\$ 0,00

Nota: En la tabla se registra la Depreciación de los Equipos de Oficina de la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

5.03.06. Estado de Situación Inicial

Es un documento contable en el cual se describe la posición financiera de la empresa un determinado tiempo, esto es la inversión total y su financiamiento.

Tabla 66: Estado de Situación Inicial

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS CORRIENTES	
Caja	\$ 2.905,70		
Bancos	\$ 2.500,00		
Mercadería	\$ 15.344,50		
SUB. TOTAL ACTIVOS	\$ 20.750,20	SUB. TOTAL PASIVOS	\$ 0,00
CORRIENTES		CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS		PASIVOS A LARGO PLAZO	
Muebles y enseres	\$ 3.556,00	Obligaciones bancarias	\$ 20.000,00
Equipos de oficina	\$ 355,60		
Equipos de Computación	\$ 2.816,80		
SUB. TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 6.728,40	SUB. TOTAL PASIVOS A	
		LARGO PLAZO	
ACTIVOS DIFERIDOS		PATRIMONIO	
Permisos de funcionamiento	\$ 145,70		\$ 8.924,30
Gastos de Constitución	\$ 1.300,00		
SUBT. ACT. DIFERIDOS	\$ 1.445,70		
TOTAL ACTIVOS	\$ 28.924,30	TOTAL PASIVO +	\$ 28.924,30
		PATRIMONIO	

Nota: En la tabla se registra el Estado de Situación Inicial de la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

5.03.07. Estado de Resultados Proyectado

El estado de resultados o estado de pérdidas y ganancias es un documento contable que muestra detallada y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio, y que busca evaluar la rentabilidad de las empresas, es decir su capacidad de generar utilidades.

Tabla 67: Estado de Resultados Proyectado

AÑOS	2019	2020	2021	2022	2023
VENTAS	\$ 122.755,99	\$ 124.512,87	\$ 126.232,30	\$ 127.908,85	\$ 129.536,69
COSTO DE VENTAS	\$ 73.653,60	\$ 74.707,72	\$ 75.739,38	\$ 76.745,31	\$ 77.722,01
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 49.102,40	\$ 49.805,15	\$ 50.492,92	\$ 51.163,54	\$ 51.814,67
GASTO DE VENTAS	\$ 17.696,97	\$ 19.501,13	\$ 20.423,74	\$ 21.393,78	\$ 22.413,73
Sueldo Administrador y Vendedor	\$ 8.184,74	\$ 9.168,89	\$ 9.657,78	\$ 10.172,74	\$ 10.715,16
Sueldo Dependiente	\$ 6.488,23	\$ 7.262,45	\$ 7.649,69	\$ 8.057,58	\$ 8.487,22
Gastos Marketing PUBLICIDAD	\$ 3.024,00	\$ 3.069,79	\$ 3.116,27	\$ 3.163,46	\$ 3.211,36
UTILIDAD NETA VENTAS	\$ 31.405,42	\$ 30.304,02	\$ 30.069,18	\$ 29.769,76	\$ 29.400,94
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 14.042,39	\$ 14.322,58	\$ 14.611,89	\$ 13.971,79	\$ 14.280,58
Sueldo Bioquímico	\$ 2.400,00	\$ 2.527,97	\$ 2.662,76	\$ 2.804,74	\$ 2.954,30
Dep. Muebles y Enseres	\$ 355,60	\$ 355,60	\$ 355,60	\$ 355,60	\$ 355,60
Dep. Equipos de oficina	\$ 35,56	\$ 35,56	\$ 35,56	\$ 35,56	\$ 35,56
Dep. Equipos de Computación	\$ 938,93	\$ 938,93	\$ 938,93	\$ 0,00	\$ 0,00
Gasto Amortización	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00
Permisos de funcionamiento	\$ 145,70	\$ 147,91	\$ 150,15	\$ 152,42	\$ 154,73
Servicios Básicos	\$ 1.080,00	\$ 1.096,35	\$ 1.112,95	\$ 1.129,81	\$ 1.146,91
Arriendo	\$ 3.600,00	\$ 3.654,51	\$ 3.709,85	\$ 3.766,02	\$ 3.823,05
Suministros de oficina	\$ 2.550,60	\$ 2.589,22	\$ 2.628,43	\$ 2.668,23	\$ 2.708,63
Útiles de Aseo	\$ 2.676,00	\$ 2.716,52	\$ 2.757,65	\$ 2.799,41	\$ 2.841,80
Utilidad Operacional	\$ 17.363,03	\$ 15.981,45	\$ 15.457,29	\$ 15.797,97	\$ 15.120,36
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.626,12	\$ 991,01	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Utilidad antes de Impuestos	\$ 14.736,91	\$ 14.990,43	\$ 15.457,29	\$ 15.797,97	\$ 15.120,36
15% Trabajadores	\$ 2.210,54	\$ 2.248,56	\$ 2.318,59	\$ 2.369,70	\$ 2.268,05
Utilidad de Impuestos	\$ 12.526,38	\$ 12.741,87	\$ 13.138,70	\$ 13.428,27	\$ 12.852,31
25% Impuestos	\$ 3.131,59	\$ 3.185,47	\$ 3.284,67	\$ 3.357,07	\$ 3.213,08
Utilidad Final	\$ 9.394,78	\$ 9.556,40	\$ 9.854,02	\$ 10.071,21	\$ 9.639,23
10% Reserva Legal	\$ 939,48	\$ 955,64	\$ 985,40	\$ 1.007,12	\$ 963,92
Utilidad de Dividendos	\$ 8.455,30	\$ 8.600,76	\$ 8.868,62	\$ 9.064,08	\$ 8.675,31

