



TECNOLÓGICO SUPERIOR  
**CORDILLERA**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA EN  
LA PARROQUIA YARUQUI BARRIO DE OYAMBARILLO, 2017-2018.

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

Autor: Israel Santiago Cuichán Iza

Tutor: Economista Gustavo Paredes

Quito, 2018

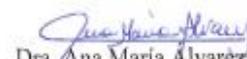
## ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 14 de mayo del 2018

El equipo asesor del trabajo de Titulación de la Srta. **CUICHAN IZA ISRAEL SANTIAGO** de la carrera de **ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS** cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA EN LA PARROQUIA DE YARUQUI BARRIO DE OYAMBARILLO ,2017-2018**. 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.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
CORDILLERA  
DIRECCIÓN DE CARRERA  
Eco. Gustavo Paredes .....  
Artes, Boticas y Farmacias  
Tutor del Proyecto



Dra. Ana María Álvarez  
Lector del Proyecto



Dr. Jorge López  
Director de Escuela



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
CORDILLERA  
DESARROLLO  
Ing. Galo Cisneros  
Coordinador de la Unidad de Titulación  
CORDILLERA

## DECLARATORIA

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



---

Israel Santiago Cuichán Iza

1720541398

## LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Israel Santiago Cuichán Iza** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **1720541398** 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 EN LA PARROQUIA DE YARUQUI BARRIO OYAMBARILLO DMQPERIODO 2017-2018** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



**FIRMA** \_\_\_\_\_

**NOMBRE** Israel Santiago Cuichán Iza

**CEDULA** 1720541398

Quito, a los 28 días del mes de Mayo del 2018.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de alcanzar y haber cumplido un objetivo más en mi vida, demostrando que los problemas que se me presenten no son obstáculos para rendirme.

Al Instituto Tecnológico Superior Cordillera por permitirme desarrollar mis conocimientos y permitir formarme con valores muy importantes.

A mi Tutor el Economista Gustavo Paredes por brindarme todo su apoyo y dirigirme, guiarme, corregirme y en especial por dedicar su tiempo para que realice un trabajo de calidad, es una de las personas que ha sido un apoyo grande para mi proceso de titulación.

Agradezco a mis padres por su apoyo incondicional en todo momento, dándome fuerzas para no rendirme y verme como un profesional que es el orgullo de ellos

## DEDICATORIA

A Dios por ser un guía en mi camino y que siempre ilumina mis pensamientos, por haberme permitido cumplir uno de mis objetivos bendiciéndome con sabiduría y salud que son factores fundamentales para mantener un equilibrio emocional y cumplir con las metas planteadas.

A mis padres Sr. Carlos Cuichán y Sra. Olga Iza por ser mi fortaleza de cada día y por formarme con valores.

A mi novia por su apoyo en todo momento.

Amigos Familiares y Docentes.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Declaratoria .....	i
Licencia de uso no comercial .....	ii
Agradecimiento .....	iv
Dedicatoria .....	v
Índice de contenidos .....	vi
Índice de tablas .....	xi
Índice de figuras .....	xiii
Índice de anexos .....	xv
Resumen ejecutivo .....	xvi
Abstract .....	xviii
<b>CAPITULO I .....</b>	<b>1</b>
1.1 Justificación .....	1
1.2 Antecedentes .....	2
<b>CAPITULO II .....</b>	<b>5</b>
Análisis Externo .....	5
2.1. Factor Económico .....	5
2.1.1. La Inflación .....	5
2.1.1.2 Producto Interno Bruto .....	6
2.1.1.3 PIB Farmacéutico .....	8
2.1.1.4 Tasa de Interés .....	9
2.1.1.5 Tasa De Interés Activa .....	9
2.1.1.6 Tasa De Interés Pasiva .....	11
2.1.1.7 Riesgo País .....	12
2.1.2 Factor social .....	13
2.1.2.1 El Desempleo .....	13

---

2.1.2.1 La Delincuencia.....	15
2.1.3 Factor Legal.....	16
2.1.4 Factor Tecnológico.....	20
2.2 Entorno local .....	20
2.2.1 Análisis de las 5 Fuerzas de Porter.....	21
2.2.1.1 Poder de Negociación de los Clientes .....	21
2.2.1.2 Poder de Negociación de los Proveedores .....	22
2.2.1.3 Rivalidad entre Competidores .....	24
2.2.1.4 Amenaza de la entrada de nuevos competidores .....	25
2.2.1.5 Amenaza de posibles productos sustitutos.....	25
2.3 Análisis interno .....	26
2.3.1.1 Misión.....	28
2.3.1.2. Visión.....	28
2.3.1.3 Valores .....	28
2.3.1.4 Políticas .....	29
2.3.1.5 Objetivos .....	30
2.3.1.5.1 Objetivo General .....	30
2.3.1.5.2 Objetivos específicos.....	30
2.3.2 Gestión Administrativa.....	30
2.3 .3. Gestión Operativa.....	33
2.3.4 Gestión Comercial .....	40
2.3.5 Estrategia Comercial .....	40
2.4 Análisis foda.....	43
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>50</b>
3.01 Análisis del consumidor .....	50
3.01.01 Determinación de la población y muestra.....	50

---

---

3.01.02 Población.....	50
3.01.03 Muestra.....	51
3.1.2. Técnicas de Obtención de Información.....	52
3.1.3. Análisis de la Información.....	52
3.1.3.1. Análisis y Tabulación de la Encuesta.....	52
3.2 Oferta.....	63
3.2.1. Oferta Histórica.....	63
3.2.2. Oferta Actual.....	64
3.2.3. Oferta Proyectada.....	65
3.3. Productos Sustitutos.....	66
3.4. Demanda.....	67
3.4.1. Demanda Histórica.....	67
3.4.2. Demanda Actual.....	69
3.4.3. Demanda Proyectada.....	70
3.5. Balance Oferta – Demanda.....	72
3.5.2. Balance Proyectado.....	72
<b>CAPITULO IV.....</b>	<b>73</b>
Estudio técnico.....	<b>73</b>
4.1 Tamaño del proyecto.....	73
4.1.1 Capacidad Instalada.....	73
4.1.1.1 Capacidad Demandada.....	74
4.1.2 Capacidad Óptima.....	77
4.2. Localización.....	78
4.2.1. Macro Localización.....	78
4.2.2. Micro Localización.....	79
Figura 39: Micro localización.....	80

---

4.2.3. Localización Óptima .....	80
4.3. Ingeniería del Producto .....	81
4.3.1. Definición Bienes y Servicio .....	81
4.3.2. Distribución de Planta.....	82
4.3.3. Maquinaria y equipos.....	82
4.3.3.1. Maquinaria .....	82
4.3.3.2. Equipos .....	83
<b>CAPITULO V.....</b>	<b>86</b>
Estudio Financiero .....	86
5.1. Ingresos Operacionales y no Operacionales .....	86
5.1.1. Ingresos Operacionales .....	86
5.1.2. Ingresos no Operacionales .....	87
5.2. Costos .....	87
5.2.1. Costos Directos.....	87
5.2.2. Costos Indirectos .....	89
5.2.3. Gastos Administrativos.....	90
5.2.4. Costo de Ventas .....	91
5.2.5. Gasto Ventas .....	92
5.2.6. Gasto Financieros .....	93
5.2.7. Costos Fijos y Variables.....	94
5.2.7.1. Costos Fijos.....	94
5.2.7.2. Costos Variables.....	94
5.3. Inversiones.....	95
5.3.1. Inversión Fija .....	95
5.3.1.1. Activos Fijos.....	95
5.3.1.2 Activos Nominales o Diferidos .....	96

5.3.2 Capital de Trabajo .....	96
5.3.3 Fuentes Financieras Y Usos De Fondo.....	97
5.3.4 Amortización de Financiamiento .....	98
5.3.5 Depreciaciones .....	100
5.3.6 Estado de Situación Inicial.....	104
5.3.7 Estado de Resultados .....	105
5.3.8 Flujo de Caja .....	107
5.4 Evaluación Financiera.....	108
5.4.1 Tasa de Descuento o Tasa Mínima de Retorno TMAR. ....	108
5.4.2 VAN .....	108
5.4.3 TIR (Tasa Interna de Retorno).....	109
5.4.4 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión) .....	110
5.4.5 RBC (Relación Beneficio / Costo) .....	111
5.4.6 Punto de Equilibrio.....	112
<b>CAPÍTULO VI .....</b>	<b>115</b>
6. Análisis de impactos.....	115
6.1. Impacto Ambiental .....	115
6.2 Impacto Económico.....	115
6.3 Impacto Social.....	116
<b>CAPÍTULO VII.....</b>	<b>117</b>
7.1 Conclusiones .....	117
7.2 Recomendaciones .....	118
Referencias Bibliográficas .....	<b>120</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>124</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Porcentaje de inflación.....	5
Tabla 2 Porcentaje PIB.....	7
Tabla 3 Porcentaje PIB farmacéutico.....	8
Tabla 4 Porcentaje tasa de interes activa.....	10
Tabla 5 Porcentaje tasa de interés pasiva.....	11
Tabla 6 Porcentaje Riesgo País.....	12
Tabla 7 Porcentaje de desempleo.....	14
Tabla 8 Propuesta estratégica.....	27
Tabla 9 Matriz MEFI.....	47
Tabla 10 Matriz MEFE.....	48
Tabla 11 Población.....	50
Tabla 12 Pregunta 1.....	53
Tabla 13 Pregunta 2.....	54
Tabla 14 Pregunta 3.....	55
Tabla 15 Pregunta 4.....	56
Tabla 16 Pregunta 5.....	57
Tabla 17 Pregunta 6.....	58
Tabla 18 Pregunta 7.....	59
Tabla 19 Pregunta 8.....	60
Tabla 20 Pregunta 9.....	61
Tabla 21 Pregunta 10.....	62
Tabla 22 Oferta histórica.....	63
Tabla 23 Oferta actual.....	64
Tabla 24 Oferta proyectada.....	65
Tabla 25 Datos tasa de crecimiento del Ecuador.....	68
Tabla 26 Promedio de consumo por hogares.....	70
Tabla 27 Demanda proyectada.....	71
Tabla 28 Demanda insatisfecha.....	72
Tabla 29 Balance proyectado.....	72

Tabla 30 Muebles y encerres .....	74
Tabla 31 Equipos de computación .....	83
Tabla 32 Equipos de oficina.....	84
Tabla 33 Equipos.....	85
Tabla 34 Ingresos operacionales .....	86
Tabla 35 Mano de obra directa.....	88
Tabla 36 Costos indirectos .....	90
Tabla 37 Gastos administrativos .....	91
Tabla 38 Costo de ventas .....	92
Tabla 39 Gasto de ventas .....	92
Tabla 40 Gasto financiero .....	93
Tabla 41 Costos fijos y variables .....	94
Tabla 42 Activos fijos .....	95
Tabla 43 Activos diferidos .....	96
Tabla 44 Capital de trabajo .....	96
Tabla 45 Fuentes de financiamiento .....	97
Tabla 46 Tasa de amortización .....	99
Tabla 47 Depreciación muebles y encerres .....	101
Tabla 48 Depreciación equipos de computación .....	102
Tabla 49 Depreciación equipos de oficina .....	102
Tabla 50 Gasto de constitución .....	103
Tabla 51 Situación inicial .....	104
Tabla 52 Estudio de pérdidas y ganancias .....	106
Tabla 53 Flujo de caja .....	107
Tabla 54 Cálculo del VAN.....	109
Tabla 55 Cálculo del TIR.....	110
Tabla 56 Cálculo del PRI .....	111
Tabla 57 Costos fijos y variables .....	112

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Tasa de inflación.....	6
Figura 2: Porcentaje del Producto Interno Bruto .....	7
Figura 3: Porcentaje P.I.B Farmacéutico .....	8
Figura 4: Porcentaje de la Tasa de Interés Activa.....	10
Figura 5: Porcentaje de la Tasa de Interés Pasiva .....	11
Figura 6: Porcentaje del Riesgo País.....	13
Figura 7: Porcentaje del Desempleo .....	14
Figura 8: Delitos comunes en el Ecuador .....	15
Figura 9: Cinco Fuerzas de Porter.....	21
Figura 10: Gestión Administrativa.....	30
Figura 11: Informe Mensual de Medicamentos Estupefacientes y Psicotrópicos.....	32
Figura 12: Proceso de Aprovisionamiento.....	34
Figura 13: Proceso de Almacenamiento. ....	35
Figura 14: Proceso de Recepción de Medicamentos.....	36
Figura 15: Proceso de Perchado de Medicamentos.....	37
Figura 16: Dispensación y Expendio de Medicamentos con Receta Médica. ....	38
Figura 17: Dispensación y Expendio de Medicamentos Sin Receta Médica.....	39
Figura 18: Logo Farmacia Servi-Salud .....	40
Figura 19: Volante farmacia .....	40
Figura 20: Accesorios farmacia .....	41
Figura 21 Accesorios farmacia.....	41
Figura 22: Accesorios farmacia .....	42
Figura 23: Accesorios farmacia .....	42
Figura 24: Matriz FODA.....	43
Figura 25: Análisis Foda .....	44
Figura 27:Pregunta 2. ....	54
Figura 28: Pregunta 3. ....	55
Figura 29: Pregunta 4. ....	56
Figura 30: Pregunta 5 .....	57

---

Figura 31: Pregunta 6 .....	58
Figura 32: Pregunta 7 .....	59
Figura 33: Pregunta 8 .....	60
Figura 34: Pregunta 9 .....	61
Figura 35: Pregunta 10 .....	62
Figura 36: Oferta Histórica .....	64
Figura 37: Oferta actual participación en el mercado .....	65
Figura 38: Oferta Proyectada .....	66
Figura 39: Demanda histórica .....	68
Figura 40: Demanda Proyectada .....	71
Figura 41: Macro-Localización .....	78
Figura 42: Cantón donde se va a ejecutar el proyecto .....	79
Figura 43: Micro localización .....	80
Figura 44: Distribución de la Planta .....	82
Figura 45: Fuentes de Financiamiento .....	97
Figura 46: Punto de Equilibrio .....	114

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N. 1 Encuesta.....	124
--------------------------	-----

## RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto que se realiza a continuación va dirigido para los habitantes del barrio Oyambarillo ubicado en la parroquia de Yaruqui, identificando así que no existe un establecimiento farmacéutico en la zona para lo cual ha generado preocupación en los mismos por esta razón deben dirigirse a un establecimiento más cercano en busca de sus productos de farmacia y así satisfacer sus necesidades.

El proyecto consiste crear un establecimiento farmacéutico que cuente con el stock necesario para cubrir las necesidades de la población y además cumpla con estándares de calidad los cuales beneficiaran al establecimiento y este logre posesionarse en el mercado, generando a su vez mayor rentabilidad y de esta manera exista apertura de nuevas fuentes y oportunidades de trabajo, con el objetivo de ser reconocidos en el sector y lograr una mayor ventaja competitiva.

Se realizarán estrategias que permitan dar a conocer el establecimiento a la población, una de ellas es la publicidad, mediante la cual se llamará la atención del cliente, también se va a realizar un pre – volanteo que indique la fecha de apertura de la farmacia, en donde se realizarán promociones y descuentos y lo más importante se contará con una variedad de medicamentos y productos de uso general para que los clientes se sientan satisfechos y no prefieran a la competencia.

Hay que tomar en cuenta la situación económica de la población para de esta manera mantener precios accesibles.

---

Se realizará una inversión inicial para la creación del nuevo establecimiento farmacéutico, la cual generará utilidad hasta lograr que el negocio se denomine rentable. La inversión será recuperada en un determinado periodo de tiempo.

## ABSTRACT

The project that is carried out below is directed to the inhabitants of the Oyambarillo neighborhood located in the parish of Yaruqui, thus identifying that there is no pharmaceutical establishment in the area for which has generated concern in them for this reason should be directed to an establishment closer in search of your pharmacy products and thus meet your needs.

The project consists of creating a pharmaceutical establishment that has the necessary stock to cover the needs of the population and also meets quality standards which will benefit the establishment and this will be able to take possession of the market, generating at the same time greater profitability and in this way there is an opening of new sources and job opportunities, with the aim of being recognized in the sector and achieving a greater competitive advantage.

Strategies will be carried out to make the establishment known to the population, one of them is advertising, through which the client 's attention will be called, a pre - registration will also be made indicating the opening date of the pharmacy, where promotions and discounts will be made and most importantly, a variety of medicines and general purpose products will be available so that customers feel satisfied and do not prefer the competition.

We must take into account the economic situation of the population in order to maintain affordable prices.

An initial investment will be made for the creation of the new pharmaceutical establishment, which will generate utility until the business is called profitable. The investment will be recovered in a certain period of time.

## CAPITULO I

### 1.1 Justificación

El proyecto que se establece a continuación surge porque el sector Oyambarillo no existe un establecimiento farmacéutico en la zona para lo cual ha generado preocupación en los habitantes porque para satisfacer sus necesidades en el ámbito de la salud deben dirigirse a un establecimiento farmacéutico fuera del sector. Cabe destacar que en los últimos años la población ha incrementado.

Por esta razón e planea crear un establecimiento farmacéutico para cubrir las necesidades y expectativas de la población, y, además cumpla con estándares de calidad los cuales beneficiaran al establecimiento y al usuario del mismo, analizando los factores internos y externos en los cuales están incluidas las competencias. Se realizará una encuesta para determinar el stock con el que debe contar el establecimiento. Además, para posibilitar el buen desempeño en la creación de la farmacia se utilizará herramientas investigativas que nos permitirá conocer a fondo, la situación social, cultural y comercial del sector y sus alrededores.

El nuevo establecimiento beneficiará a los habitantes del sector Oyambarillo y sus alrededores brindando una atención de calidad la cual se consigue mediante una capacitación constante del personal que atiende el establecimiento, alcanzando de esta manera un margen atractivo de ventas y abarcando una clientela estable e

importante. El asesoramiento constante sobre el uso de las diferentes sustancias y la educación a sus clientes sobre el efecto de éstas, es una de las principales tareas que cumple una farmacia respaldada por un profesional en farmacología. La constancia y sobre todo la atención que brinde el cliente interno, serán los factores determinantes para el éxito del negocio. Esta investigación realizada indicará cuáles serán las estrategias más adecuadas, que se deban aplicar para la creación de la farmacia en base a los resultados que se obtengan de ella, se tomará la decisión de invertir en este proyecto o canalizar esos recursos en otra actividad que genere mayor utilidad.

## **1.2 Antecedentes**

La historia de la farmacia se encuentra incluida dentro de la disciplina que conforma la historia de la ciencia. Desde la antigüedad las ciencias médicas, medicina, cirugía y farmacia han estado unidas y sólo desde el punto de vista histórico se han separado. Existe una vinculación ente farmacia y la medicina, se define a la farmacia como la evolución de los medicamentos y de sus distintos profesionales, o como fabricación y control de medicamentos; y la medicina es una ciencia que estudia las enfermedades que afectan al ser humano, los modos de prevenirlas y las formas de tratamiento para curarlas, por lo que permanecería unida a esta ciencia por los problemas de la investigación de los fármacos y la introducción en el organismo.

### ***Antecedentes del Sector Farmacéutico***

La historia de la farmacia como ciencia independiente es relativamente joven. Los orígenes de la historia farmacéutica se remontan en los siglos XII y XIII, que si bien no toca todos los aspectos de la historia farmacéutica es el punto de partida para

el definitivo arranque de esta ciencia. No existen testimonios de los medicamentos utilizados en el período paleolítico y neolítico, pero puede deducirse de los conocimientos que se tienen de las civilizaciones de esta época, los métodos de curación estuvieron asociados al uso de plantas principalmente en la curación de heridas.

Los transmisores de estos conocimientos fueron principalmente los ancianos, brujos o sacerdotes de las tribus, que a su vez eran los encargados de atender a los enfermos y heridos; los curaban, preparando productos naturales y administrándolos. Además se buscaron sustancias naturales para curar, las cuales eran seleccionadas tentativamente según su efecto y se registraba la información de los resultados, que luego fue transmitida de generación en generación. Entonces mediante esta práctica se deduce, el origen común de la medicina y farmacia.

La manufactura farmacéutica se ha convertido en un sector empresarial dedicado a la fabricación, preparación y comercialización de productos químicos medicinales para el tratamiento y también la prevención de las enfermedades, lo cual reporta niveles de lucro económico altos. Muchas entidades del sector fabrican productos químicos farmacéuticos a granel (producción primaria), y todas ellas los preparan para su uso médico mediante métodos conocidos colectivamente como producción secundaria. Entre los procesos de producción secundaria, altamente automatizados, se encuentran la fabricación de fármacos dosificados, como pastillas, cápsulas o sobres para administración oral, soluciones para inyección, óvulos y supositorios. (Laboratorios, 2013)

La evolución farmacéutica ha tenido como propósito la elaboración, producción y comercialización de medicamentos, dado como inicio a las fórmulas magistrales para más tarde convertirse en industrias farmacéuticas que van de la mano con la innovación y la tecnología, permitiendo incrementar plazas de trabajo.