Nota: En la tabla se registra el Estado de Resultados de la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

5.03.08. Flujo de Caja

Es el flujo de efectivo ya sean de entradas y salidas de efectivo para diagnosticar sobrantes o faltantes futuros.

Tabla 68: Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD		\$ 9.394,78	\$ 9.556,40	\$ 9.854,02	\$ 10.071,21	\$ 9.639,23
DEPERECIACIÓN		\$ 1.330,09	\$ 1.330,09	\$ 1.330,09	\$ 391,16	\$ 391,16
AMORTIZACIÓN		\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00
GASTO FINANCIERO		\$ 2.626,12	\$ 991,01	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
FLUJO OPERACIONAL		\$ 13.610,99	\$ 12.137,51	\$ 11.444,12	\$ 10.722,37	\$ 10.290,39
INVERSIONES						
CAPITAL DE TABAJO						
ACTIVOS FIJOS	-\$ 22.195,90	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00		\$ 0,00
FLUJO NETO	-\$ 6.728,40	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00		\$ 1.564,64
	-\$ 28.924,30	\$ 13.610,99	\$ 12.137,51	\$ 11.444,12	\$ 10.722,37	\$ 11.855,03

Nota: En la tabla se registra el Flujo de Caja de la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

5.04. Evaluación

Determina los aspectos positivos y negativos, las ventajas y desventajas o los beneficios y los costos resultantes de una inversión.

5.04.01. TEMAR (Tasa Mínima de Rendimiento)

Esta tasa se usa como referencia para determinar si el proyecto puede generar ganancias o no.

Tabla 69: TEMAR (Tasa Mínima de Rendimiento)

T (MAR) =	$i = (\% \text{ de obligaciones} * \text{tasa activa}) + (\text{porcentaje del aporte de la empresa} * (\text{tasa pasiva} + \% \text{ de la inflación}))$		
T (MAR) =	9,65 %	10%	RENDIMIENTO DEL INVERSIONISTA
T (MAR) =	19,65 %		

Nota: En la tabla se registra el TEMAR de la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

5.04.02. VAN (Valor Actual Neto)

Es el Valor Actual Neto de los ingresos y egresos que se producen durante la vida del proyecto y representa los recursos líquidos que quedan a favor de la empresa al final de su vida útil, considerando que si el resultado es positivo el proyecto es factible para su ejecución.

Tabla 70: VAN (Valor Actual Neto)

T (MAR) =	9,65 %	10%
T (MAR) =	19,65 %	
VAN =	\$ 7.680,13	

Nota: En la tabla se registra el VAN de la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

5.04.03. TIR (Tasa Interna de Retorno)

Es la Tasa Interna de Retorno para medir la eficiencia de una inversión anualmente, es decir, es lo que se puede ganar en un proyecto.

Tabla 71: TIR (Tasa Interna de Retorno)

T (MAR) =	9,65 %
T (MAR) =	19,65 %
VAN =	\$ 7.680,13
TIR =	31,65 %

Nota: En la tabla se registra el VAN de la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

5.04.04. PRI (Período de Recuperación de la Inversión)

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

Tabla 72: PRI (Período de Recuperación de la Inversión)

PRI	\$	(28.924,30)	-\$ 28.924,30	
1	\$	13.610,99	\$ 11.376,10	-\$ 17.548,20
2	\$	12.137,51	\$ 8.478,84	\$ 2,07
3	\$	11.444,12	\$ 6.681,79	\$ 24,836
4	\$	10.722,37	\$ 5.232,44	\$ 0,8358
5	\$	11.855,03	\$ 4.835,26	\$ 25,07
			\$ 7.680,13	

Nota: En la tabla se registra el PRI de la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

El tiempo de recuperación de la inversión es de 2 años 25 días.

5.04.05. RBC (Relación Costo Beneficio)

Es una tasa de descuento utilizada para reflejar el costo de los fondos, y mostrar la rentabilidad del proyecto.

Tabla 73: RBC (Relación Costo Beneficio)

RB/C =	\$ 36.604,43	1,27
	\$ 28.924,30	

Nota: En la tabla se registra el RBC de la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Por cada \$ 1 invertido, se genera 1,27 dólares de ganancia.

5.04.06. Punto de Equilibrio

Es el punto de nivelación o punto de equilibrio que se realiza con el fin de conocer el volumen físico de producción, el monto de ventas o el porcentaje de la capacidad utilizada, dado que los costos totales se igualen a los ingresos y por lo tanto la empresa no tenga ni utilidades ni pérdidas.

Tabla 74: Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
AÑOS	2019
VENTAS	\$ 122.755,99
COSTO DE VENTAS	\$ 73.653,60
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 49.102,40
GASTO DE VENTAS	\$ 17.696,97
Sueldo Administrador y Vendedor	\$ 8.184,74
Sueldo Dependiente	\$ 6.488,23
Gastos Marketing PUBLICIDAD	\$ 3.024,00
UTILIDAD NETA VENTAS	\$ 31.405,42
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 14.042,39
Sueldo Bioquímico	\$ 2.400,00

Dep. Muebles y Enseres	\$ 355,60
Dep. Equipos de oficina	\$ 35,56
Dep. Equipos de Computación	\$ 938,93
Gasto Amortización	\$ 260,00
Permisos de funcionamiento	\$ 145,70
Servicios Básicos	\$ 1.080,00
Arriendo	\$ 3.600,00
Suministros de oficina	\$ 2.550,60
Útiles de Aseo	\$ 2.676,00
Utilidad Operacional	\$ 17.363,03
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.626,12
Utilidad antes de Impuestos	\$ 14.736,91
15% Trabajadores	\$ 2.210,54
Utilidad de Impuestos	\$ 12.526,38
25% Impuestos	\$ 3.131,59
Utilidad Final	\$ 9.394,78
10% Reserva Legal	\$ 939,48
Utilidad de Dividendos	\$ 8.455,30

Nota: En la tabla se registra el Estado de Resultados para calcular el Punto de Equilibrio de la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

Tabla 75: Costos Fijos y Variables

CUENTAS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES
COSTOS DE VENTAS	\$ 0,00	\$ 73.653,60	\$ 73.653,60
GASTOS DE VENTAS	\$ 14.672,97	\$ 3.024,00	\$ 17.696,97
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 8.815,79	\$ 5.226,60	\$ 14.042,39
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.626,12		\$ 2.626,12
TOTAL	\$ 26.114,88	\$ 81.904,20	\$ 108.019,08