## CAPITULO II

### Análisis Externo

#### 2.1. Factor Económico

##### 2.1.1. La Inflación

Es un término económico que mide ciertos cambios en la actividad económica de un país, y que consiste exactamente en el incremento generalizado de los precios de bienes y servicios. Es por tanto que cada uno de ellos tiene un índice en el que se mide la subida de los precios. (Jose Recio, 2016)

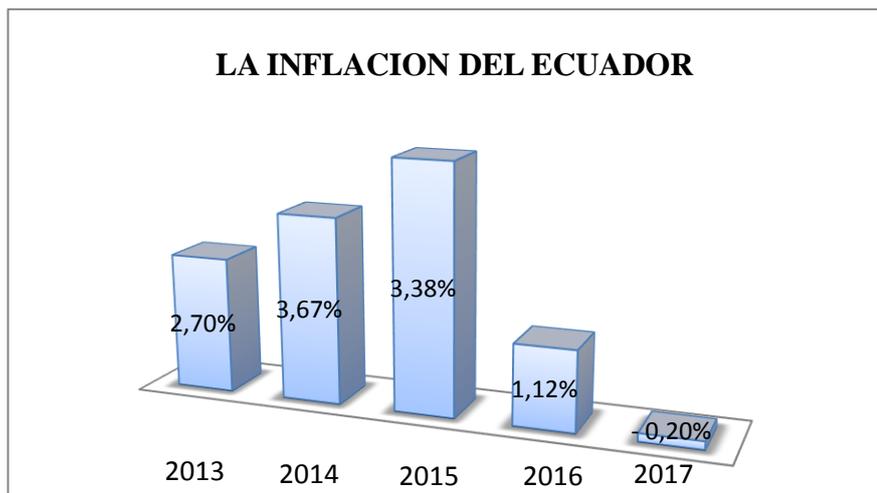
**Tabla 1**

*Porcentajes de inflación*

Año	Porcentajes
2013	2,70%
2014	3,67%
2015	3,38%
2016	1,12%
2017	-0,20%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Israel Ciuchán



**Figura 1:** Tasa de inflación  
**Fuente:** Banco Central del Ecuador  
**Elaborado por:** Israel Ciuchán

### **Análisis:**

Mediante las evidencias estadísticas se puede determinar que la inflación en el año actual se encuentra con un porcentaje del -0,20 % con respecto a los años anteriores, lo cual representa una oportunidad para fomentar este negocio, considerando así que la tasa de inflación es baja y se denomina a su vez estable porque se puede lograr un crecimiento sostenido que genere nuevas oportunidades de empleo que ayuden en la mejora de la situación económica del país. Además se considera que una tasa de inflación baja no afecta la rentabilidad del negocio.

#### **2.1.1.2 Producto Interno Bruto**

“PIB - Producto Interno Bruto es el valor del output (producción) final de todos los bienes (productos y servicios) producidos internamente en una economía durante un determinado período de tiempo, generalmente un año”. (Nunes, Paulo, 2015)

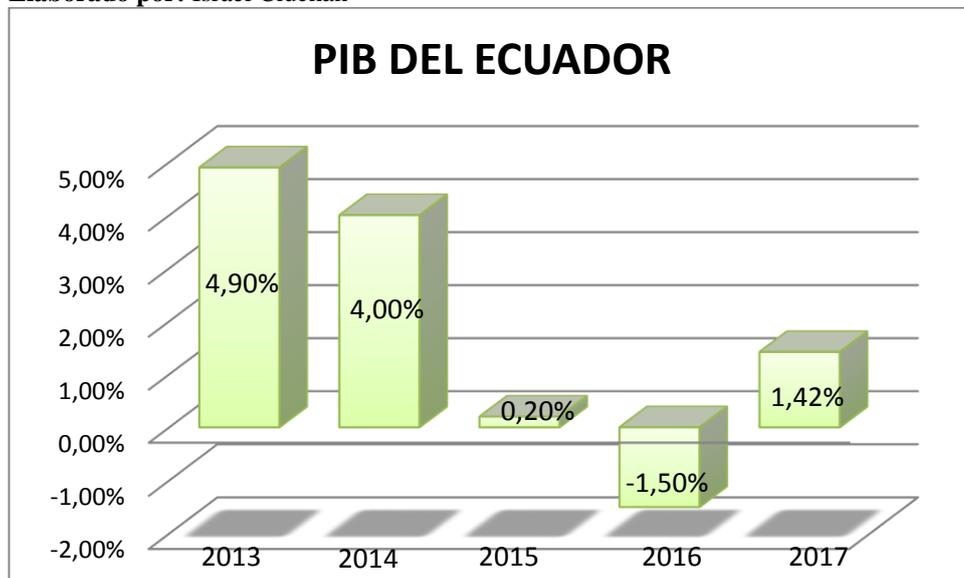
**Tabla 2**

*Porcentaje del PIB*

Años	Porcentajes
2013	4,90%
2014	4,00%
2015	0,20%
2016	-1,50%
2017	1,42%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Israel Ciuchán



**Figura 2:** Porcentaje del Producto Interno Bruto

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Israel Ciuchán

**Análisis:**

En el presente gráfico se puede determinar que el Producto Interno Bruto en el año 2017 es de 1,42% en referencia a los años anteriores determinando así una oportunidad para fomentar este proyecto, además se debe considerar que el país ha atravesado por una tragedia, ocurrida en el mes de Abril del año 2016 en donde parte de la economía se vio afectada en dicha situación y donde los inversionistas decidieron abrir nuevos campos de negocio para el beneficio de los afectados. Sin embargo para el año 2017 el porcentaje del PIB se incrementó trayendo consigo la

posibilidad de invertir y adquirir bienes y servicios con una probabilidad del 90% en donde este proyecto va a resultar satisfactorio y de gran beneficio para la sociedad.

### 2.1.1.3 PIB Farmacéutico

El sector farmacéutico ha contribuido significativamente a la economía del país, con un crecimiento importante en sus ventas en los últimos años. El mercado de productos farmacéuticos es muy dependiente de importaciones, tanto de productos terminados como de ingredientes farmacéuticos activos. (Granda, 2017)

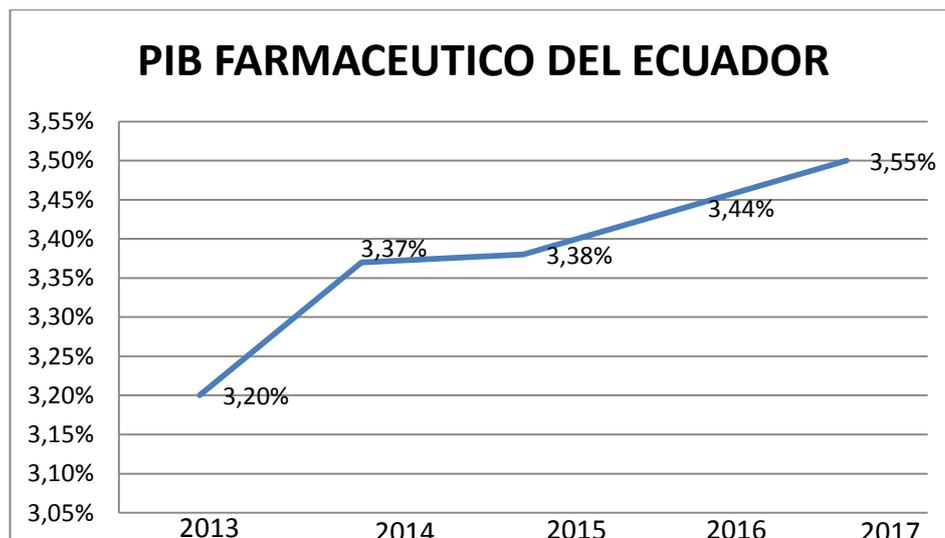
**Tabla 3**

*Porcentaje P.I.B Farmacéutico*

Años	Porcentajes
2013	3,20%
2014	3,37%
2015	3,38%
2016	3,44%
2017	3,55%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Israel Ciuchán



**Figura 3:** Porcentaje P.I.B Farmacéutico

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Israel Ciuchán

### **Análisis:**

Según los datos obtenidos se puede determinar que el PIB Farmacéutico en el año actual se encuentra en un porcentaje alto de 3.55% con respecto a los años anteriores, por lo tanto se puede deducir que el factor analizado es una oportunidad para invertir en la implementación de una farmacia debido a que la población tiene gran aceptación con instituciones relacionadas con la salud, además la economía se considera estable y no existe riesgo de fracaso en la ejecución del proyecto.

#### **2.1.1.4 Tasa de Interés**

De forma sencilla la tasa de interés es el costo del dinero en el tiempo, esto porque el dinero, como producto comercial, tiende a devaluar su poder adquisitivo. Teniendo como consecuencia que su capacidad de obtener bienes y servicios sea menor. (Ortiz, 2014)

#### **2.1.1.5 Tasa De Interés Activa**

El Banco Central del Ecuador, define la tasa de interés activa como el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios de los mismos. Son activas porque son recursos a favor de la banca. (Delgado, 2015)

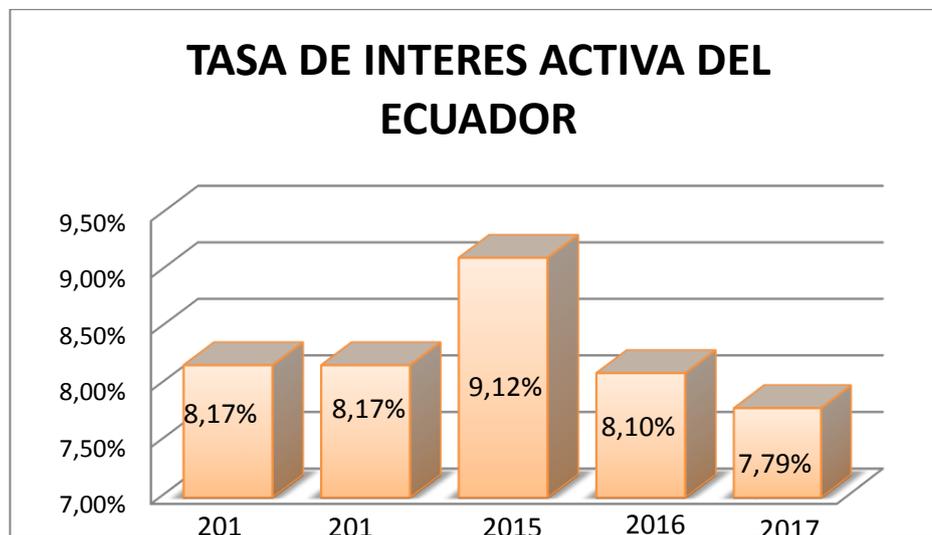
**Tabla 4**

*Porcentaje tasa de Interés Activa*

Años	Porcentajes
2013	8,17%
2014	8,17%
2015	9,12%
2016	8,10%
2017	7,79%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Israel Ciuchán



**Figura 4:** Porcentaje de la Tasa de Interés Activa

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Israel Ciuchán

### **Análisis:**

En el presente año la tasa de interés activa se encuentra en un porcentaje bajo con relación a los años anteriores, por lo tanto se considera accesible para realizar un crédito a bajo interés que facilite la implementación de este proyecto. La tasa de interés activa se lo considera como una oportunidad para realizar un financiamiento para la ejecución del proyecto, porque si los intereses se encuentran bajos se puede acceder fácilmente a un crédito que permita abastecer el establecimiento con toda la implementación y el stock necesario para satisfacer las

necesidades del cliente; proyectando así una utilidad alta que permita cancelar el crédito otorgado.

### 2.1.1.6 Tasa De Interés Pasiva

“Las tasas de interés pasivas son el porcentaje que pagan las entidades financieras sometidas al control de la Superintendencia de Bancos a los ahorristas, sean personas naturales o jurídicas”. (Delgado, 2015)

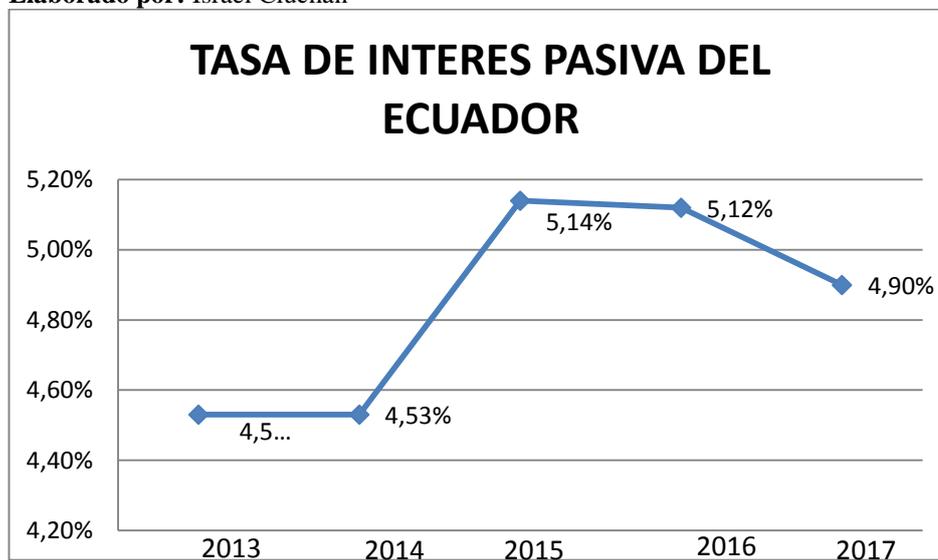
**Tabla 5**

*Porcentaje de Tasa de Interés Pasiva*

Años	Porcentaje
2013	4,53%
2014	4,53%
2015	5,14%
2016	5,12%
2017	4,90%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Israel Ciuchán



**Figura 5:** Porcentaje de la Tasa de Interés Pasiva

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Israel Ciuchán

### Análisis:

En la presente gráfica se puede evidenciar que la tasa de interés pasiva ha reducido con respecto a los años anteriores y actualmente se encuentra en un 4.90%, por lo tanto se considera una oportunidad para invertir el dinero en la implementación de un nuevo establecimiento porque de esta manera se generará más utilidad.

#### 2.1.1.7 Riesgo País

“El riesgo país es un indicador sobre las posibilidades de un país emergente de no cumplir en los términos acordados con el pago de su deuda externa, ya sea al capital o sus intereses; cuanto más crece el nivel del "Riesgo País" de una nación determinada, mayor es la probabilidad de que la misma ingrese en moratoria de pagos o "default". (Izquierdo, 2017)

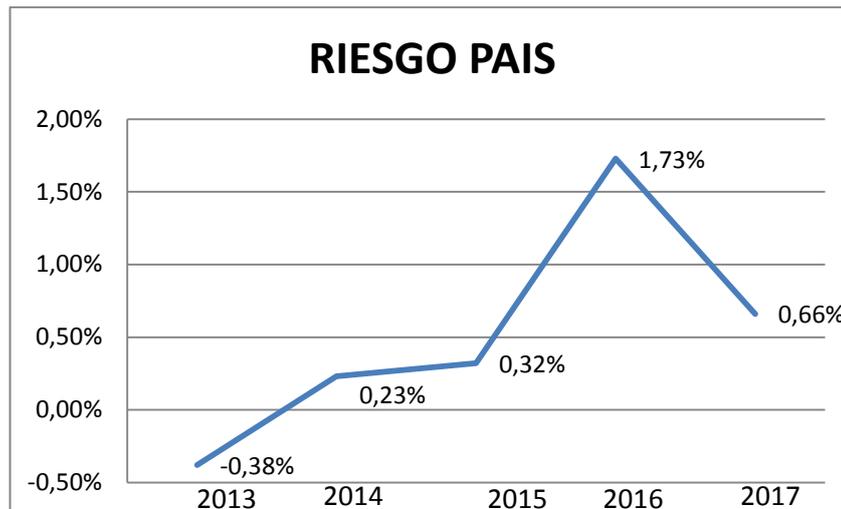
**Tabla 6**

*Porcentaje Riesgo País*

Años	Porcentaje
2013	-0,38%
2014	0,23%
2015	0,32%
2016	1,73%
2017	0,66%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Israel Ciuchán



**Figura 6:** Porcentaje del Riesgo País  
**Fuente:** Banco Central del Ecuador  
**Elaborado por:** Israel Ciuchán

### **Análisis:**

Se puede deducir que la variación del porcentaje de los índices del riesgo país es mínima, pero se encuentra dentro del rango específico por lo tanto se puede deducir que el Ecuador puede obtener financiamiento con el exterior sin ningún inconveniente, considerando que se puede cubrir las respectivas obligaciones con terceros (deuda). Siendo así una oportunidad para la ejecución de nuevos proyectos, que serán de gran beneficio para la economía del país y para la sociedad en general.

## **2.1.2 Factor social**

### **2.1.2.1 El Desempleo**

De acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el desempleo es un conjunto de personas sobre una edad específica, que se encuentra sin trabajo, y está disponible para trabajar y está buscando trabajo durante un período de referencia. Dentro de este grupo se encuentran las personas que quedaron sin

empleo por despido o por renunciaciones (cesantes) y los que se incorporan por primera vez al mercado de trabajo (trabajadores nuevos). (Tipan, 2014, pág. 23)

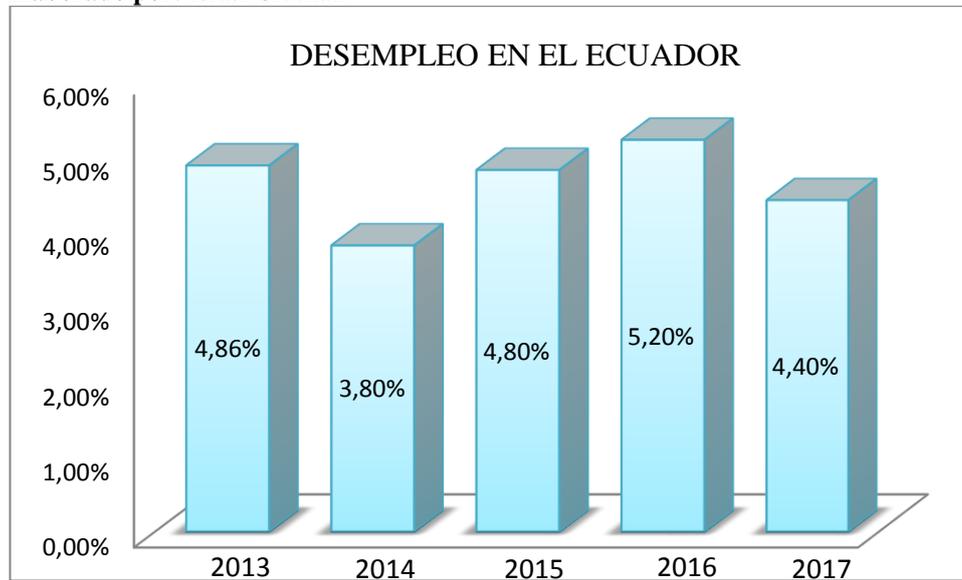
**Tabla 7**

*Porcentajes del Desempleo*

Años	Porcentajes
2013	4,86%
2014	3,80%
2015	4,80%
2016	5,20%
2017	4,40%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Israel Ciuchán



**Figura 7:** Porcentaje del Desempleo

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Israel Ciuchán

**Análisis:**

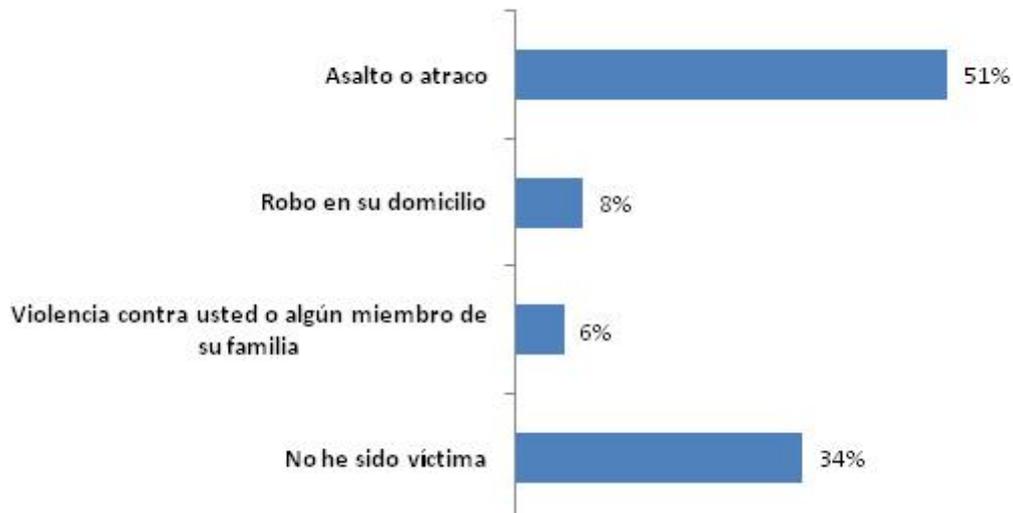
Se puede determinar que el desempleo en el Ecuador ha disminuido en comparación a los años anteriores y actualmente se encuentra en un 4.40%, esto ha sucedido porque el emprendimiento en los últimos años ha sido un factor muy importante para combatir el desempleo, por lo tanto la creación de un negocio se

considera una oportunidad para generar nuevas plazas de trabajo las cuales ayuden en el desarrollo y mejora de la comunidad donde se ejecutará el presente proyecto.

### 2.1.2.1 La Delincuencia

La delincuencia se refiere a un conjunto de actos en contra de la ley tipificado por la ley y merecedor de castigo por la sociedad en diferentes grados. Se podría definir también como una conducta de uno o varios individuos que no coinciden con los requisitos en una sociedad determinadas que atentan contra las leyes de dicha sociedad. (Gutierrezl, 2017)

#### Delitos más comunes en el Ecuador Año (2012-2015)



**Figura 8:** Delitos comunes en el Ecuador

**Fuente:** Cedatos

**Elaborado por:** Israel Cuichán

#### Análisis:

Para el presente análisis se tomó en cuenta los tipos de delitos más comunes en el Ecuador, siendo así el asalto o atraco denominado el más común en los últimos tiempos, una de las razones principales para que la delincuencia aumente es el desempleo, factor principal que ha llevado a las personas a cometer actos ilícitos.

Para el presente proyecto se lo puede definir como una amenaza, considerando así que la delincuencia es una problemática para todo tipo de negocio, por lo tanto se puede deducir que no es posible combatir la delincuencia pero si se puede crear estrategias que ayuden a proteger de este mal que hoy en día está afectando mucho a la sociedad, una de esas estrategias serían las cámaras de video vigilancia, hasta que el establecimiento tenga una estabilidad económica que facilite contratar una compañía de seguridad.

### **2.1.3 Factor Legal**

Al constituir una empresa legalmente, se obtiene varias ventajas como: establecer la organización estructural de la compañía, conocer los puestos y funciones de los diferentes puestos de la organización, formular la filosofía y los valores de la empresa, para poder ser sujeto de crédito ante entidades financieras y brindar una buena imagen de confianza al cliente.

**Considerando la ley Orgánica de Salud los artículos 165 al 176 se detalla a continuación:**

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. 169.- La venta de medicamentos al público al por menor sólo puede realizarse en establecimientos autorizados para el efecto.

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; y,
- 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 prohibida la venta de medicamentos que contengan sustancias psicotrópicas y estupefacientes que no cuenten con receta emitida por profesionales autorizados para prescribirlas. Cuando se requiera la prescripción y venta de medicamentos que contengan estas sustancias, se realizará conforme a las normas emitidas por la Autoridad Sanitaria Nacional y la Ley de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas.

Concordancias:

### **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. Salud (2006)

### **Análisis:**

Se determina que el factor legal cumple un papel importante dentro de la ejecución del proyecto porque estas normas y obligaciones que están emitidas por el Ministerio de Salud Pública, acreditan el correcto funcionamiento de la farmacia dentro del Distrito y un adecuado servicio por parte del personal, considerando que si el establecimiento cumple adecuadamente con los estatutos, puede ser una oportunidad para lograr un posicionamiento en el mercado y proyectar el crecimiento a nivel nacional.

#### **2.1.4 Factor Tecnológico**

En una era tecnológica, hay factores que todo negocio naciente debe tener, no sólo darse a conocer sino también que les permite mantenerse vivos. Las distintas opciones de conexión, de digitalización y de rapidez que ha ofrecido el desarrollo tecnológico le ha permitido a muchas empresas no morir y, por el contrario, darse a conocer o llegar a más clientes. (finanzas personales)

##### **Análisis:**

Actualmente la tecnología lidera el mercado mundial, y facilita el acceso a la misma. El entorno farmacéutico es un entorno ampliamente competitivo donde se cuenta con cadena de farmacias completamente desarrolladas; por lo tanto la integración de la tecnología en esta organización es de vital importancia a través de software, smartphone, sistemas de video conferencia. Además las redes sociales han contribuido mucho en la actualidad y ayuda a tener un contacto más rápido con los proveedores, este es el caso de Whatsapp. La tecnología se considera como una oportunidad para que dicho establecimiento se dé a conocer y, a la vez se genere mayor competitividad y una atención de calidad.

#### **2.2 ENTORNO LOCAL**

Son elementos que afectan directamente al proyecto, de esta manera se destacan importantes fuerzas competitivas como son clientes, proveedores y competidores, que serán analizadas a continuación.

### 2.2.1 Análisis de las 5 Fuerzas de Porter



**Figura 9:** Cinco Fuerzas de Porter  
**Fuente:** Propia  
**Elaborado por:** Israel Cuichán

#### 2.2.1.1 Poder de Negociación de los Clientes

“Las exigencias del mercado actual son cada vez más altas, por ende las empresas tienen mayores expectativas en la calidad de los servicios que cumplan con sus requerimientos, y que sus precios sean acorde al servicio ofrecido”. (Cardenas, 2013, pág. 89)

#### **Análisis:**

Los clientes son la razón de ser de la organización por lo tanto pueden ejercer una máxima presión para recibir un servicio y un producto de calidad de acorde a sus necesidades y expectativas. Se puede deducir que los clientes son los

encargados de darle la parte competitiva al negocio y en un futuro generar su posicionamiento en el mercado. El poder de negociación con los clientes se considera una oportunidad porque se basa en atender sus exigencias y satisfacer sus necesidades por lo tanto la calidad y los precios bajos están dirigidos a ellos, cumpliendo con las expectativas de los clientes se logrará fidelizarlos y, a su vez, con sus sugerencias se podrá realizar una mejora continua.

### 2.2.1.2 Poder de Negociación de los Proveedores

Los proveedores tienen un poder alto, y su servicio se basa en el uso de las nuevas tecnologías y el Social Media, para establecer la estrategia CRM, a bajo costo y que causen un gran impacto, manteniendo calidad en estética, innovación y disponibilidad del servicio. (Cardenas, 2013, pág. 90)

En el mercado farmacéutico existen varios proveedores:

 <p><b>Rocnarf</b> Laboratorios Farmacéuticos que Cuidan su Salud</p>	<p>Se encuentra comprometido con el cuidado y el bienestar de los ecuatorianos desde 1976, es un laboratorio reconocido que elabora medicamentos de calidad.</p>
 <p><b>NOVARTIS</b></p>	<p>Es un laboratorio destinado a descubrir, desarrollar y comercializar productos innovadores los cuales son destinados a prevenir y curar enfermedades.</p>

	<p>Con 120 años de historia es un laboratorio, elaboran medicamentos con la mejor calidad posible.</p>
	<p>Laboratorios LIFE asume el compromiso de responsabilidad social con la comunidad, contribuyendo a mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos, trabajando con ética, firmeza y evaluando sus prácticas empresariales.</p>
	<p>Sanofi es una de las empresas líderes de la industria farmacéutica. Sanofi Ecuador es el resultado de la fusión de varias compañías en las últimas décadas.</p>

**Elaborado por:** Israel Cuichán

### **Análisis:**

Los proveedores se consideran como la fuerza máxima de imponer precios, condiciones y marcas, por lo tanto en el mercado se pueden encontrar varias alternativas y entre ellas elegir la mejor y la más adecuada. Siendo así una oportunidad para este negocio en donde si los proveedores no quieren acceder a las

políticas que se les establece se buscarán nuevas opciones que generen mayor beneficio para el establecimiento.

### **2.2.1.3 Rivalidad entre Competidores**

La tendencia al ingreso de posibles competidores es media, esto se debe a que no existe un estándar de calidad, precios y variedad que identifique a este tipo de servicios, lo cual facilita el ingreso, teniendo que cumplir con los requerimientos de los clientes, como requisito fundamental para un adecuado posicionamiento del mercado. (Cardenas, 2013)

#### **Análisis:**

La rivalidad entre competidores se da por lo general por un puesto de posicionamiento y dominio en el mercado, para lo cual las diferentes empresas utilizan técnicas que les ayudará a obtener el puesto anhelado (Merchandising, marketing, publicidad, etc.).

Para que esta organización tenga un nivel alto de competitividad se debe tomar en cuenta las técnicas mencionadas anteriormente para que de esta manera se obtenga un impacto notable frente a las demás organizaciones.

La rivalidad entre competidores se considera una amenaza tomando en cuenta que es necesario innovar cada día, caso contrario la competencia puede obtener un lugar más alto en el mercado.

#### **2.2.1.4 Amenaza de la entrada de nuevos competidores**

“La rivalidad del mercado es media, porque no existe competencia de negocios de las mismas características en la cual se observe una alta calidad y competencia de precios, esto hace que este mercado sea atractivo”. (Cardenas, 2013, pág. 88)

##### **Análisis:**

Como su nombre lo dice es una AMENAZA, y se considera así porque la entrada y salida de competidores es diversa, por lo tanto pueden obtener un rápido posicionamiento en el mercado y para el nuevo establecimiento se complica poder sobresalir, caso contrario si existe un nivel mínimo de competencia se puede aplicar una técnica de mejora continua para este negocio. Por tal razón antes que esta amenaza se convierta en una situación real se debe ofrecer calidad a los clientes para que se vean satisfechos y se logre su fidelización en dicha organización.

#### **2.2.1.5 Amenaza de posibles productos sustitutos.**

La amenaza de sustitutos es baja, esto se debe a que estos medios son limitados, sólo pueden cumplir las funciones básicas de este tipo de servicios, además, las empresas necesitan innovar la forma en que son publicitados sus productos para mantener la atención de sus clientes, por eso se debe ofrecer un servicio personalizado y de calidad que lo diferencie de las servicios sustitutos. (Cardenas, 2013, pág. 89)

##### **Análisis:**

Los productos sustitutos no se consideran como rivales en el mercado, su competitividad es baja y en la actualidad las personas prefieren la medicina

farmacológica y son muy pocas las que acuden a la medicina natural. Sin embargo son una amenaza porque no se descarta que en un futuro los productos sustitutos tomen un lugar competitivo frente a la industria farmacéutica. También se puede deducir que son negocios diferentes pero con un mismo fin, el bienestar de la salud de la población; además que los productos sustitutos muchas veces son menores en precio comparado con los de una organización farmacéutica, por lo tanto la farmacia ServiSalud contará con la dispensación y expendio de productos sustitutos para aquellos clientes que aun optan por otro tipo de productos para su salud, es decir se busca captar completamente la atención de los clientes logrando así tener un mayor nivel competitivo.

## **2.3 Análisis interno**

### **2.3.1 Propuesta estratégica**

**Tabla 8***Propuesta Estratégica*

PROPUESTA	ESTRATEGIA
SERVICIO AL CLIENTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Respeto y cordialidad hacia el cliente.</li> <li>• Comprender las necesidades del cliente.</li> <li>• Determinar con exactitud las necesidades del cliente.</li> <li>• Excelente dispensación y expendio del medicamento.</li> </ul>
PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Expendir medicamentos de calidad y otros productos que se adapten a las expectativas del cliente.</li> <li>• Contar con un stock variado de productos que satisfagan las necesidades de los clientes para lograr su fidelización.</li> </ul>
PUBLICIDAD	<p>La publicidad es una estrategia que se aplica para llamar la atención del cliente. El día de la inauguración se contará con la presencia de artistas invitados, de igual manera se entregarán recuerdos con el logotipo de la farmacia y se auspiciará el establecimiento mediante una página web y cuñas radiales.</p>
PROMOCIONES	<p>Realizar un pre – volanteo que indique la fecha de apertura de la farmacia, en donde se realizarán promociones y descuentos. De igual manera las promociones se aplicarán regularmente para que los clientes acudan habitualmente a nuevo establecimiento.</p>
PRECIO	<p>Se contara con una variedad de medicinas y productos que se adapten a la economía y a las necesidades de cada cliente.</p>
PLAZA	<p>La farmacia estará ubicada en el sector de Oyambarillo, esta localización se ha designado puesto que no existe un establecimiento farmacéutico al que pueda acceder la población.</p>

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Ciuchán

### **2.3.1.1 Misión**

Contribuir al bienestar de los ciudadanos, ofreciendo el mejor servicio farmacéutico con los estándares más altos de calidad. Brindando profesionalidad y amabilidad por parte del personal que conforma la organización y de esta manera dar bienestar y cumplir con las expectativas de los posibles clientes.

### **2.3.1.2. Visión**

La empresa ServiSalud se proyecta a corto plazo a ser un establecimiento competitivo y reconocido en el sector de Oyambarillo por sus productos de calidad y su capacitación permanente a todos y cada uno de los miembros de la organización, manejando una imagen corporativa de alta calidad, y satisfaciendo las necesidades de los clientes.

### **2.3.1.3 Valores**

- **Honestidad.-** Este valor es de vital importancia en donde se genera un ambiente de confianza a la empresa de tal manera que se cumple su trabajo de forma satisfactoria.
- **Respeto.-** Es un valor que posee todo individuo esto se imparte desde el hogar de dónde venimos, es decir tiene el significado de tratar de igual manera a todo cliente sin excepción de nadie tomando en cuenta que se debe brindar una atención personalizada.
- **Ética.-** Es una disciplina normativa que permite tener un compromiso forjado por la fidelidad por parte los trabajadores, de esta manera dar cumplimiento leal a las políticas y leyes.

- Responsabilidad.- Es un valor que se encuentra en la conciencia de cada persona. Ser responsable se requiere de mucho sacrificio porque no solo depende de tomar decisiones de manera consciente, sino también asumir las consecuencias que tengan y de esta manera ayudar en un futuro.
- Puntualidad.- Es la disciplina que consiste en llegar a tiempo y cumplir las diferentes obligaciones dentro de una organización es decir la persona que cumple con este valor es reconocida dentro de esta organización siendo acreedor de bonos e incluso reconocimientos.

#### **2.3.1.4 Políticas**

- Cumplir con todas las normas de calidad y registro sanitario que permita una adecuada comercialización.
- Cumplir con todos los requisitos necesarios que solicita el establecimiento.
- Portar la identificación.
- Llevar adecuadamente el uniforme.
- Mantener limpio el establecimiento.
- Fomentar un trato equitativo para todos los empleados.
- Ordenar adecuadamente los medicamentos.
- Brindar una información clara y oportuna de los medicamentos que el cliente adquiera es decir dándole seguridad del producto.
- Cumplir con las capacitaciones establecidas.
- Cumplir con el horario de trabajo establecido.
- Cumplir con las promociones y descuentos.
- Emitir factura por cada compra realizada.

### 2.3.1.5 Objetivos

#### 2.3.1.5.1 Objetivo General

- Ser una farmacia reconocida en el sector de Oyambarillo, superando a la competencia e imponiendo un nivel alto en la calidad de atención al cliente.

#### 2.3.1.5.2 Objetivos específicos

- Brindar una atención adecuada a los clientes.
- Capacitar al personal que labore en el establecimiento.
- Cumplir con los procesos necesarios en cada área del establecimiento.
- Asegurar la dispensación con información adecuada y atención personalizada al cliente.
- Realizar promociones y descuentos que permitan fidelizar al cliente.

### 2.3.2 Gestión Administrativa

Se determina la manera de cómo se va a estructurar la farmacia.



**Figura 10:** Gestión Administrativa

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Ciuchán

### **Actividades del Administrador**

- Dirige y supervisa los procesos dentro de la organización, y de esta manera que se los cumpla.
- Dirige y supervisa el proceso de expendio y comercialización de los medicamentos y productos farmacéuticos destinados para la venta.
- Realiza actividades de mercadeo, ventas, promociones y servicio al cliente.
- Encargado de hacer cumplir las actividades de cada miembro del establecimiento.
- Administra y dirige el establecimiento farmacéutico.
- Administración de finanzas.
- Pago de recibos y facturas.
- Control de inventarios.
- Archivo de documentos.
- Lleva la contabilidad del establecimiento.

### **Actividades del Bioquímico Farmacéutico**

- Tener responsabilidad técnica para acreditar el cumplimiento de las normativas nacionales correspondientes.

- Asesorar en el área de la Salud Pública y Privada en la implementación, gestión, control y evaluación de políticas farmacéuticas y sanitarias.
- Ejercer la vigilancia sanitaria en el marco de la legislación vigente.
- Capacitación al personal.
- Controla la calidad de los medicamentos.
- Control de Psicotrópicos y Estupefacientes.
- Informe mensual de movimiento de medicamentos con estupefacientes y psicotrópicos a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO:		MES DE REPORTE:	AÑO:				
REPRESENTANTE FARMACÉUTICO:		CIUDAD/CANTÓN:	RECETAS No:				
PROPIETARIO:		PERMISO DE FUNCIONAMIENTO No:	TELÉFONO:				
DIRECCIÓN:							
<b>INFORME MENSUAL DE MOVIMIENTO DE MEDICAMENTOS CON ESTUPEFACIENTES Y PSICOTRÓPICOS</b>							
<b>MEDICAMENTOS QUE CONTIENEN ESTUPEFACIENTES</b>							
NOMBRE GENÉRICO	NOMBRE COMERCIAL	SALDO ANTERIOR	INGRESOS			EGRESOS	SALDO FINAL
			CANTIDAD	FACTURA	PROVEEDOR		
Cocaína clorhidrato	Cocaína polvo						
Fentanyl	Durogesic parche 4.2 mg						
Fentanyl	Fentanilo amp. 0.5 mg/10 ml						
Fentanyl	Fentanyl amp. 0.1 mg/2ml						
Fentanyl	Fentanyl amp. 0.25 mg/5ml						
Fentanyl	Fentanyl amp. 0.5 mg/10 ml						
Fentanyl citrato	Fentanest amp. 0.05 mg/ml						
Metadona clorhidrato	Metadona amp. 10/mg/2ml						
Morfina sulfato	M. eslon Cáp. 10 mg						
Morfina sulfato	M. eslon Cáp. 30 mg.						
Morfina sulfato	M. eslon Cáp. 60 mg.						
Morfina clorhidrato	Morfina amp. 10 mg.						
Morfina clorhidrato	Morfina amp. 20 mg.						
Oxicodona	Oxicontin tab. 10 mg.						
Oxicodona	Oxicontin tab. 20 mg.						
Oxicodona	Oxicontin tab. 40 mg.						
Oxicodona	Oxirapid com. 5 mg.						
Pethidine	Pethidine amp. 50 mg.						
Pethidine	Pethidine amp. 100 mg.						
Remifentanyl	Ultiva amp. 5 mg.						
OTROS							

**Figura 11:** Informe Mensual de Medicamentos con Estupefacientes y Psicotrópicos.

**Fuente:** Ministerio de Salud Pública del Ecuador.

**Elaborado por:** Israel Ciuchán

### **Actividades de Dependiente de Farmacia.**

- Responder por la adecuada recepción y distribución de pedidos de medicamentos.
- Clasificar y ordenar de conformidad con el Manual Normas procedimientos establecidos, las existencias de la farmacia.
- Vigilar el periodo de vigencia de los medicamentos próximos a vencer y reportándolos oportunamente al jefe inmediato. Con una antelación mínima de tres (3) meses antes de su vencimiento.
- Ordenar en los estantes los productos farmacéuticos y elementos para la preparación de fórmulas siguiendo instrucciones establecidas.
- Despachar adecuadamente los medicamentos a los clientes y orientarlos sobre el procedimiento a seguir.
- Realizar dispensación acerca del medicamento que va a ser comercializado.
- Llevar el kardex diariamente registrando medicamentos en general.
- Llevar el adecuado registro y control de los medicamentos de control y sustancias tóxicas conservando las normas establecidas para tal fin.