Nota: En la tabla se registra los Costos Fijos y Variables para calcular el Punto de Equilibrio de la farmacia “Andaluz”, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez.

$$\text{P.E.Q (unidades)} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{P.v.u} - \text{C.v.u}}$$

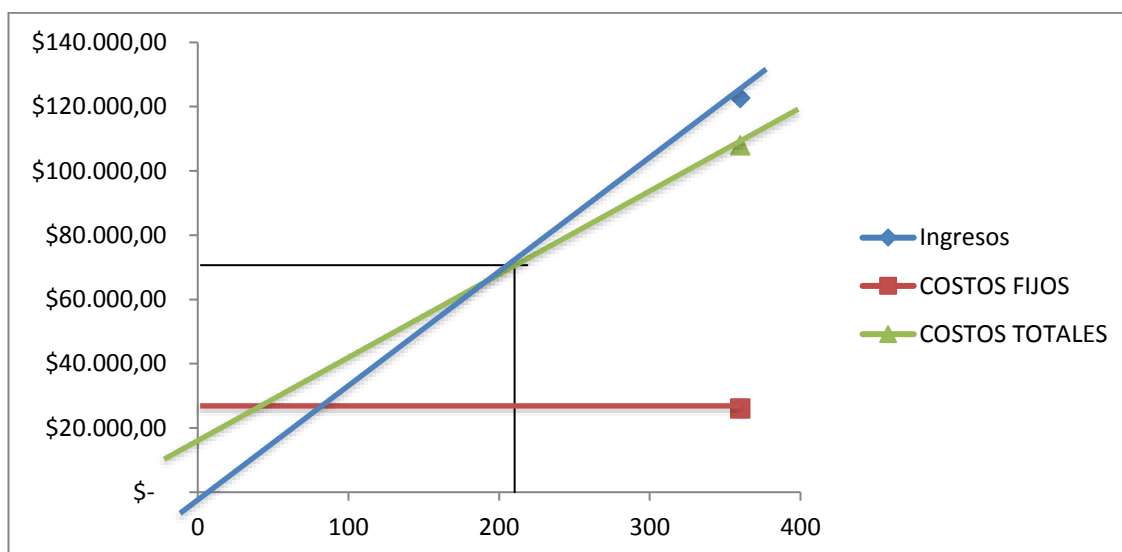
$$\text{P.E.Q (unidades)} = \$ 230,13$$

$$\text{P.E MONETARIO} = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{C.v.u}}{\text{P.v.u}}}$$

$$\text{P.E MONETARIO} = \frac{\$ 26.114,88}{0,332788617}$$

$$\text{P.E MONETARIO} = \$ 78.472,89$$

Figura 40: Punto de Equilibrio



Nota: En la figura se registra el Punto de Equilibrio, cuyos datos fueron recopilados mediante una investigación propia, fue elaborado por: Cristina Enriquez

5.04.07. Análisis de Índices Financieros

Después de calcular varios índices financieros se obtiene los siguientes resultados:

- VAN: Es el total de los recursos líquidos con los que contará la empresa luego de su vida útil será de \$ 7.680,13.
- TIR: Es un indicador para conocer la ganancia de una inversión anualmente y su porcentaje es de 31,65%.
- PRI: Es tiempo de recuperación de la inversión el cual es de 2 años 25 días.
- RBC: Refleja el costo de los fondos para indicar la rentabilidad del proyecto, el cual genera \$ 1,27 por cada \$1 invertido.

Capítulo VI

6.01. Análisis de Impactos

Se determina un análisis que tendrá varios impactos en la ejecución del proyecto; ya sea ambiental, económico, productivo y social a los que se enfrentará el negocio en el Sector de Tumbaco Barrio “Churolooma”.

6.01.01. Impacto Ambiental

El Impacto Ambiental es el efecto que produce la actividad humana sobre el medio ambiente, provocado directa o indirectamente por un proyecto en un área determinada, dado que minimizarlo es lo ideal para proteger a la naturaleza.