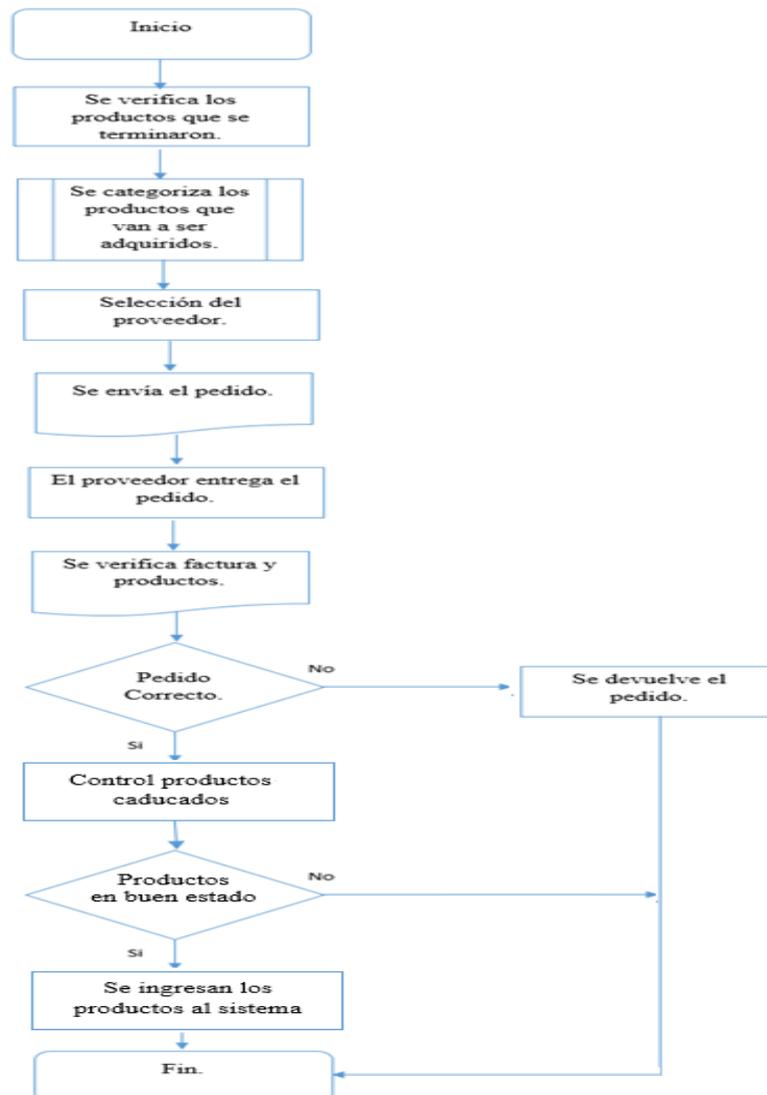
### **2.3 .3. Gestión Operativa**

Se define como un modelo de gestión, el cual está compuesto por un conjunto de tareas y procesos enfocados a la mejora de las organizaciones internas,

su fin principal es aumentar la capacidad de conseguir los propósitos y objetivos comparativos.

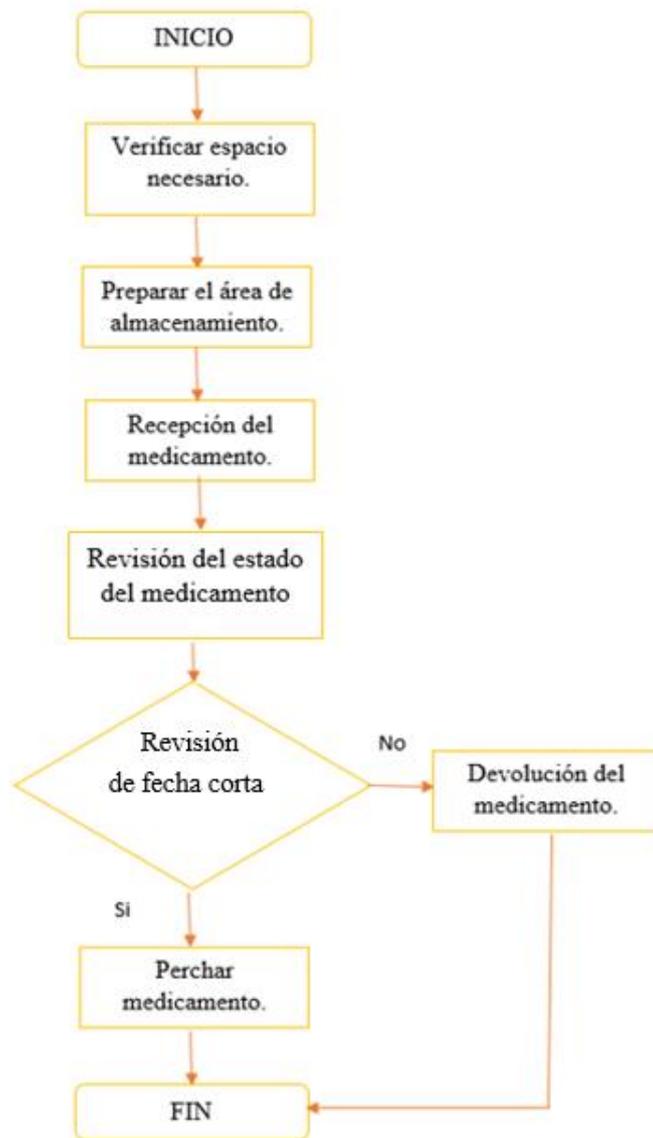
Es aquí donde entran las funciones operacionales del personal que colabora dentro de organización, es decir lo que quiero para la empresa, brindar un servicio de calidad y una atención ordenada cumpliendo todas las políticas que se hayan establecido. (Peña, 2015).

### Procesos Administrativos: Aprovisionamiento



**Figura 12:** Proceso de Aprovisionamiento.  
**Elaborado por:** Israel Cuichán

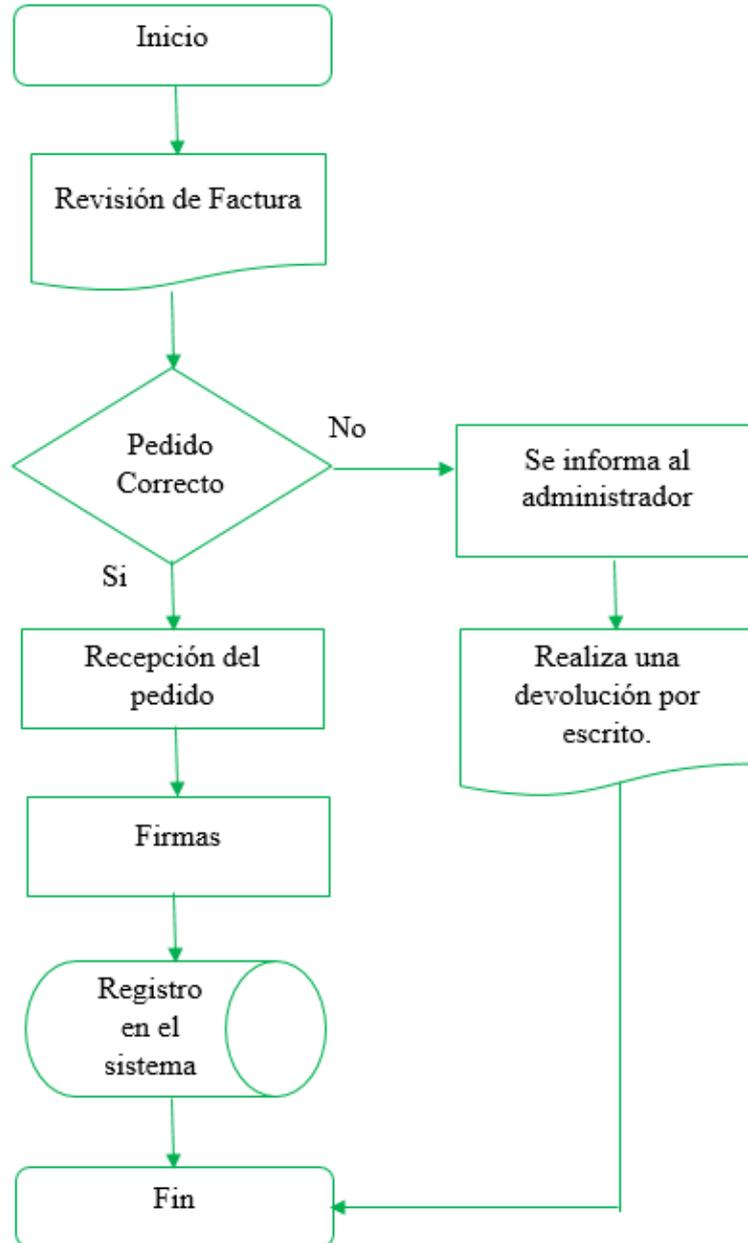
### Almacenamiento:



**Figura 13:** Proceso de Almacenamiento.  
**Elaborado por:** Israel Cuichán

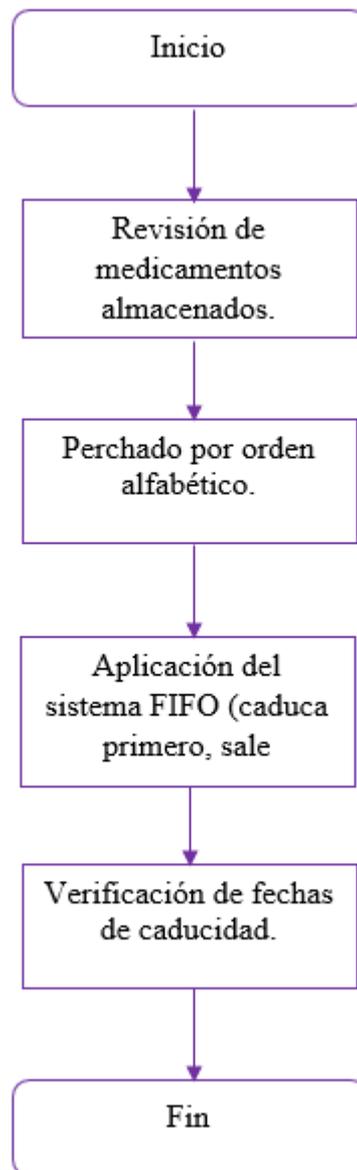
**Procesos Operativos:**

**Proceso de Recepción de medicamentos:**



**Figura 14:** Proceso de Recepción de Medicamentos..  
**Elaborado por:** Israel Cuichán

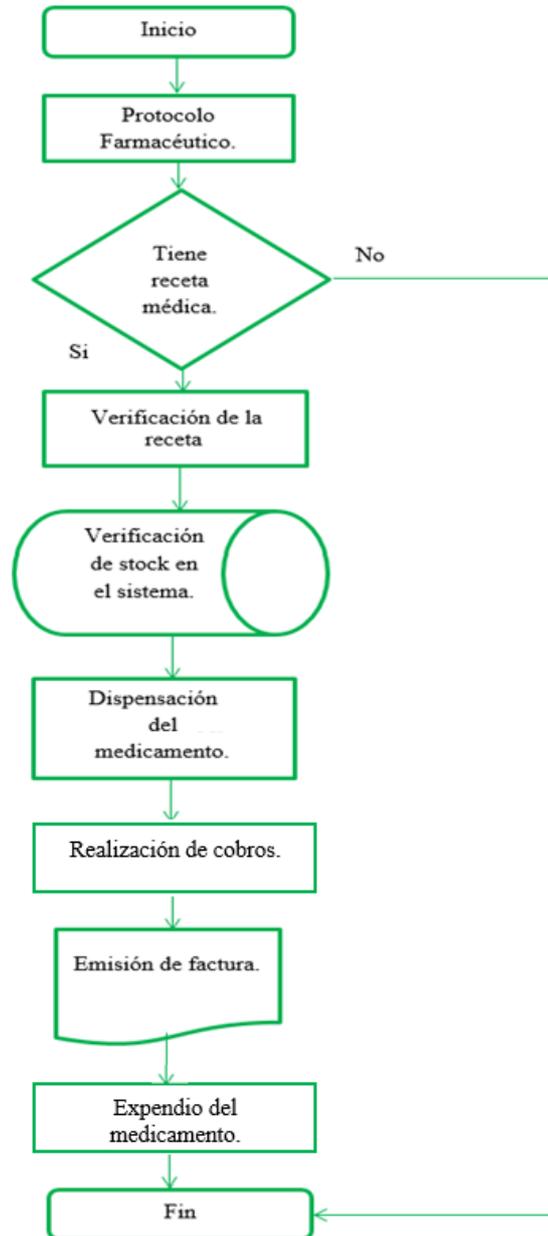
### Proceso de perchado de medicamentos:



**Figura 15:** Proceso de Perchado de Medicamentos.  
**Elaborado por:** Israel Cuichán

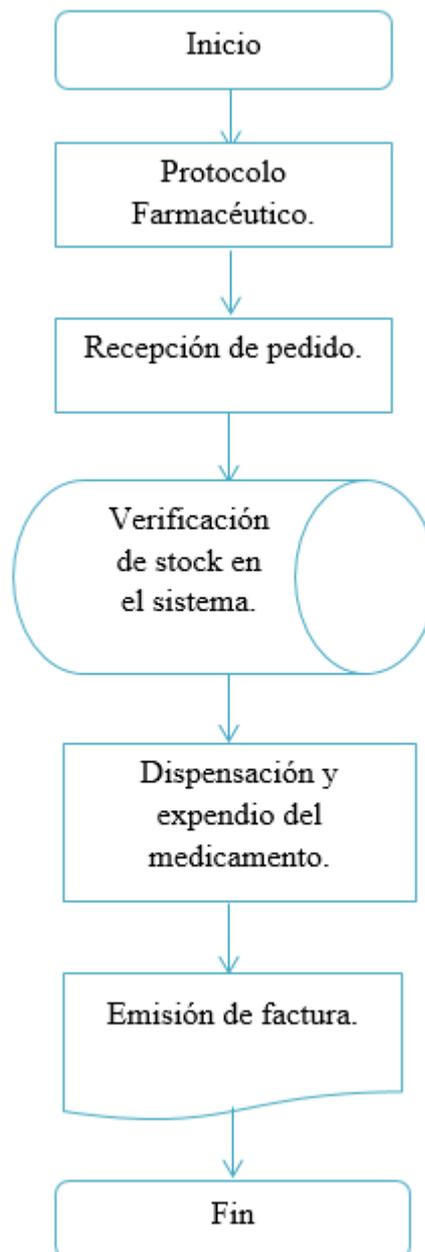
## PROCESOS COMERCIALES

### Proceso de dispensación y expendio de medicamentos con receta médica.



**Figura 16:** Proceso de Dispensación y Expendio de Medicamentos con Receta Médica.  
**Elaborado por:** Israel Cuichán

### Proceso de dispensación y expendio sin receta médica



**Figura 17:** Proceso de Dispensación y Expendio de Medicamentos Sin Receta Médica  
**Elaborado por:** Israel Cuichán

### 2.3.4 Gestión Comercial

Nombre de la farmacia

“FARMACIA SERVISALUD”

Logo:



**Figura 18:** Logo Farmacia Servi-Salud  
**Elaborado por:** Israel Cuichán

### 2.3.5 Estrategia Comercial

#### ❖ PROPAGANDA



**Figura 19:** Volante farmacia  
**Elaborado por:** Israel Cuichán

Se entregarán volantes anunciando la inauguración de la farmacia.

❖ **Accesorios para activación en la farmacia.**

**Espejos:**



**Figura 20:** Accesorios farmacia  
**Elaborado por:** Israel Cuichán

Se entregarán botones con espejos de recuerdo por compras superiores a \$20.00 dólares en Vitaminas el día de la inauguración de la farmacia, sábado 5 de Mayo del 2018.

**Fofuchos:**



**Figura 21:** Accesorios farmacia  
**Elaborado por:** Israel Cuichán

Se entregará un fofucho pequeño de recuerdo por realizar comprar superiores a \$20.00 dólares en el día de la madre y en el día del padre por la compra de productos dermatológicos.

### Tazas:



**Figura 22:** Accesorios farmacia  
**Elaborado por:** Israel Cuichán

Se entregará una taza como obsequio por compras de \$15.00 en productos de aseo personal los días 15 de cada mes.

### Llaveros:



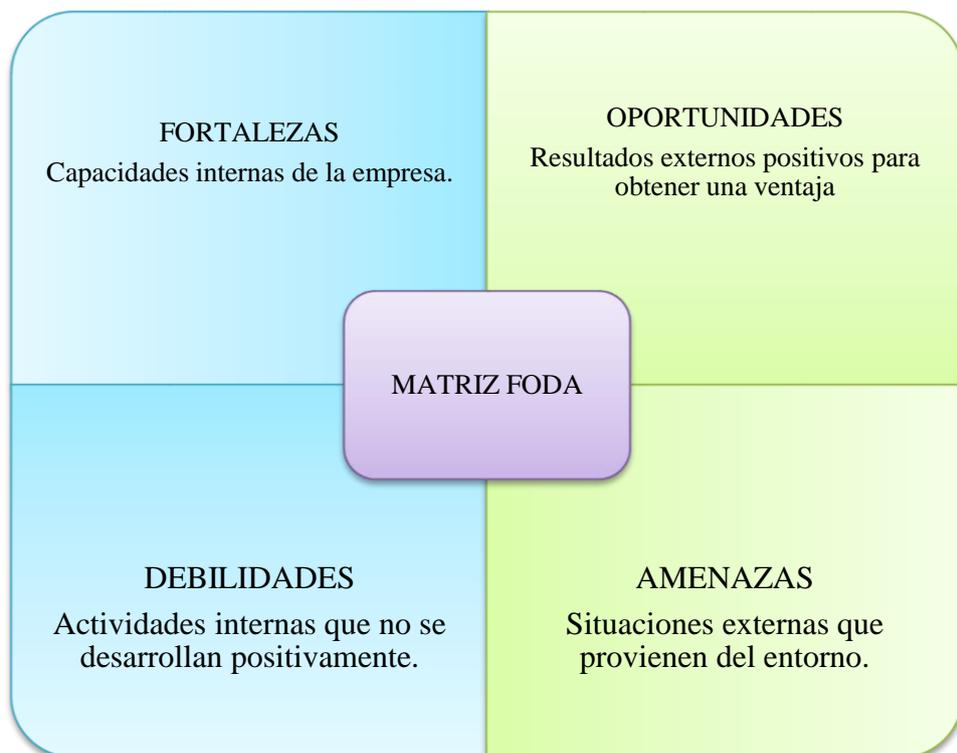
**Figura 23:** Accesorios farmacia  
**Elaborado por:** Israel Cuichán

Se entregará unos llaveros con el logo de la farmacia por asistir a la inauguración de la farmacia el día sábado 5 de mayo del 2018 y realizar compras superiores a \$10.00.

## 2.4 Análisis foda

El análisis FODA, es una excelente herramienta que permite entender de mejor manera las condiciones de una compañía.

Se puede citar que las variables internas o controlables que tiene la empresa son las debilidades y fortalezas por lo tanto se puede tomar decisiones con mayor facilidad. Las oportunidades y amenazas son las variables externas, por lo tanto son más complicadas de tomar decisiones sobre ellas.



**Figura 24:** Matriz FODA

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán

### Cuadro de la Matriz FODA

FACTORES INTERNOS CONTROLABLES (+)	FACTORES EXTERNOS NO CONTROLABLES (-)
<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Tecnología de punta</li> <li>❖ Tener el personal altamente capacitado</li> <li>❖ Rapidez en el servicio</li> <li>❖ Precios accesibles</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Por ser una nueva empresa no es reconocida en el mercado.</li> <li>❖ Inexistencia de planes de promoción y publicidad</li> <li>❖ Falta de creatividad para dar a conocer los servicios</li> <li>❖ No contar con un stock de productos.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Únicos en el sector.</li> <li>❖ Incremento del índice poblacional</li> <li>❖ Alta demanda de clientes.</li> <li>❖ Mal manejo de ventas por parte de la competencia</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Competencia directa y organizada (farmacias de cadena).</li> <li>❖ Precios bajos de la competencia.</li> <li>❖ Situación económica de la población.</li> <li>❖ Incremento de precios por parte de los proveedores</li> </ul>

**Figura 25:** Análisis Foda

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán

## MATRIZ DE CRUCE

### ESTRATEGIA FO

F1O1	Elegir tecnología de punta para brindar un excelente servicio a los clientes, tomando en cuenta que es una organización única en el sector.
F2O2	Capacitar el personal constantemente para ofrecer un excelente servicio considerando que existe una población en constante crecimiento.
F3O3	Mejorar la rapidez en el servicio para hacer frente a una alta demanda de clientes.
F4O4	Mantener precios accesibles en relación a la competencia y lograr así una fidelización por parte de los clientes.

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán.

### ESTRATEGIA DO

D1O2	Crear estrategias de publicidad para dar a conocer el establecimiento tomando en cuenta que existe una población en crecimiento.
D3O3	Realizar estrategias de innovación que permitan brindar un servicio eficiente y de calidad, tomando en cuenta que existe una alta demanda de clientes.
D4O4	Mantener el stock necesario para que los clientes se fidelicen con el establecimiento y así incrementar los ingresos en relación a la competencia.

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán.

### ESTRATEGIA FA

F1A1	Implementar el establecimiento con tecnología de punta para ofrecer un servicio de calidad en comparación a una competencia organizada.
F2A2	Capacitar al personal constantemente para aplicar estrategias que fidelicen al cliente pese a los precios bajos de la competencia.
F4A3	Establecer precios accesibles tomando en cuenta la situación económica de la población.
F5A1	Contar con una adecuada infraestructura tomando en cuenta que existe competencia organizada y directa tales como farmacias desarrolladas.

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán

### ESTRATEGIA DA

D2A1	Ejecutar técnicas de marketing para dar a conocer el establecimiento y lograr una mayor competitividad en relación a otros establecimientos.
D2A2	Realizar promociones tomando en cuenta los precios con los que la competencia se maneja, logrando así fidelización por parte de los clientes.
D4A4	Buscar diferentes alternativas de proveedores con precios bajos para abastecer la farmacia con todo el stock necesario.

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán

### Análisis:

Mediante el análisis de la matriz FODA se determina un mayor número de puntos positivos que permitirán el buen desarrollo y funcionamiento del establecimiento farmacéutico, sin embargo los puntos negativos tales como debilidades y amenazas serán una ayuda para desarrollar estrategias que permitan minimizarlos y mejorar de manera continua. Cabe recalcar que las fortalezas y oportunidades deben ser desarrolladas para tener una mayor ventaja competitiva.

**Tabla 9***Matriz MEFI*

FACTORES INTERNOS	VALOR	CALIFICACION	T. PONDERADO
<b>FORTALEZAS</b>			
Tecnología de punta.	0.12	4	0.48
Personal altamente capacitado	0.11	3	0.44
Servicio de calidad.	0.12	4	0.48
Precios accesibles.	0.10	4	0.40
<b>SUBTOTAL</b>	0.45		1.80
<b>DEBILIDADES</b>			
Empresa nueva en el mercado.	0.12	3	0.36
Inexistencia de planes de promoción y publicidad.	0.11	2	0.22
No contar con un stock completo.	0.11	3	0.33
Manejo inadecuado de inventario.	0.10	1	0.10
<b>SUBTOTAL</b>	0.44		1.01
<b>TOTAL</b>	1.00		3.14

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán

### Análisis:

La presente matriz MEFI establece que las fortalezas tienen una calificación superior a las debilidades, por lo tanto se puede deducir que el establecimiento farmacéutico puede ejecutar su plan estratégico para sobresalir en la parte competitiva, sin embargo las debilidades aunque no muestren una calificación alta son un factor muy importante que permitirá mejorar de manera continua y hacer de ellas unas fortalezas para que el establecimiento logre un mejor posicionamiento en el mercado y sea reconocida en el sector de Oyambarillo.

**Tabla 10**

*Matriz MEFE*

FACTORES CRITICOS	PESO	CALIFICACION	PESO PONDERADO
<b>OPORTUNIDADES</b>			
Únicos en el sector.	0.15	3	0.45
Incremento del índice poblacional.	0.12	4	0.48
Alta demanda de clientes.	0.20	4	0.80
Mal manejo de ventas por parte de la competencia.	0.15	3	0.45
<b>SUBTOTAL</b>	<b>0.62</b>		<b>2.18</b>
<b>AMENAZAS</b>			
Competencia directa y organizada (farmacias)	0.08	2	0.16

de cadena).			
Precios bajos de la competencia.	0.10	2	0.20
Situación económica de la población.	0.13	4	0.52
Incremento de precios por parte de los proveedores.	0.07	2	0.14
<b>SUBTOTAL</b>	<b>0.38</b>		<b>1.02</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>3.20</b>

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán

### **Análisis:**

La presente Matriz MEFE muestra que las oportunidades se encuentran con una calificación más alta que las amenazas por lo tanto se puede deducir que existe un ambiente externo favorable para la ejecución del presente proyecto, por lo tanto se debe aprovechar las oportunidades que existen a favor del establecimiento sin descuidar las amenazas que también son un factor importante para que el establecimiento pueda lograr sus objetivos y posicionarse en el mercado.

## CAPÍTULO III

### 3.01 Análisis del consumidor

“Significa “aquella actividad interna o externa del individuo o grupo de individuos dirigida a la satisfacción de sus necesidades mediante la adquisición de bienes o servicios” (Arellano, 2012)

#### 3.01.01 Determinación de la población y muestra

##### 3.01.02 Población

“Es un conjunto de seres vivos de una especie que habita en un determinado lugar.

Se utiliza también para referirse al conjunto de viviendas, de forma similar al término 'localidad'. Procede del latín *populatio, -ōnis.*” Significados (2014)

En el sector de Oyambarillo se determinó una población de 3240 habitantes.

**Tabla 11**

*Población*

Total de población	3240 habitantes
Número de hogares Inec.	4
Total de Hogares	810 Hogares

**Fuente:** Instituto nacional de estadística y censo

**Elaborado por:** Israel Cuichán

### 3.01.03 Muestra

Se determina que para calcular el número de encuestas, se toma como dato la cantidad de familias que habitan en el barrio en donde se consideran 4 personas por familia. Utilizando un margen de error del 5% y el nivel de 95%, y por medio de la siguiente fórmula se procede a calcular la muestra.

#### Formula de la Muestra

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

Identificando así:

k= Es el nivel de confianza (cuan verdad es) VALOR ESTÁNDAR

Valor de k	1,15	1,28	1,4	1,7	1,96	2,24	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	97,50%	99%

p= Población de éxito que suceda 50% 0,5

q= Población de fracaso que suceda 50% 0,5

e= Es el margen de error 5% 0,05

N= T. de la población (# de hogares) 810

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

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5) * 810}{[(0,0025) * (810-1)] + (3.8416) * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{777,924}{2,0225 + 0,9604}$$

$$n = \frac{777,924}{2.9829}$$

$$n = 260$$

$$n = 260$$

260 encuestas

De acuerdo al cálculo de la muestra es preferible que las encuestas se aplique a personas activas, es decir que cuenten con todas las condiciones de vida con un rango de edad (25 a 65 años). Capaces de satisfacer las necesidades y deseos de sus hijos, que con frecuencia tienden a enfermarse, considerando que la población es frágil y se encuentran en constante crecimiento.

### 3.1.2. Técnicas de Obtención de Información

### 3.1.3. Análisis de la Información

Mediante la obtención de la información se utilizó el método de la encuesta para determinar la factibilidad y la viabilidad de este proyecto, en donde permita la creación de la farmacia en dicho sector.

#### 3.1.3.1. Análisis y Tabulación de la Encuesta

La presente encuesta es creada con la finalidad de determinar el nivel de satisfacción de los habitantes del barrio Oyambarillo en el ámbito de salud. Con los resultados que se obtenga se ejecutará este proyecto para la creación de un establecimiento farmacéutico que cumpla con las necesidades y expectativas de los clientes.

1.- ¿A qué establecimiento farmacéutico acude normalmente?

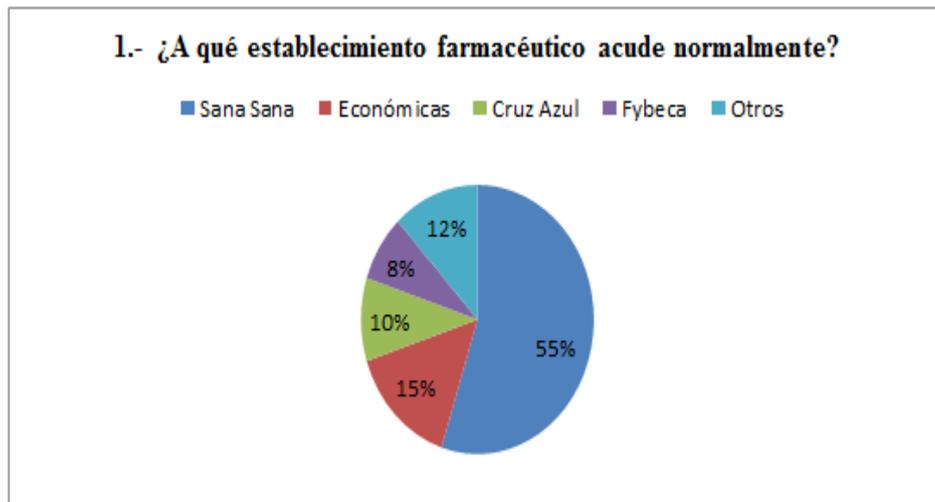
**Tabla 12**

*Pregunta 1*

Sana Sana	143	55%
Económicas	39	15%
Cruz Azul	26	10%
Fybeca	20	8%
Otros	32	12%
<b>TOTAL</b>	<b>260</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán



**Figura 26:** Representa los porcentajes de las respuestas de la pregunta 1,

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán

### **Análisis:**

Mediante los datos obtenidos se puede determinar que el 55% los habitantes del Sector de Oyambarillo acuden habitualmente a farmacias Sana Sana debido a que es la farmacia más cercana a los alrededores del sector, por lo cual se determina una oportunidad para crear el establecimiento porque los habitantes no tendrían la necesidad de salir del sector para satisfacer sus necesidades en el ámbito de salud.

2.- ¿Por qué motivo realiza sus compras en aquel establecimiento?

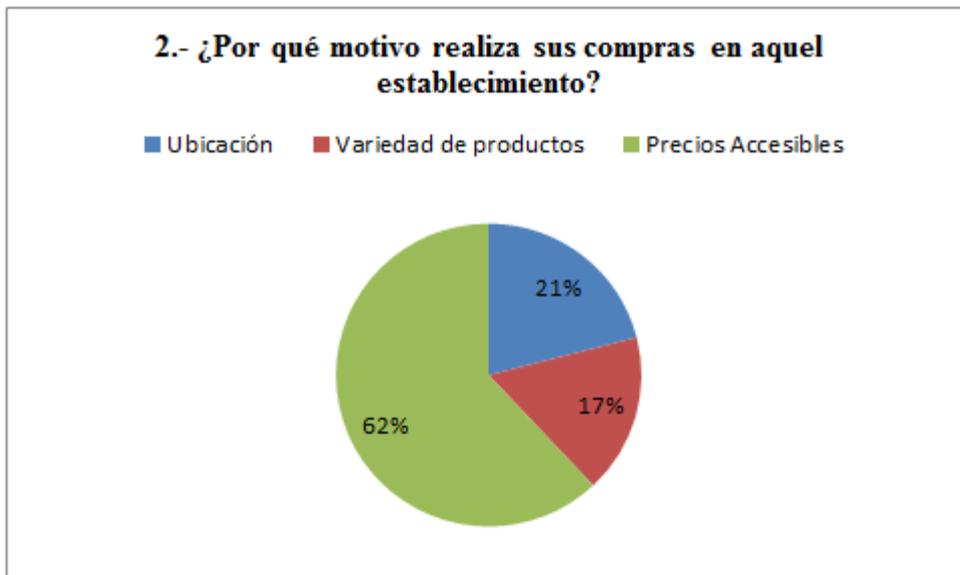
**Tabla 13**

*Pregunta 2*

Ubicación	55	21%
Variedad de productos	43	17%
Precios Accesibles	162	62%
<b>TOTAL</b>	<b>260</b>	<b>100%</b>

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán



**Figura 27:** Representa los porcentajes de las respuestas de la pregunta 2,

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán

**Análisis:**

Según los resultados obtenidos se puede determinar que los habitantes del sector Oyambarillo acuden a la Farmacia Sana Sana por sus precios accesibles, por lo tanto se deben aplicar estrategias para comercializar los medicamentos a precios económicos logrando así la preferencia y fidelización de los clientes.

3.- ¿Cuál es el promedio consumo de su hogar en productos farmacéuticos?

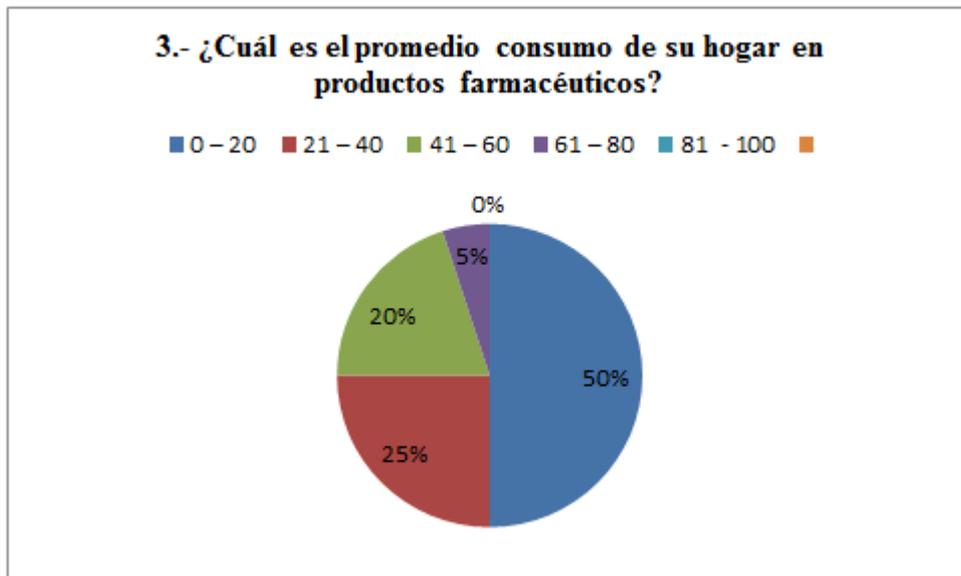
**Tabla 14**

*Pregunta 3*

0 – 20 \$	130	50%
21 – 40\$	65	25%
41 – 60\$	52	20%
61 – 80\$	13	5%
81 - 100\$	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>260</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán



**Figura 28:** Se puede evidenciar los porcentajes de las respuestas de la pregunta 3

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán

**Análisis:**

Mediante los datos obtenidos se puede determinar que los habitantes del sector Oyambarillo consumen productos farmacéuticos en un promedio de \$20.00 por lo cual el nuevo establecimiento debe establecer precios accesibles para la clientela.

4.- ¿La atención de la farmacia a la que usted acude es?

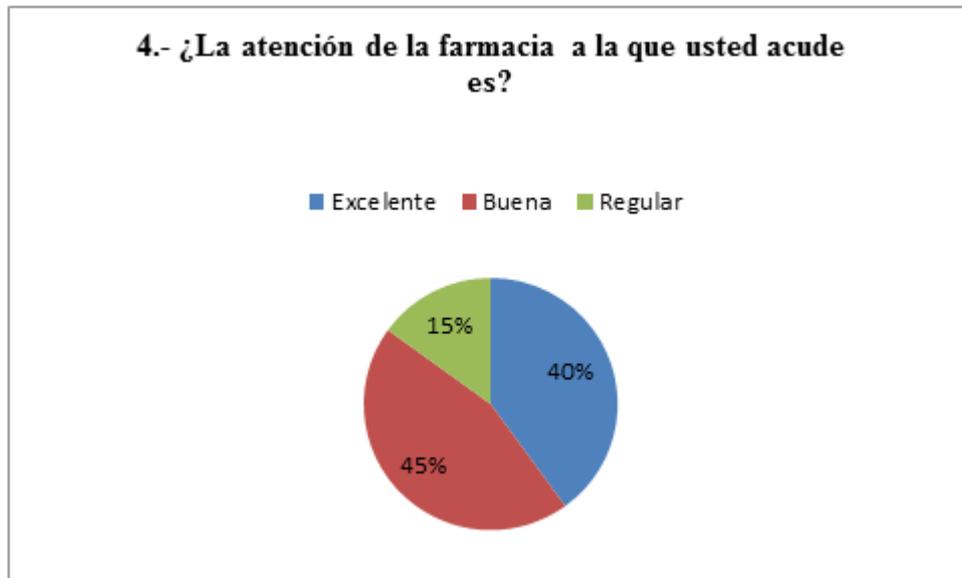
**Tabla 15**

*Pregunta 4*

Excelente	104	40%
Buena	117	45%
Regular	39	15%
<b>TOTAL</b>	<b>260</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán



**Figura 29:** Se puede evidenciar los porcentajes de las respuestas de la pregunta 4

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán

**Análisis:**

Los resultados obtenidos indicaron que la atención de la farmacia a la que los habitantes del sector Oyambarillo acuden es buena, por lo tanto se deben aplicar técnicas y estrategias de atención al cliente para que el nuevo establecimiento brinde un servicio de calidad y logre una excelente atención.

5.- ¿Qué horario le gustaría a usted para que la farmacia esté disponible?

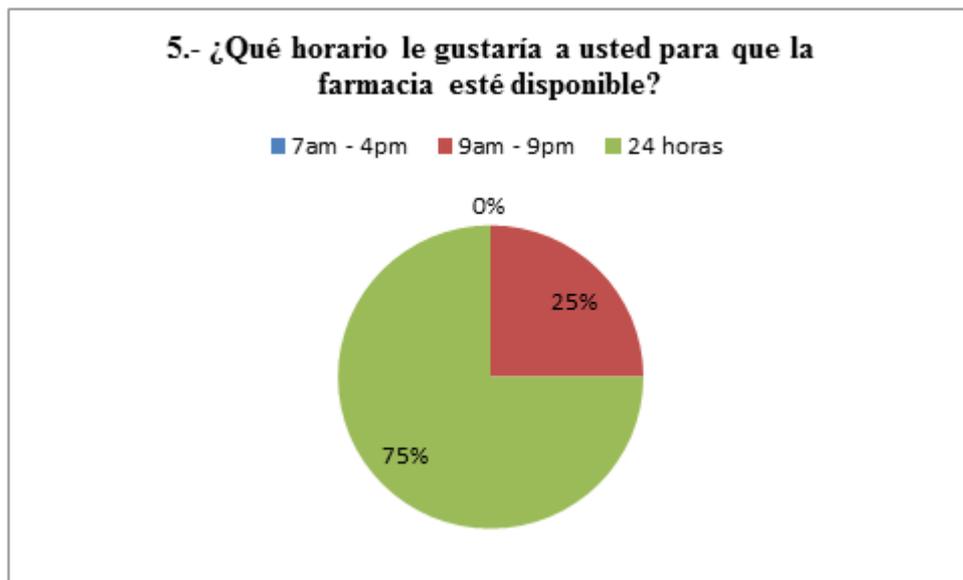
**Tabla 16**

*Pregunta 5*

7am - 4pm	0	0%
9am - 9pm	65	25%
24 horas	195	75%
<b>TOTAL</b>	<b>260</b>	<b>100%</b>

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán



**Figura 30:** Se pueden observar los porcentajes de las respuestas de la pregunta 5

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán

**Análisis:**

Los habitantes del Sector de Oyambarillo indicaron que les gustaría una farmacia que atienda las 24 horas del día ya que en la noche se pueden presentar emergencias, esto se considera una oportunidad para lograr una mayor ventaja competitiva y así lograr la fidelización de los clientes.

6.- ¿Usted recibe información acerca del medicamento que está adquiriendo?

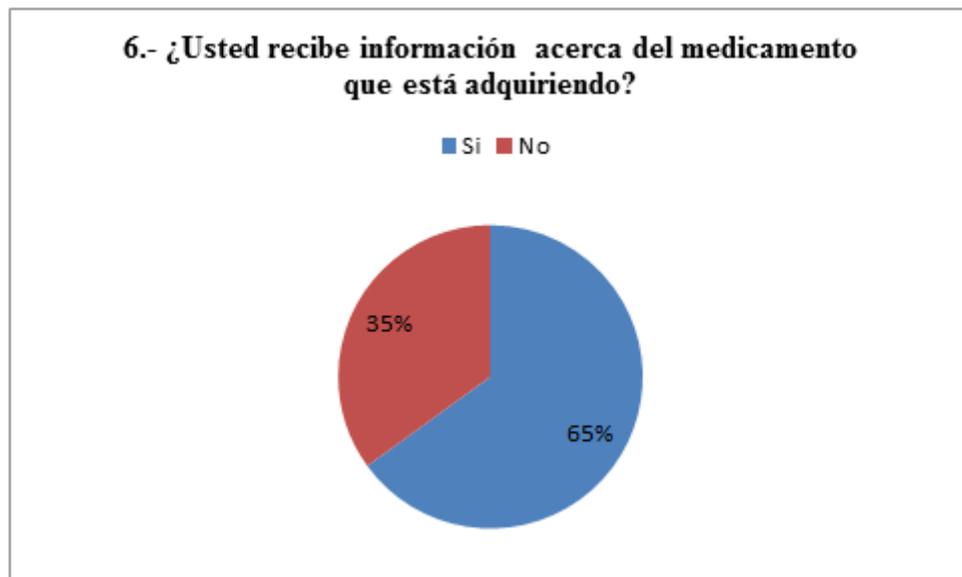
**Tabla 17**

*Pregunta 6*

Si	169	65%
No	91	35%
<b>TOTAL</b>	<b>260</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán



**Figura 31:** Se muestran resultados en porcentajes de la pregunta 6,

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán

### **Análisis:**

Los resultados obtenidos indicaron que los habitantes del sector Oyambarillo si obtienen información acerca del medicamento que están consumiendo, por lo tanto se puede deducir que la dispensación debe prevalecer en el nuevo establecimiento y capacitarse para poder brindar una mejor información al cliente.