El presente proyecto tiene como finalidad realizar varias acciones ecológicas, las cuales se describen a continuación:

- Clasificar los desechos en basureros con fundas de varios colores para evitar contaminación, en las fundas rojas se colocará los medicamentos que por accidente se rompieron, en las fundas negras se ubicará la basura común y en las fundas azules se pondrá la basura para reciclaje como cartones, papel o botellas de plástico.

- Entregar los medicamentos por caducar al proveedor para que se encargue del proceso de desecho, y evitar su contaminación con la basura común.

La farmacia “Andaluz” no afectará a la salud del medio ambiente, dado que cumplirá todo el protocolo de reciclaje de desechos para evitar la contaminación con la naturaleza.

6.01.02. Impacto Económico

El Impacto Económico sirve para medir el alcance y beneficio de la inversión en el establecimiento farmacéutico, a través de la rentabilidad y de los indicadores económicos que reflejarán la situación de la farmacia.

En el Ecuador se considera de gran importancia el cambio de la Matriz Productiva desde las empresas pequeñas hasta las más grandes, para generar fuentes de trabajo e ingresos al país.

Con la creación de la farmacia “Andaluz” se obtendrá un impacto favorable frente a los habitantes del Sector de Tumbaco Barrio “Churolooma”, puesto que encontrarán variedades de productos farmacéuticos, aseo personal, entre otros; lo que generará ingresos al establecimiento con el fin de cancelar impuestos, sueldos, servicios básicos y más gastos que asumirá para obtener ganancias.

6.01.03. Impacto Productivo

Es la producción y la distribución de bienes y servicios para satisfacer las necesidades de la población de Tumbaco Barrio “Churolooma”, a través del servicio farmacéutico que se brindará en el establecimiento.

En la farmacia “Andaluz” se utilizará varias herramientas para la mejora continua de sus procesos, como el uso óptimo de tecnología, además del abastecimiento de productos por parte de los más reconocidos laboratorios y distribuidoras del Ecuador; también al contar con un buen personal capacitado en farmacología y en servicio al cliente, con el fin de garantizar la satisfacción de cada necesidad de los habitantes y que a su vez aporta tanto al desarrollo del sector como del país.

6.01.04. Impacto Social

El Impacto Social se considera como cambios positivos y sostenibles en beneficio de la sociedad; los habitantes del Sector de Tumbaco Barrio “Churolooma” tendrán un fácil acceso para obtener medicamentos y productos para el cuidado de su salud, dado que el establecimiento se encontrará en la calle principal para mayor visibilidad de la población.

Con el estudio de mercado que se realizó se verifico todas las necesidades de los habitantes, las cuales se cubrirán con la creación de un establecimiento farmacéutico, lo cual es factible para el desarrollo social y reconocimiento de la Parroquia de Tumbaco, al obtener un impacto positivo con el presente proyecto.

La farmacia “Andaluz” tendrá una excelente infraestructura y personal profesional en el área de salud, para brindar una excelente atención al cliente con la finalidad que se sienta a gusto, en confianza y con seguridad al comprar un producto.

Capítulo VII

7.01. Conclusiones

Después de terminar el Estudio de Factibilidad para la Creación de una Farmacia Comunitaria en el Sector de “Churoloima”, Parroquia de Tumbaco se concluyó que:

- En el estudio de mercado se verificó a la población insatisfecha del Barrio “Churoloima”, en donde se realizó unas encuestas para conocer la satisfacción de los pobladores, dado que al no existir ninguna farmacia será una oportunidad para cubrir las necesidades de los habitantes, por lo tanto es factible el proyecto.
- La localización óptima de la farmacia “Andaluz” es en la calle Gonzalo Pizarro por la mayor afluencia de personas y por todos los servicios básicos que se encuentran en el sector, para brindar un servicio farmacéutico de calidad.
- El establecimiento farmacéutico será de 42m², en donde se distribuirá en tres áreas fundamentales para cada proceso, como es el Área Administrativa, el Área Operacional el cual abarca la Recepción y Almacenamiento, y el Área Comercial que se encarga de Caja, Dispensación y Expendio de medicamentos.