7.- ¿Cree que es necesario la creación de un nuevo establecimiento farmacéutico en el sector de Oyambarillo?

**Tabla 18**

*Pregunta 7*

Si	260	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>260</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán



**Figura 32:** Se pueden observar resultados en porcentajes de la pregunta 7,

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán

### **Análisis:**

Los habitantes del Sector de Oyambarillo indicaron que si es necesario la creación de un nuevo establecimiento, porque deben salir a los alrededores del sector para poder realizar sus adquisiciones, por lo tanto es una oportunidad para que el proyecto se pueda ejecutar.

8.- ¿Usted consumiría en el nuevo establecimiento?

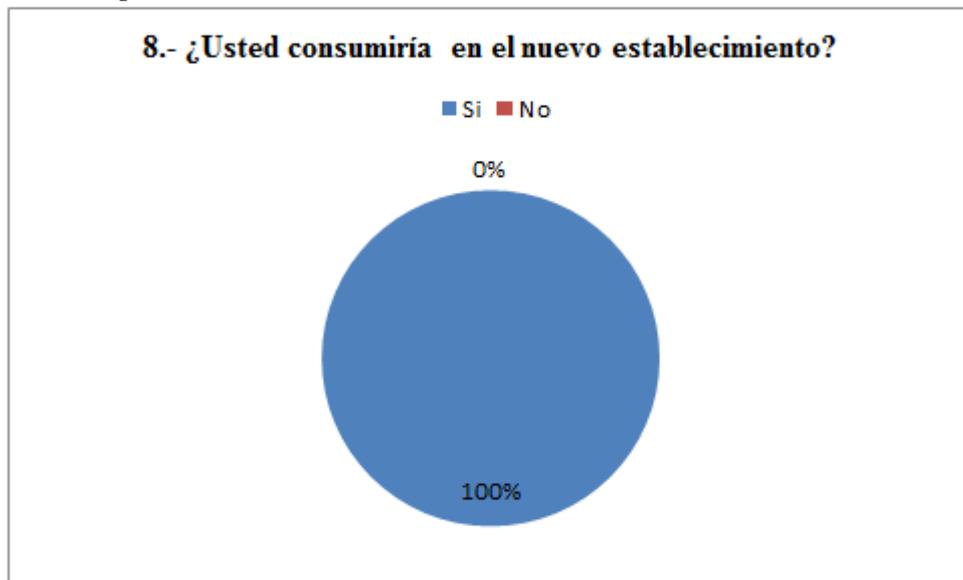
**Tabla 19**

*Pregunta 8*

Si	260	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>260</b>	<b>100%</b>

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán



**Figura 33:** Se puede evidenciar el resultado obtenido en la pregunta 8

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán

### **Análisis:**

Esta pregunta muestra una totalidad del 100%, deduciendo que existe una gran aceptación y pronóstico de consumo en el nuevo establecimiento por parte de los habitantes del sector de Oyambarillo, por lo tanto no existe riesgo de fracaso en la ejecución del proyecto.

9.- ¿Qué aspira usted del nuevo establecimiento?

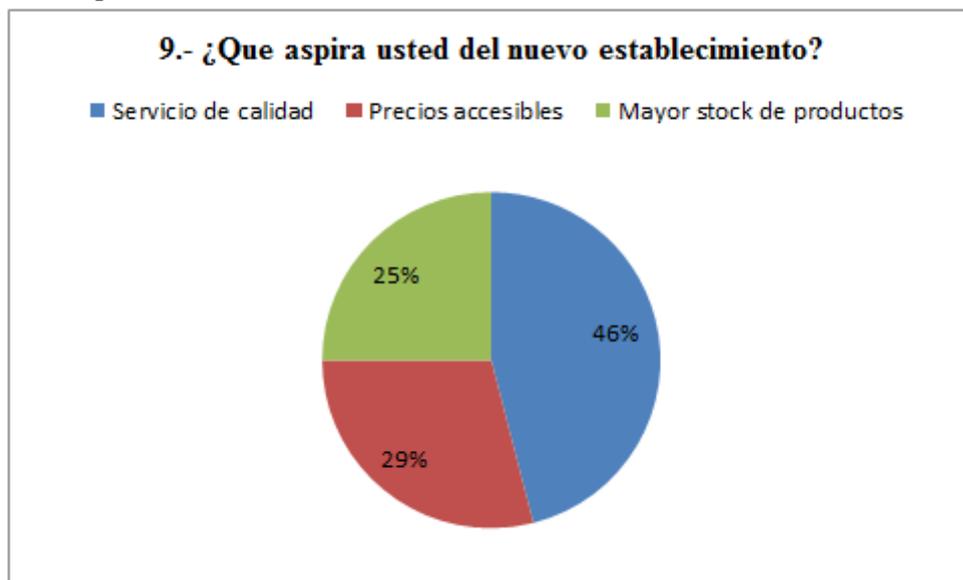
**Tabla 20**

*Pregunta 9*

Servicio de calidad	120	46%
Precios accesibles	75	29%
Mayor stock de productos	65	25%
<b>TOTAL</b>	<b>260</b>	<b>100%</b>

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán



**Figura 34:** Se puede observar el resultado en porcentajes obtenido en la pregunta 8

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán

### **Análisis:**

Se puede determinar que la mayor aspiración de los habitantes del Sector de Oyambarillo hacia el nuevo establecimiento es un servicio de calidad, sin embargo se debe contar con una variedad de productos a precios accesibles permitiendo así que los clientes satisfagan sus necesidades.

10.- ¿Cuáles son los medicamentos de preferencia al momento de consumir?

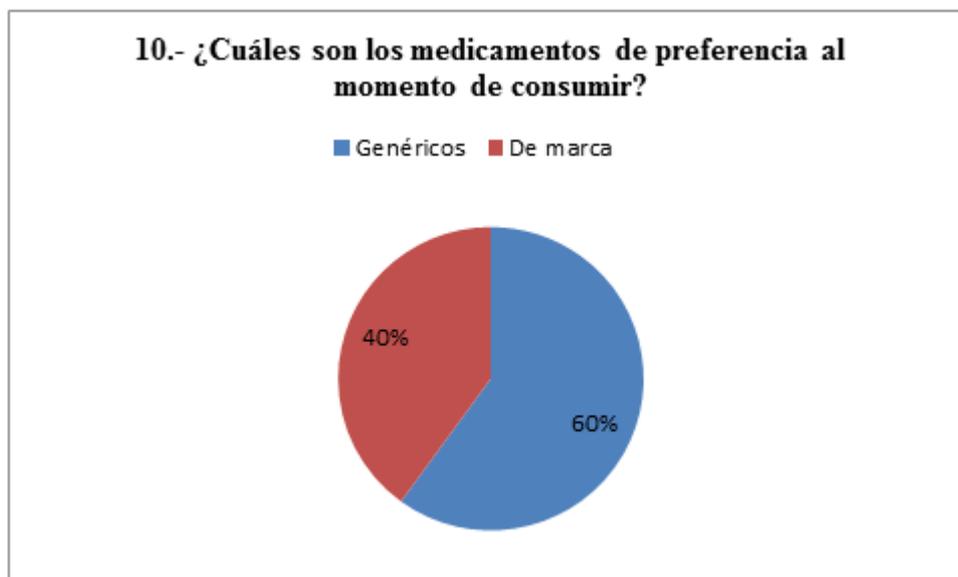
**Tabla 21**

*Pregunta 10*

Genéricos	156	60%
De marca	104	40%
<b>TOTAL</b>	<b>260</b>	<b>100%</b>

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán



**Figura 35:** En el presente gráfico se puede observar el resultado en porcentajes obtenido en la pregunta 8

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán

### **Análisis:**

Se puede deducir que los habitantes del Sector de Oyambarillo consumen más medicamentos genéricos, sin embargo se debe adquirir también medicamentos de marca porque de esta manera se tendría un stock suficiente y variado para los clientes.

### 3.2 Oferta

“Se la define a la oferta como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios del mercado”.

(Economianivelusuario, 2014)

#### 3.2.1. Oferta Histórica

El análisis del comportamiento histórico de la oferta del producto, se realiza con el propósito de determinar la información que permita determinar pronósticos sobre su comportamiento futuro. Además, permite identificar y analizar las consecuencias positivas y negativas de decisiones que fueron tomadas por los competidores e incorporar dicha experiencia en beneficio del proyecto. (Medina, 2002)

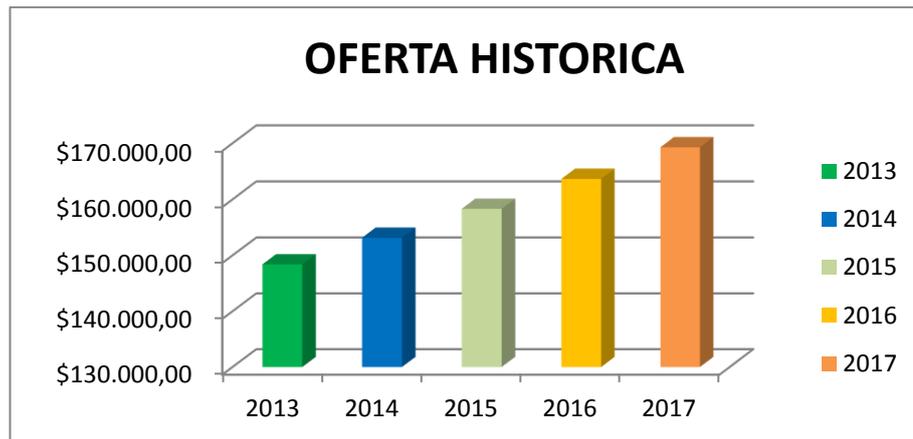
**Tabla 22**

*Oferta Histórica*

OFERTA HISTÓRICA SECTOR FARMACIAS		
AÑOS	OFERTA HISTORICA	TASA VARIA (PIB SALUD)
2013	\$ 148.399,54	0,032
2014	\$ 153.148,33	0,0337
2015	\$ 158.309,43	0,0338
2016	\$ 163.660,28	0,0344
2017	\$ 169.290,20	0,0355
oferta actual	\$ 175.300,00	
	$\Sigma=$	<b>16,94%</b>
	$\square=$	<b>3,39%</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Israel Cuichán



**Figura 36: Oferta Histórica**  
Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Israel Cuichán

### 3.2.2. Oferta Actual

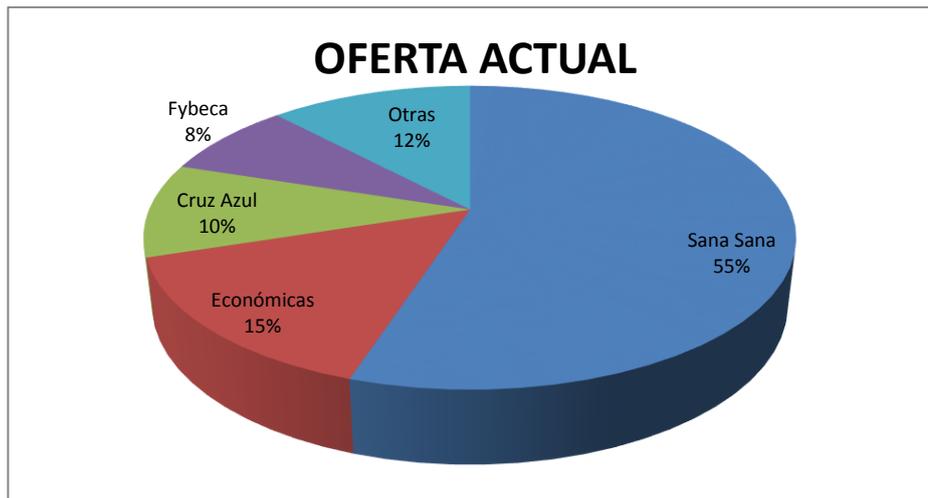
“Consiste en estudiar las características de la competencia que hay en la actualidad, tanto en las cantidades ofrecidas como en las condiciones en que se realiza dicha oferta.” (Medina, 2002)

**Tabla 23**

*Oferta Actual*

OFERTA ACTUAL DE FARMACIAS EN EL SECTOR			
FARMACIA	VENTAS ANUALES (\$)	VENTAS ANUALES PARTICIPACIÓN (%)	VENTAS MENSUALES
Sana Sana	96.415,00	55%	8.034,58
Económicas	26.295,00	15%	2.191,25
Cruz Azul	17.530,00	10%	1.460,83
Fybeca	14.024,00	8%	1.168,67
Otras	21.036,00	12%	1.753,00
<b>TOTAL</b>	<b>175.300,00</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Propia  
Elaborado por: Israel Cuichán



**Figura 37:** Oferta actual participación en el mercado  
**Fuente:** Propia  
**Elaborado por:** Israel Cuichán

### 3.2.3. Oferta Projectada

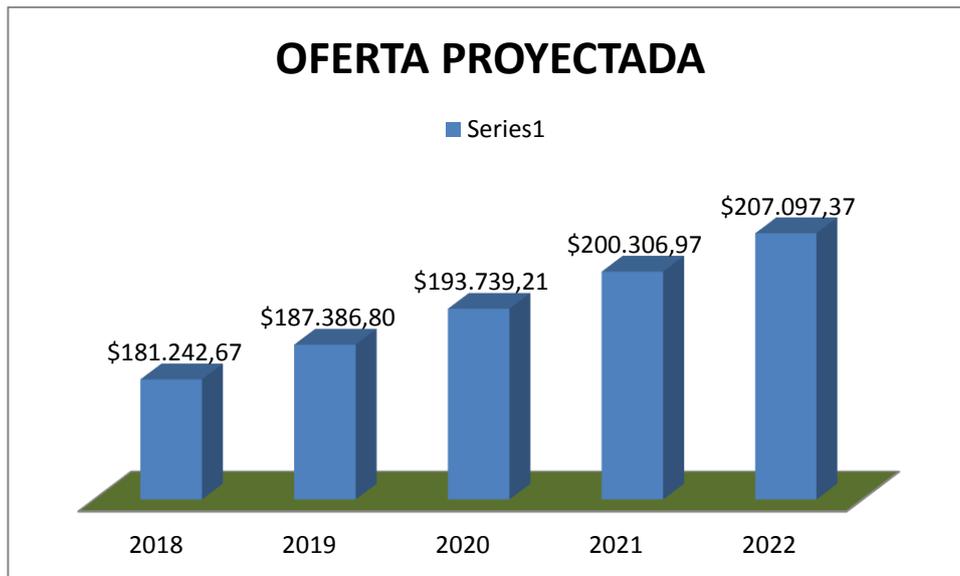
“Es proyectar la cantidad de bienes o servicios que serán entregados al mercado por la competencia, durante el periodo en que se va a evaluar el proyecto”. (Medina, 2002)

**Tabla 24**

*Oferta Projectada*

OFERTA PROYECTADA		
AÑOS	OFERTA PROYECTADA (\$)	TASA MEDIA DE CRECIM.
2018	\$ 181.242,67	3,39%
2019	\$ 187.386,80	3,39%
2020	\$ 193.739,21	3,39%
2021	\$ 200.306,97	3,39%
2022	\$ 207.097,37	3,39%

**Fuente:** Propia  
**Elaborado por:** Israel Cuichán



**Figura 38:** Oferta Proyectada  
**Fuente:** Propia  
**Elaborado por:** Israel Cuichán

### 3.3. Productos Sustitutos

“Un producto se considera un **sustitutivo** (o bien sustituto) de otro cuando uno de ellos puede ser consumido o usado en lugar del otro en alguno de sus posibles usos”.

(Fran, 2017)

#### Análisis

Dentro del sector de Oyambarillo no se puede evidenciar productos sustitutos por lo tanto no se tendría una amenaza directa hacia la farmacia.

La farmacia ServiSalud como estrategia comercial va a invertir \$1000.00 en productos sustitutos tales como:

- HERBALIFE
- OMEGA 3
- PRODUCTOS CON ALOE VERA

- NATURES GARDEN
- NATURES BOUNTY
- OMNILIFE

Esto se realizará con el fin de atraer la mayor clientela posible y satisfacer completamente las necesidades de la demanda del sector, tomando en cuenta que los productos sustitutos que entran en mayor competencia son aquellos que mejoran la relación precio /rentabilidad, respecto a los productos más comercializados en la farmacia.

### **3.4. Demanda**

La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido. (Enriquez, 2013)

#### **3.4.1. Demanda Histórica**

“La determinación del comportamiento histórico de la demanda, permite identificar la evolución del mercado objetivo en los últimos años e identificar los factores y variables, que han tenido directa incidencia en los resultados encontrados”. (Medina, 2002)

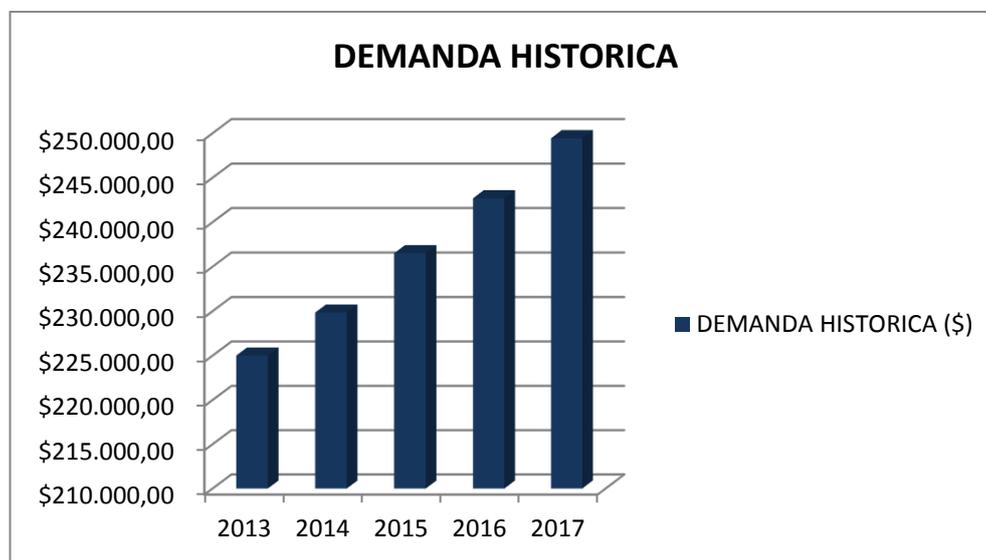
**Tabla 25**

*Datos Tasa de Crecimiento Ecuador*

DEMANDA HISTORICA		
AÑOS	DEMANDA HISTORICA (\$)	TASA CRECIMIENTO POBLACIONAL
2013	\$ 225.007,84	<b>2,150%</b>
2014	\$ 229.845,51	<b>2,900%</b>
2015	\$ 236.511,03	<b>2,613%</b>
2016	\$ 242.691,06	<b>2,780%</b>
2017	\$ 249.437,87	<b>2,290%</b>
<b>DEMANDA ACTUAL</b>	<b>255.150,00</b>	
	$\Sigma=$	12,733%
	$\square=$	2,547%

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán



**Figura 39:** Demanda histórica

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán

### 3.4.2. Demanda Actual

El análisis de la demanda actual, se realiza con el objetivo de determinar el volumen de bienes o servicios, que los consumidores actuales o potenciales están dispuestos a adquirir. Es decir, determinar la posibilidad de capturar una parte del mercado objetivo y ganar una participación en éste, que nos garantice el éxito de seguir adelante con el proyecto. (Medina, 2002)

$X_i$ : Es el valor de cada observación (variable)

L.s.: (Límite máximo o límite superior) corresponde al límite máximo o superior que toma la variable dentro de un grupo de observaciones.

L.i.: (Límite mínimo o límite inferior) corresponde al límite mínimo o inferior que toma la variable dentro de un grupo de observaciones.

$f_i$ : (frecuencia absoluta simple) representa el número de veces que se repite el mismo valor de la variable.

$h_i$ : (frecuencia relativa) o porcentaje Se lo obtiene de dividir  $f_i/N$

$X_m$ : Corresponde al punto medio o marca de clase, se obtiene de la siguiente manera:  $(\text{lim min} + \text{lim max}) / 3$

$U$  = Media aritmética

$$U = \frac{\sum_{i=1}^n X_i * f_i}{N}$$

**Tabla 26***Promedio de consumo por hogares*

Xi		Xm	Fi	hi	Xm * fi
Li	Ls				
0	20	10	130	50%	1300
21	40	30,5	65	25%	1982,5
41	60	50,5	52	20%	2626
61	80	70,5	13	5%	916,5
81	100	90,5	0	0%	0
		252	260	100%	6825
				<b>U =</b>	<b>\$ 26,25</b>

**Fuente:** Propia**Elaborado por:** Israel Cuichán

### 3.4.3. Demanda Proyectada

La proyección de la demanda, es el procedimiento más importante para tomar decisiones en todo tipo de proyecto, ya que, lo que se trata de predecir son las posibles cantidades que los consumidores estarán dispuestos a adquirir del bien o servicio proyectado. (Medina, 2002)

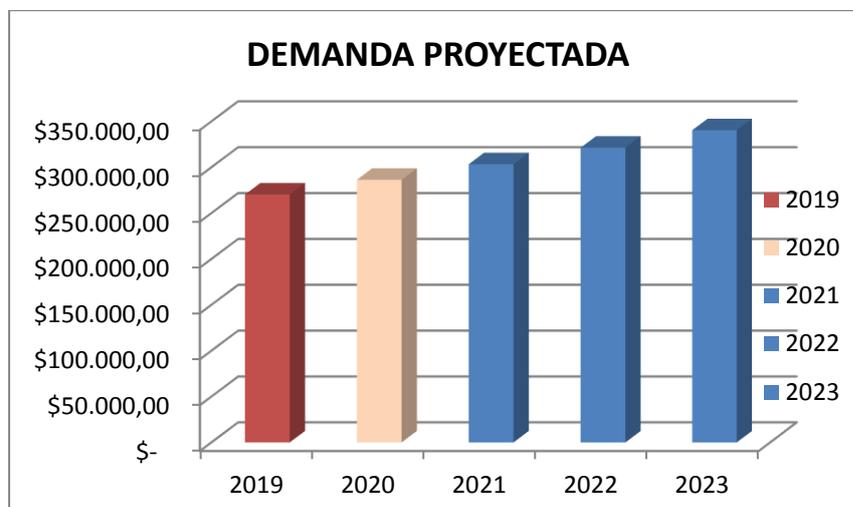
**Tabla 27**

*Demanda Proyectada*

DEMANDA PROYECTADA		
AÑOS	DEMANDA PROYECT (\$)	TASA PROMEDIO (POBLACIÓN+PIB SALUD)
2018	\$ 270.292,13	5,9346%
2019	\$ 286.332,89	5,9346%
2020	\$ 303.325,60	5,9346%
2021	\$ 321.326,76	5,9346%
2022	\$ 340.396,22	5,9346%

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán



**Figura 40:** Demanda Proyectada

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán

### 3.5. Balance Oferta – Demanda

**Tabla 28**

*Demanda Insatisfecha*

	OFERTA ANUAL	DEMANDA ANUAL	DEMANDA INSATISFECHA	100% DE LA DEMANDA INSATISFECHA	95% DE LA DEMANDA INSATISFECHA
2018	\$ 175.300,00	\$ 255.150,00	\$(79.850,00)	(79.850,00)	-\$ 75.857,50

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán

### 3.5.2. Balance Proyectado

**Tabla 29**

*Balance Proyectado*

AÑOS	OFERTA PROYECTADA (\$)	DEMANDA PROYECTADA (\$)	DEMANDA INSATISFECHA (\$)	100% DE LA DEMANDA INSATISFECHA (\$)	95% DE LA DEMANDA INSATISFECHA (\$)
2018	181.242,67	270.292,13	\$(89.049,46)	(89.049,46)	-\$ 84.596,99
2019	187.386,80	286.332,89	\$(98.946,09)	(98.946,09)	-\$ 93.998,79
2020	193.739,21	303.325,60	\$(109.586,39)	(109.586,39)	-\$ 104.107,07
2021	200.306,97	321.326,76	\$(121.019,79)	(121.019,79)	-\$ 114.968,80
2022	207.097,37	340.396,22	\$(133.298,85)	(133.298,85)	-\$ 126.633,90

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán

## CAPITULO IV

### Estudio técnico

#### 4.1 Tamaño del proyecto

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. Además se considera una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto. (Rojas, 2012)

##### 4.1.1 Capacidad Instalada

Constituye la capacidad que se está empleando y refleja su real utilización en un determinado periodo de tiempo.

Esto significa, que este proyecto inicialmente se dimensiona para atender a una determinada demanda actual y de la misma manera con el tiempo se va a efectuar ampliaciones graduales, a medida que crece la demanda.

Además como toda organización debe constar de diferentes áreas que están destinadas para la venta y expendio de medicamentos, es decir para un mejor desempeño de la organización.

#### 4.1.1.1 Capacidad Demandada

**Tabla 30**

*Muebles y enseres*

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNT.	VALOR TOTAL
Tablero ranurado 244cm-217cm-1,5cm	3	\$ 85,00	\$ 255,00
Ganchos 15cm - 7cm - 2,5 cm pqte.X10und	4	\$ 4,50	\$ 18,00
Ganchos 30cm - 7cm - 2,5 cm pqte.X10und	4	\$ 7,25	\$ 29,00
Vitrina Panorámica 120cm x 53cm	2	\$ 210,00	\$ 420,00
Vitrina con iluminación	1	\$ 230,00	\$ 230,00
Mini Refrigerador Mabe 4.0	1	\$ 248,00	\$ 248,00
Candado viro 75cm	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Candado viro 94cm	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Barras protectoras de candado enrollable 2,13cm	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Banco plástico confort	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Basurero pedal 8lt	1	\$ 6,50	\$ 6,50
Puerta de aluminio y vidrio 2,05m 1,6m	3	\$ 115,00	\$ 345,00
Escalera dos escalones plegable aluminio	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Silla de oficina giratoria ergonómica	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Escritorio recto con Arturito	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Modulo ángulo interno con repisa de counter	1	\$ 75,00	\$ 75,00
		<b>VALOR</b>	<b>\$ 2.021,50</b>
		<b>IVA 12%</b>	<b>\$ 242,58</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>2.264,08</b>

<b>ROTULACION</b>			
<b>CODIGO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNT.</b>	<b>VALOR TOTAL.</b>
Rótulo marco con lona de 1.50 x 1.50cm	1	\$ 110,00	\$ 110,00
Rótulo caja de luz de 10.40 x 1.10 cm	1	\$ 900,00	\$ 900,00
<b>VALOR</b>			<b>\$ 1.010,00</b>
<b>IVA 12%</b>			\$ 121,20
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.131,20</b>

<b>MOBILIARIO METALICO</b>			
<b>CODIGO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNT.</b>	<b>VALOR TOTAL.</b>
Percha metálicas de 5 servicios	2	\$ 55,00	\$ 110,00
Percha metálicas de 7 servicios	3	\$ 85,00	\$ 255,00
<b>VALOR</b>			<b>\$ 365,00</b>
<b>IVA 12%</b>			\$ 43,80
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 408,80</b>

<b>OTROS</b>			
<b>CODIGO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNT.</b>	<b>VALOR TOTAL.</b>
Instalación	1	85	85
Caja de billetes	2	105	210
<b>VALOR</b>			<b>\$ 295,00</b>
<b>IVA 12%</b>			\$ 35,40
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 330,40</b>

<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNT.</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Computadora Samsung Led	2	\$ 250,00	\$500
Impresora Para Facturas De Rollo Epson Tmu 220 D806	2	\$ 270,00	\$ 540,00
Lector código Barra Pistola Honeywell 1200	2	\$ 160,00	\$ 320,00
Software infamed	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Computadora de escritorio	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Impresora Epson	1	\$ 250,00	\$ 250,00
<b>VALOR</b>			<b>\$ 2.510,00</b>
<b>IVA 12%</b>			\$ 301,20
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.811,20</b>

<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDA D</b>	<b>VALOR UNT.</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Calculadora casio	1	15	\$ 15,00
Grapadora pequeña	1	3,5	\$ 3,50
Perforadora	1	3	\$ 3,00
Dispensador de Agua	1	25	\$ 25,00
Termohigrómetro 20 x 15 cm	1	30	\$ 30,00
Archivador	1	30	\$ 30,00
Teléfono inalámbrico Panasonic Doble contestador	1	50	\$ 50,00
Alarma	1	150	\$ 150,00
Extintor 10lb	1	20	\$ 20,00
Dispensador de cinta	1	8	\$ 8,00
		<b>VALOR</b>	<b>\$ 334,50</b>
		<b>IVA 12%</b>	<b>\$ 40,14</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 374,64</b>

<b>OTROS ACTIVOS FIJOS</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNT.</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
LETRERO FRONTAL GRANDE	1	\$ 130,00	\$ 130,00
LETRERO LATERAL PEQUEÑO	1	\$ 50,00	\$ 50,00
		<b>VALOR</b>	<b>\$ 180,00</b>
		<b>IVA 12%</b>	<b>\$ 21,60</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 201,60</b>

<b>SUB-TOTAL</b>	<b>\$ 6.716,00</b>
<b>PROYECTACION</b>	<b>\$ 6.716,00</b>
<b>IVA</b>	12%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 805,92</b>
<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 7.521,92</b>

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán

#### 4.1.2 Capacidad Óptima

Es aquí en donde se tomará en cuenta la distribución de la planta, los equipos y maquinarias que serán utilizadas dentro de la organización.

Se distribuye las áreas de la Farmacia tomando en cuenta los metros establecidos que son: 40m<sup>2</sup>

A continuación se detallan las áreas con las que el establecimiento contará.

Área administrativa:

Se implementará con el equipo necesario para que el Administrador pueda desempeñar sus funciones de manera adecuada.

Área de dispensación:

Se equipará con perchas para los medicamentos, insumos y productos varios que serán comercializados. Las perchas constan con una medida de: 1.98 m de alto, 1m de ancho,

0.30 cm fondo.

Área de almacenamiento:

En esta área se encontrarán los medicamentos, insumos y productos varios que son recibidos de los diferentes proveedores.

Área de facturación:

Se contará con un equipo de computación, el cual será implementado con un software específico para emitir facturas.

Área de refrigeración:

Se abastecerá con una nevera para almacenar aquellos productos que necesitan una temperatura específica (insulinas, vacunas, etc.).

Área de cuarentena:

Constará con una percha en la cual se ubicarán los medicamentos próximos a caducar.

## 4.2. Localización

Consiste en identificar el lugar ideal para la implementación de este proyecto tomando en cuenta algunos puntos importantes que darán soporte del lugar específico de la planta con el fin de que todos los análisis económico-financieros se refieran a dicha localización. (Castillo, 2015)

### 4.2.1. Macro Localización

Tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuyen a minimizar los costos de inversión y, los costos y gastos durante el periodo productivo. (Salgado, 2013)



**Figura 41:** Macro-Localización

**Fuente:** Información (Google, Maps, 2017)

**Elaborado por:** Israel Cuichán

#### 4.2.2. Micro Localización

Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la planta industrial, siendo este el sitio que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo costo unitario. (Salgado, 2013)



**Figura 42:** La presente figura nos determina el cantón donde se va a ejecutar el proyecto  
**Fuente:** Investigativa (Maps. Google 2017)  
**Elaborado por:** Israel Cuichán

El presente proyecto se realizará en:

Provincia: Pichincha

Ciudad: Quito

Parroquia: Yaruqui

### 4.2.3. Localización Óptima



**Figura 43:** Localización óptima  
Fuente: Investigativa (Maps. Google 2017)  
Elaborado por: Israel Cuichán

Se toma en cuenta los lugares donde existe mayor afluencia de personas, es decir que se considere un lugar con mayor actividad comercial. Para ello se empleó el método cualitativo por puntos y se analizó los distintos lugares donde va a desarrollarse este proyecto. Los factores determinantes fueron los siguientes:

DETALLE	PONDERACION	CALLE A Av. Línea Férrea	CALLE B Av. 19 de Marzo	CALLE C Av. San Pedro
Servicios Básicos	5	5	5	5
Buen Acceso	5	5	5	5
Presencia de competidores	5	1	1	1
Parada de Taxis	5	3	5	1
Escuela	5	5	2	1
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>19</b>	<b>18</b>	<b>13</b>

### **Análisis:**

El sector donde se va a ejecutar el presente proyecto cuenta con todos los servicios básicos, además la infraestructura del local es adecuada y segura para precautelar la integridad de los recursos humanos y materiales.

### **4.3. Ingeniería del Producto**

Ingeniería del producto es el área encargada de realizar todos los cálculos necesarios para determinar el consumo de materiales o recursos requeridos en las prendas o modelos solicitados por los clientes a través del área comercial. (Sanchez, 2015)

#### **4.3.1. Definición Bienes y Servicio**

Medicamento: Es una sustancia con propiedades para el tratamiento o la prevención de enfermedades en los seres humanos. Además se consideran medicamentos aquellas sustancias que se utilizan con el fin de restaurar, corregir o modificar funciones fisiológicas del organismo o aquellas para establecer un diagnóstico médico. (Milian, 2013)

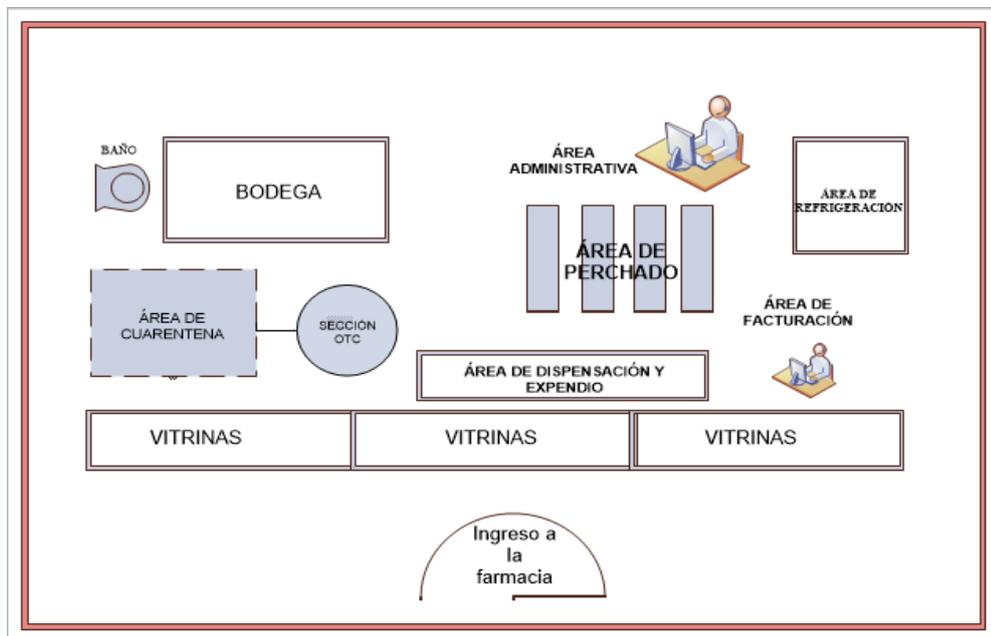
“Servicio: Desde el punto de vista del mercadeo y la economía, son las actividades que intentan satisfacer las necesidades de los clientes. Los servicios son lo mismo que un bien, pero de forma no material o intangible.” (Serna, 2013).

### 4.3.2. Distribución de Planta

“Comprende determinar la ubicación de los departamentos, de las estaciones de trabajo, de las máquinas y de los puntos de almacenamiento de una instalación. “

(Muther, 2016)

#### Distribución de la Planta



**Figura 44:** Distribución de la Planta

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán

### 4.3.3. Maquinaria y equipos

#### 4.3.3.1. Maquinaria

La farmacia Servi-Salud es una empresa que se dedica a la comercialización de productos farmacéuticos es decir a la dispensación y expendio por lo tanto no se cuenta con maquinaria porque no es una empresa productora.

### 4.3.3.2. Equipos

Consta de los equipos que serán adquiridos para la farmacia “Servi-Salud” se detallan a continuación:

**Tabla 31**

*Equipo de computación*

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCION	CANTID AD	VALOR UNT.	VALOR TOTAL
Computadora Samsung Led	2	\$ 250,00	\$ 500
Impresora Para Facturas De Rollo Epson Tmu 220 D806	2	\$ 270,00	\$ 540,00
Lector código Barra Pistola Honeywell 1200	2	\$ 160,00	\$ 320,00
Software infamed	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Computadora de escritorio	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Impresora Epson	1	\$ 250,00	\$ 250,00
		<b>VALOR</b>	<b>\$ 2.510,00</b>
		<b>IVA 12%</b>	<b>\$ 301,20</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán

**Tabla 32***Equipo de oficina*

<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDA D</b>	<b>VALOR UNT.</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Calculadora casio	1	15	\$ 5,00
Grapadora pequeña	1	3,5	\$ 3,50
Perforadora	1	3	\$ 3,00
Dispensador de Agua	1	25	\$ 25,00
Termohigrómetro 20 x 15 cm	1	30	\$ 30,00
Archivador	1	30	\$ 30,00
Teléfono inalámbrico Panasonic Doble contestador	1	50	\$ 50,00
Alarma	1	150	\$ 150,00
Extintor 10lb	1	20	\$ 20,00
Dispensador de cinta	1	8	\$ 8,00
		<b>VALOR</b>	<b>\$ 334,50</b>
		<b>IVA 12%</b>	<b>\$ 40,14</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 374,64</b>

**Fuente:** Investigación Propia**Elaborado por:** Israel Cuichán

**Tabla 33***Equipos*

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNT.	VALOR TOTAL
Tablero ranurado 244cm-217cm-1,5cm	3	\$ 85,00	\$ 255,00
Ganchos 15cm - 7cm - 2,5 cm pqte.X10und	4	\$ 4,50	\$ 18,00
Ganchos 30cm - 7cm - 2,5 cm pqte.X10und	4	\$ 7,25	\$ 29,00
Vitrina Panorámica 120cm x 53cm	2	\$ 210,00	\$ 420,00
Vitrina con iluminación	1	\$ 230,00	\$ 230,00
Mini Refrigerador Mabe 4.0	1	\$ 248,00	\$ 248,00
Candado viro 75cm	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Candado viro 94cm	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Barras prote. de candado enrollable 2,13cm	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Banco plástico confort	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Basurero pedal 8lt	1	\$ 6,50	\$ 6,50
Puerta de aluminio y vidrio 2,05m 1,6m	3	\$ 115,00	\$ 345,00
Escalera dos escalones plegable aluminio	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Silla de oficina giratoria ergonómica	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Escritorio recto con Arturito	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Modulo ángulo interno con repisa decounter	1	\$ 75,00	\$ 75,00
		<b>VALOR</b>	<b>\$ 2.021,50</b>
		<b>IVA 12%</b>	<b>\$ 242,58</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>2.264,08</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán

## CAPITULO V

### Estudio Financiero

#### 5.1. Ingresos Operacionales y no Operacionales

##### 5.1.1. Ingresos Operacionales

Son aquellos ingresos que están relacionados directamente a la actividad que realiza el trabajador y la empresa.

La Farmacia “Servi-Salud” contara únicamente con ingresos Operacionales que saldrán directamente de la venta de los productos farmacéuticos.

**Tabla 34**

*Ingresos Operacionales*

OFERTA PROYECTADA (\$)	DEMANDA PROYECT (\$)	DEMANDA INSATISFEC HA (\$)	100% DE LA DEMANDA INSATISFEC HA (\$)	Ventas Anuales 95% DE LA DEMANDA INSATISFEC HA
181.242,67	270.292,13	\$ 89.049,46	89.049,46	\$ 84.596,99

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán

### **5.1.2. Ingresos no Operacionales**

Los ingresos no operacionales son aquellos que no están relacionados directamente a la actividad de la empresa.