- A continuación se refleja la rentabilidad de la farmacia “Andaluz” con los siguientes datos:

VAN: Es el total de los recursos líquidos con los que contará la empresa luego de su vida útil será de \$ 7.680,13.

TIR: Es un indicador para conocer la ganancia de una inversión anualmente y su porcentaje es de 31,65 %.

PRI: Es tiempo de recuperación de la inversión el cual es de 2 años y 25 días.

RBC: Refleja el costo de los fondos para indicar la rentabilidad del proyecto, el cual genera \$ 1,27 por cada \$ 1 invertido.

7.02. Recomendaciones

Con el desarrollo del presente proyecto se recomienda lo siguiente:

- La competencia farmacéutica de hoy en día es insuperable, lo que produce un estudio más minucioso de los factores que se llevan a cabo para invertir en un proyecto.
- Evitar que los consumidores se desplacen a otros establecimientos farmacéuticos para adquirir productos, es por esto que se debe implementar estrategias de marketing para fidelizar a los clientes.
- Es importante que el personal que labore en la farmacia posea conocimientos farmacológicos, a través de constantes capacitaciones con el fin de brindar un servicio de calidad.
- Para el correcto funcionamiento del negocio se debe acatar todos los artículos, normas, reglamentos y leyes del Ministerio de Salud Pública para que la operación de la farmacia sea eficiente.

- Obtener una gran variedad de medicamentos y productos para el cuidado de la salud, para satisfacer a la demanda insatisfecha.

Referencias Bibliográficas

- Repositorio PUCE. (2008). *Estudio de Factibilidad*. Recuperado de:
<https://dspace.pucesi.edu.ec/bitstream/11010/83/1/T72487.pdf>
- Ortiz, J. (2014). *Factores y Sectores Económicos*. Recuperado de:
<https://prezi.com/iphpiqykamlk/factores-y-sectores-economicos/>
- Economía. (2015). *Producto Interno Bruto*. Recuperado de:
https://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm
- Bósquez, M. (2012). *Estudio de Factibilidad para la Creación de una Farmacia Municipal en la Parroquia de Tabacundo del Cantón Pedro Moncayo*.
Recuperado de: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1155/1/T-UCE-0003-163.pdf>
- Banco Central de Ecuador. (2009). *Tasa de Interés Referenciales para Préstamos Externos del Sector Privado*. Recuperado de:
<https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/268-tasas-de-interes-referenciales-para-prestamos-externos-del-sector-privado>
- INEC. (2017). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo*. Recuperado de: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2017/Junio/062017_Presentacion_M.Laboral.pdf
- Herrera. (pág. 151). *¿Qué es Gestión Comercial?* Recuperado de:
<https://www.gestiopolis.com/que-es-gestion-comercial/>
- Espinosa, R. (2014). *Marketing Mix*. Recuperado de:
<https://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>

- Alcaraz, M. (2018). *Logotipo, Isotipo, Imagotipo e Isologo*. Recuperado de:
<https://baetica.es/logotipo-isotipo-imagotipo-e-isologo-se-diferencian/>
- Crece Negocios. (2013). *El Análisis del Consumidor*. Recuperado de:
<https://www.crecenegocios.com/el-analisis-del-consumidor/>
- Pillalaza, T. (2014). *Estudio de Factibilidad para la Creación de una Farmacia en la Parroquia de Zambiza, Distrito Metropolitano de Quito*. Recuperado de:
<http://www.dspace.cordillera.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/842/17-FARM-13-14-1718309576.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- SICAR. (2012). *Sistema para Farmacias*. Recuperado de:
<https://www.sicar.mx/sistema-para-farmacias-punto-de-venta/>
- Inboundcycle. (2016). *Las 4 “P” del Marketing que debes conocer*. Recuperado de:
<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/las-4-p-del-marketing-que-debes-conocer>
- Leon, F. (2015). *¿Qué tipo de promociones existen?* Recuperado de:
<https://www.merca20.com/que-tipo-de-promociones-existen/>
- Estadística. (2012). *Determinación Población y Muestra*. Recuperado de:
<https://sites.google.com/site/estadisticadecriptivajeika/unidad-2/determinacion-de-la-poblacion-y-de-la-muestra>
- López, P. (2004). *Población, Muestra y Muestreo*. Recuperado de:
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012

Aguilar, S. (2005). *Fórmulas para el Cálculo de la Muestra en Investigación de Salud*. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/487/48711206.pdf>

Explorable. (2009). *Muestreo Probabilístico y Aleatorización*. Recuperado de: <https://explorable.com/es/muestreo-probabilistico>

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

Banrepcultural. (2017). *Oferta y Demanda*. Recuperado de: http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Oferta_y_demanda

Universidad Santo Tomás. (2015). *Variables del Tamaño del Proyecto*. Recuperado de: http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20%28Segundo%20Momento%29/tamao_del_proyecto.html

Jara, L. (2015). *Utilización de la Capacidad Instalada en la Industria*. Recuperado de: <http://www.observatorio.unr.edu.ar/utilizacion-de-la-capacidad-instalada-en-la-industria-2/>

Universidad Santo Tomás. (2015). *Localización del Proyecto*. Recuperado de: http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20%28Segundo%20Momento%29/localizacin_del_proyecto.html

Arrieta, J. (2014). *Método Cualitativo por Puntos*. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/YulyArrietacardenas/mtodo-cualitativo-por-puntos-41416164>

Sánchez, S. (2012). *Área de Estudio: Ingeniería del Producto*. Recuperado de:

http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/ingenie/sanchez_ay/cap3.pdf



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **ENRIQUEZ ANDALUZ CRISTINA ELIZABETH**, portador de la cédula de identidad N° 1724144058, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 13 de Octubre del 2018



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

13 NOV 2018
Marcela B.

Sra. Mariela Balseca
CAJA



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

CONSEJO DE CARRERA

Dra. Estela Montes

DELEGADA DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN



Ing. William Parra
BIBLIOTECA



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

13 NOV 2018

8,98 JBS

COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba

PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

DIRECCIÓN DE CARRERA

Dr. Jorge López

Farmacías
DIRECTOR DE CARRERA

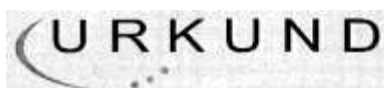


INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

15 NOV 2018

Luis Hernández Benavidez

Tglo. Luis Hernández
SECRETARÍA ACADÉMICA



Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS_CRISTINA_ENRIQUEZ.pdf (D43449931)
Submitted: 11/3/2018 10:05:00 AM
Submitted By: cristinaenriquez1996@hotmail.com
Significance: 8 %

Sources included in the report:

Quinatoa Myriam .Farmacias. Factibilidad ..pdf (D30355992)
tesis actualizada pdf.ceci.pdf (D26728604)
Franklin Quinchiguango.pdf (D30368824)
Quinatoa Myriam .Farmacias.pdf (D30273977)
Orellana.Viviana.Administración Boticasy Farmacias.pdf (D30323524)
CRISTINA MIRANDA FACTIBILIDAD.pdf (D37037121)
CECILIA MOLINA-ADMINISTRACION BOTICAS 16-17-URKUND-PDF.pdf (D26803617)
TESIS ISRAEL.pdf (D37087618)
<https://www.gestiopolis.com/que-es-gestion-comercial/>
<https://robertoespinoza.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
<https://www.crecenegocios.com/el-analisis-del-consumidor/>
<https://www.sicar.mx/sistema-para-farmacias-punto-de-venta/>
<http://economipedia.com/definiciones/oferta.html>
http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Oferta_y_demanda
<http://www.observatorio.unr.edu.ar/utilizacion-de-la-capacidad-instalada-en-la->

Instances where selected sources appear:

72


Gen. Gustavo Pardo
1722286432