## **5.2. Costos**

“Los costos representan erogaciones y cargos asociados clara y directamente con la adquisición o la producción de los bienes o la prestación de los servicios, de los cuales un ente económico obtendrá sus ingresos.” (Ricardo Medina, 2014)

### **5.2.1. Costos Directos**

“Son aquellos que se identifica plenamente con una actividad, departamento o producto, siendo los más importantes la materia prima y la mano de obra directa. “  
(Ricardo Medina, 2014)

**Tabla 35***Mano de obra directa***PRESUPUESTO****DEL DEPENDIENTE**

	0	1	2	3	4
	2018	2019	2020	2021	2022
Sueldo	\$ 386,00	\$ 408,23	\$ 431,74	\$ 456,60	\$ 482,90
DECIMO 13	\$ 32,17	\$ 34,02	\$ 35,98	\$ 38,05	\$ 40,24
DECIMO 14	\$ 32,17	\$ 34,02	\$ 35,98	\$ 38,05	\$ 40,24
VACACIONES	\$ 16,08	\$ 17,01	\$ 17,99	\$ 19,03	\$ 20,12
APORTE PATRONAL	\$ 46,90	\$ 49,60	\$ 52,46	\$ 55,48	\$ 58,67
APORTE PERSONAL	\$ 36,48	\$ 38,58	\$ 40,80	\$ 43,15	\$ 45,63
FONDOS DE RESERVA	\$ -	\$ 34,02	\$ 35,98	\$ 38,05	\$ 40,24
SUB TOTAL	\$ 513,32	\$ 576,90	\$ 610,12	\$ 645,25	\$ 682,41
TOTAL ANUAL	\$ 6.159,79	\$ 6.922,75	\$ 7.321,42	\$ 7.743,05	\$ 8.188,96

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Israel Cuichán

### PRESUPUESTO DEL ADMINISTRADOR VENDEDOR

	0	1	2	3	4
	2018	2019	2020	2021	2022
Sueldo	\$ 400,00	\$ 423,04	\$ 447,40	\$ 473,16	\$ 500,41
DECIMO 13	\$ 33,33	\$ 35,25	\$ 37,28	\$ 39,43	\$ 41,70
DECIMO 14	\$ 32,17	\$ 34,02	\$ 35,98	\$ 38,05	\$ 40,24
VACACIONES	\$ 16,67	\$ 17,63	\$ 18,64	\$ 19,72	\$ 20,85
APORTE PATRONAL	\$ 48,60	\$ 51,40	\$ 54,36	\$ 57,49	\$ 60,80
APORTE PERSONAL	\$ 37,80	\$ 39,98	\$ 42,28	\$ 44,71	\$ 47,29
FONDOS DE RESERVA	\$ -	\$ 35,25	\$ 37,28	\$ 39,43	\$ 41,70
SUB TOTAL	\$ 530,77	\$ 596,59	\$ 630,94	\$ 667,28	\$ 705,70
TOTAL ANUAL	\$ 6.369,20	\$ 7.159,03	\$ 7.571,31	\$ 8.007,33	\$ 8.468,46

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Israel Cuichán

#### Materia Prima (Mercadería)

Costos Directos	Indicado	Básico	Costo de Ventas
			Anual
Stock para iniciar	(\$ 14.099,50)	\$ 8.459,70	\$ 50.758,19

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Israel Cuichán

#### 5.2.2. Costos Indirectos

“Son aquellos costos que intervienen dentro del proceso de transformar la materia prima en un producto final y son distintos al material directo y mano de obra directa”. (Ricardo Medina, 2014)

A manera de costo indirecto tenemos el sueldo del Bioquímico por sus servicios profesionales.

**Tabla 36**

*Costos Indirectos*

	0	1	2	3	4
	2018	2019	2020	2021	2022
SUELDO	\$ 180,00	\$ 190,37	\$ 201,33	\$ 212,92	\$ 225,19
DECIMO 13	\$ 15,00	\$ 15,86	\$ 16,78	\$ 17,74	\$ 18,77
DECIMO 14	\$ 32,17	\$ 34,02	\$ 35,98	\$ 38,05	\$ 40,24
VACACIONES	\$ 7,50	\$ 7,93	\$ 8,39	\$ 8,87	\$ 9,38
APORTE PATRONAL	\$ 21,87	\$ 23,13	\$ 24,46	\$ 25,87	\$ 27,36
<b>APORTE PERSONAL</b>	<b>\$ 17,01</b>	<b>\$ 17,99</b>	<b>\$ 19,03</b>	<b>\$ 20,12</b>	<b>\$ 21,28</b>
FONDOS DE RESERVA	\$ -	\$ 15,86	\$ 16,78	\$ 17,74	\$ 18,77
SUB TOTAL	\$ 256,54	\$ 287,17	\$ 303,71	\$ 321,20	\$ 339,70
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$ 3.078,44</b>	<b>\$ 3.446,09</b>	<b>\$ 3.644,54</b>	<b>\$ 3.854,43</b>	<b>\$ 4.076,40</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán

### 5.2.3. Gastos Administrativos

“Se incluyen básicamente los aspectos relacionados con la gestión administrativa del negocio”. (Ricardo Medina, 2014)

**Tabla 37***Gastos Administrativos*

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 10.023,98</b>
Sueldo Bioquímico	\$ 3.078,44
Dep. Muebles y Enseres	\$ 433,61
Dep. Equipos de oficina	\$ 37,46
Dep. Equipos de Computación	\$ 937,07
Gasto Amortización	\$ 220,00
Permisos de funcionamiento	\$ 92,00
Servicios Básicos	\$ 900,00
Arriendo	\$ 1.800,00
Suministros de oficina	\$ 1.199,40
Útiles de Aseo	\$ 1.326,00

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán

#### 5.2.4. Costo de Ventas

“Son todos los desembolsos que hace la empresa para producir un bien o servicio que generará un beneficio económico dentro de un ejercicio contable”. (Robo, 2017)

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

El costo de ventas se obtendrá de las ventas anuales de lo obtenido en la demanda insatisfecha, de ese valor se tomara el 95 % para obtener el costo de ventas de la farmacia.

**Tabla 38***Costo de ventas*

OFERTA PROYECTADA (\$)	DEMANDA PROYECT (\$)	DEMANDA INSATISFEC HA (\$)	100% DE LA DEMANDA INSATISFECHA (\$)	Ventas Anuales 95% DE LA DEMAN DA INSATIS FECHA	Venta s Mens uales	Venta s diaria s
181.242,67	270.292,13	\$ 89.049,46	\$ 89.049,46	\$ 84.596,99	\$7.049,75	\$ 234,99

**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado por:** Israel Cuichán

### 5.2.5. Gasto Ventas

“Corresponde a los gastos necesarios para que un cliente o usuario adquiera los productos o servicios”. (Robo, 2017)

**Tabla 39***Gastos de Ventas*

Sueldo Administrador y Vendedor	\$ 6.369,20
Sueldo Dependiente	\$ 6.159,79
Gastos Marketing PUBLICIDAD	\$ 2.436,00

**Fuente:** Propia  
**Elaborado por:** Israel Cuichán

### 5.2.6. Gasto Financieros

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

**Tabla 40**

*Gasto financiero*

<b>CAPITAL      \$ 18.000,00</b>		
<b>INTERES</b>	16,03%	1,34%
<b>TIEMPO</b>	36	(TRES AÑOS)

<b>INTERES</b>	
<b>AÑO 1</b>	\$ 2.523,34
<b>AÑO 2</b>	\$ 1.647,51
<b>AÑO 3</b>	\$ 620,50
<b>TOTAL</b>	\$ 4.791,36

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán

## 5.2.7. Costos Fijos y Variables

### 5.2.7.1. Costos Fijos.

“Son los costos que permanecen constantes dentro de un rango relevante de tiempo, sin importar si cambia el volumen de la producción”. (Contabilidad, 2016)

### 5.2.7.2. Costos Variables.

“Son los costos que cambian en proporción directa a los cambio en el volumen de producción”. (Contabilidad, 2016)

**Tabla 41**

*Costos fijos y variables*

CUENTAS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES
COSTOS DE VENTAS	\$ -	\$ 50.758,19	\$ 50.758,19
GASTOS DE VENTAS	\$ 12.528,99	\$ 2.436,00	\$ 14.964,99
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 10.023,98	-	\$ 10.023,98
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.523,34		\$ 2.523,34
TOTAL	\$ 25.076,31	\$ 53.194,19	\$ 78.270,50

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán

### 5.3. Inversiones

“Se define como inversión a toda vinculación de recursos líquidos a cambio de obtener un beneficio principalmente económico en un determinado periodo de tiempo”. (Econlink, 2013)

#### 5.3.1. Inversión Fija

Son los denominados recursos tangibles y no tangibles los cuales son necesarios para la realización del proyecto. Las Inversiones Fijas tienen una vida útil mayor a un año, es decir se deprecian, tal es el caso de las maquinarias y equipos, muebles, enseres, vehículos, y otros. La Inversión en activos fijos se recupera mediante el mecanismo de depreciación. Se llama Inversión fija porque el Proyecto no puede desprenderse fácilmente de él sin que con ello perjudique la actividad productiva. (Ortega Darwin, 2013)

##### 5.3.1.1. Activos Fijos

Se denomina activo fijo a un bien o recurso de la empresa que no puede ser fácilmente convertido en liquidez. Los activos fijos con los que cuenta el establecimiento son:

**Tabla 42**

*Activo fijo*

Muebles y enseres	\$ 4.336,08
Equipos de oficina	\$ 374,64
Equipos de Computación	\$ 2.811,20
<b>SUB. TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 7.521,92</b>

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán

### 5.3.1.2 Activos Nominales o Diferidos

“Son todos los gastos pagados anticipadamente pero que aún no son utilizados por la empresa”. (Economía Simple, 2016)

**Tabla 43**

*Activos Diferidos*

Permisos de Funcionamiento	\$ 92,00
Gastos de Constitución	\$ 1.100,00

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán

### 5.3.2 Capital de Trabajo

“Son aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. Es decir lo que comúnmente se conoce como activo corriente.” (Gerencie.com, 2017)

El capital de trabajo que la farmacia posee es:

**Tabla 44**

*Capital de Trabajo*

Caja	\$ 1.931,62
Bancos	\$ 2.500,00
Mercadería	\$ 8.459,70
<b>SUB. TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 12.891,32</b>

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán

### 5.3.3 Fuentes Financieras Y Usos De Fondo

Las fuentes de financiamiento designan el conjunto de capital interno y externo a la organización utilizado para financiamiento de las aplicaciones y las inversiones.

Al decidir qué fuente de financiamiento usar, la opción principal es si el financiamiento debe ser externa o interna. Para elegir una fuente de financiamiento se debe tomar en cuenta la pérdida o ganancia de autonomía financiera, la facilidad o posibilidad de acceder a fuentes de financiamiento. (Paulho, 2016)

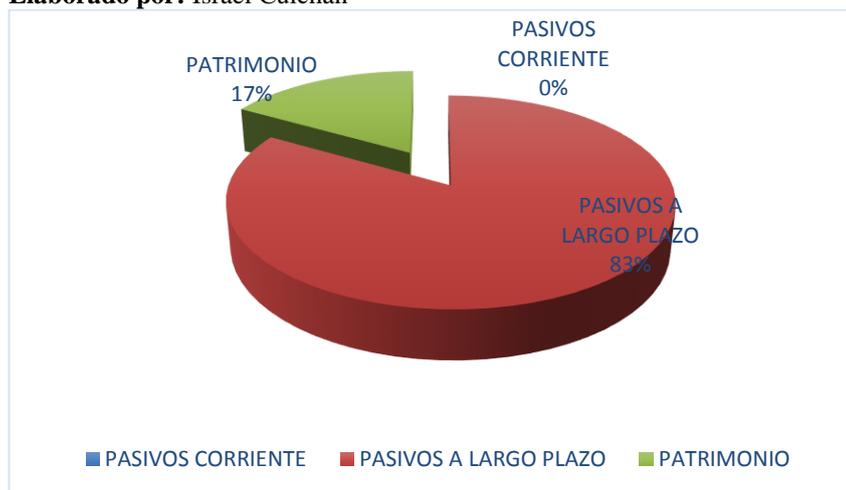
**Tabla 45**

*Fuentes de Financiamiento*

FINANCIAMIENTO	VALORES	PORCENTAJE
PASIVOS CORRIENTE	\$ -	0,00%
PASIVOS A LARGO PLAZO	\$ 18.000,00	83,31%
PATRIMONIO	\$ 3.605,24	16,69%
TOTAL ACTIVOS	\$ 21.605,24	100,00%

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán



**Figura 45:** Fuentes de Financiamiento

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán

### 5.3.4 Amortización de Financiamiento

Se refiere a integrar el capital a través de la distribución de pagos en el tiempo, es decir el valor que se va a cancelar por un financiamiento cada cierto tiempo. (Economipedia, 2015)

Tabla Amortización		
CAPITAL \$ 18.000,00		
INTERES	16,03%	1,34%
TIEMPO	36	(TRES AÑOS)

C=	\$ 18.000,00		
i =	0,013358333		
t =	36		
A =	C	$(1+i)^n * i$	
		$\frac{1}{(1+i)^n - 1}$	
A =	18000	0,021538816	
		$\frac{1}{0,612388}$	
A =	18000	0,035171846	
A =		\$ 633,09	\$ 633,09

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán

**Tabla 46***Tabla de Amortización*

TABLA DE AMORTIZACIÓN FRANCESA				
PERIODOS	CAPITAL	INTERES	PAGO	CAPITAL PAGADO
1	\$ 18.000,00	\$ 240,45	\$ 633,09	\$ 392,64
2	\$ 17.607,36	\$ 235,20	\$ 633,09	\$ 397,89
3	\$ 17.209,47	\$ 229,89	\$ 633,09	\$ 403,20
4	\$ 16.806,27	\$ 224,50	\$ 633,09	\$ 408,59
5	\$ 16.397,68	\$ 219,05	\$ 633,09	\$ 414,05
6	\$ 15.983,63	\$ 213,51	\$ 633,09	\$ 419,58
7	\$ 15.564,05	\$ 207,91	\$ 633,09	\$ 425,18
8	\$ 15.138,87	\$ 202,23	\$ 633,09	\$ 430,86
9	\$ 14.708,00	\$ 196,47	\$ 633,09	\$ 436,62
10	\$ 14.271,38	\$ 190,64	\$ 633,09	\$ 442,45
11	\$ 13.828,93	\$ 184,73	\$ 633,09	\$ 448,36
12	\$ 13.380,57	\$ 178,74	\$ 633,09	\$ 454,35
13	\$ 12.926,22	\$ 172,67	\$ 633,09	\$ 460,42
14	\$ 12.465,80	\$ 166,52	\$ 633,09	\$ 466,57
15	\$ 11.999,23	\$ 160,29	\$ 633,09	\$ 472,80
16	\$ 11.526,42	\$ 153,97	\$ 633,09	\$ 479,12
17	\$ 11.047,31	\$ 147,57	\$ 633,09	\$ 485,52
18	\$ 10.561,79	\$ 141,09	\$ 633,09	\$ 492,01
19	\$ 10.069,78	\$ 134,52	\$ 633,09	\$ 498,58
20	\$ 9.571,20	\$ 127,86	\$ 633,09	\$ 505,24
21	\$ 9.065,96	\$ 121,11	\$ 633,09	\$ 511,99
22	\$ 8.553,98	\$ 114,27	\$ 633,09	\$ 518,83
23	\$ 8.035,15	\$ 107,34	\$ 633,09	\$ 525,76
24	\$ 7.509,39	\$ 100,31	\$ 633,09	\$ 532,78
25	\$ 6.976,61	\$ 93,20	\$ 633,09	\$ 539,90
26	\$ 6.436,72	\$ 85,98	\$ 633,09	\$ 547,11
27	\$ 5.889,61	\$ 78,68	\$ 633,09	\$ 554,42

28	\$ 5.335,19	\$ 71,27	\$ 633,09	\$ 561,82	
29	\$ 4.773,37	\$ 63,76	\$ 633,09	\$ 569,33	
30	\$ 4.204,04	\$ 56,16	\$ 633,09	\$ 576,93	
31	\$ 3.627,10	\$ 48,45	\$ 633,09	\$ 584,64	
32	\$ 3.042,46	\$ 40,64	\$ 633,09	\$ 592,45	
33	\$ 2.450,01	\$ 32,73	\$ 633,09	\$ 600,37	
34	\$ 1.849,64	\$ 24,71	\$ 633,09	\$ 608,39	
35	\$ 1.241,26	\$ 16,58	\$ 633,09	\$ 616,51	
36	\$ 624,75	\$ 8,35	\$ 633,09	\$ 624,75	\$ 620,50
	\$ 0,00	\$ 4.791,36	\$ 22.791,36	\$ 18.000,00	

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán

### 5.3.5 Depreciaciones

“Se conoce como depreciación a la pérdida de valor de un activo fijo (excepto terrenos), debido al uso o a la acción del tiempo a la obsolescencia”. (Moquillaza, 2013)

TABLA DE DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	
TOTAL	\$ 4.336,08
DEP =	$\frac{VC - VR}{T}$
DEP =	\$ 433,61

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán

**Tabla 47***Depreciación Muebles y Enseres*

AÑOS	DEP	DEP ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 4.336,08
1	\$ 433,61	\$ 433,61	\$ 3.902,47
2	\$ 433,61	\$ 867,22	\$ 3.468,86
3	\$ 433,61	\$ 1.300,82	\$ 3.035,26
4	\$ 433,61	\$ 1.734,43	\$ 2.601,65
5	\$ 433,61	\$ 2.168,04	\$ 2.168,04
6	\$ 433,61	\$ 2.601,65	\$ 1.734,43
7	\$ 433,61	\$ 3.035,26	\$ 1.300,82
8	\$ 433,61	\$ 3.468,86	\$ 867,22
9	\$ 433,61	\$ 3.902,47	\$ 433,61
10	\$ 433,61	\$ 4.336,08	\$ (0,00)

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán

TABLA DE DEPRECIACION EQUIPOS DE COMPUTACION	
TOTAL	\$ 2.811,20
DEP =	$\frac{VC - VR}{T}$
DEP =	\$ 937,07

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán

**Tabla 48**

*Depreciación Equipos de Computación*

AÑOS	DEP	DEP ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 2.811,20
1	\$ 937,07	\$ 937,07	\$ 1.874,13
2	\$ 937,07	\$ 1.874,13	\$ 937,07
3	\$ 937,07	\$ 2.811,20	\$ -

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán

TABLA DE DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE OFICINA	
VALOR	\$ 374,64
DEP =	$\frac{VC - VR}{T}$
DEP =	\$ 37,46

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán

**Tabla 49**

*Depreciación Equipos de Oficina*

AÑOS	DEP	DEP ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 374,64
1	\$ 37,46	\$ 37,46	\$ 337,18
2	\$ 37,46	\$ 74,93	\$ 299,71
3	\$ 37,46	\$ 112,39	\$ 262,25
4	\$ 37,46	\$ 149,86	\$ 224,78
5	\$ 37,46	\$ 187,32	\$ 187,32
6	\$ 37,46	\$ 224,78	\$ 149,86
7	\$ 37,46	\$ 262,25	\$ 112,39
8	\$ 37,46	\$ 299,71	\$ 74,93
9	\$ 37,46	\$ 337,18	\$ 37,46
10	\$ 37,46	\$ 374,64	\$ -

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán

GASTO DE AMORTIZACION	
Gastos de Constitución	\$ 1.100,00
<b>VALOR</b>	<b>\$ 1.100,00</b>
AMORTIZACIÓN =	VC - VR
	————— T
AMORTIZACIÓN =	\$ 1.100,00
	————— 5
<b>AMORTIZACIÓN =</b>	<b>\$ 220,00</b>

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán

**Tabla 50**

*Gasto Constitución*

AÑOS	AMORTIZACIÓN	AMORT, ACUM	VALOR EN LIBROS
0			\$ 1.100,00
1	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 880,00
2	\$ 220,00	\$ 440,00	\$ 660,00
3	\$ 220,00	\$ 660,00	\$ 440,00
4	\$ 220,00	\$ 880,00	\$ 220,00
5	\$ 220,00	\$ 1.100,00	\$ -

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán

### 5.3.6 Estado de Situación Inicial

El Estado de Situación Financiera conocido comúnmente como Balance General, es un documento contable que refleja la situación financiera de un ente económico a una fecha determinada. Está conformado con cuentas de activo, pasivo y patrimonio o capital contable. (Educaconta, 2012)

**Tabla 51**

*Situación Inicial*

ESTADO DE SITUACION INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Corrientes		PASIVOS CORRIENTES	
Caja	\$ 1.931,62		
Bancos	\$ 2.500,00		
Mercadería	\$ 8.459,70		
<b>SUB. TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 12.891,32</b>	<b>SUB. TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ -</b>
ACTIVOS FIJOS		PASIVOS A LARGO PLAZO	
Muebles y enseres	\$ 4.336,08	Obligaciones bancarias	\$ 18.000,00
Equipos de oficina	\$ 374,64		
Equipos de Computación	\$ 2.811,20		
<b>SUB. TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 7.521,92</b>	<b>SUB. TOTAL PASIVOS A LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 18.000,00</b>
ACTIVOS DIFERIDOS		PATRIMONIO	
Gastos de Constitución	\$ 1.100,00		\$ 3.513,24
<b>SUBT. ACT. DIFERIDOS</b>	<b>\$ 1.100,00</b>		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 21.513,24</b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 21.513,24</b>

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán

### 5.3.7 Estado de Resultados

Es una herramienta de gestión ayudará a tener una mejor visión de la situación financiera en la que se encuentra la empresa, los recursos con los que cuenta, los resultados obtenidos, las entradas y salidas de efectivo que la empresa ha tenido en un determinado periodo de tiempo, la rentabilidad generada, entre otros aspectos de gran relevancia para la operación y administración de la organización.  
(Julio, 2015)

**Tabla 52***Estado de Pérdidas y Ganancias*

	1	2	3	4	5
<b>AÑOS</b>	2018	2019	2020	2021	2022
<b>VENTAS</b>	\$ 84.596,99	\$ 93.998,79	\$ 104.107,07	\$ 114.968,80	\$ 126.633,90
<b>COSTO DE VENTAS</b>	\$ 50.758,19	\$ 56.399,27	\$ 62.464,24	\$ 68.981,28	\$ 75.980,34
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	\$ 33.838,80	\$ 37.599,52	\$ 41.642,83	\$ 45.987,52	\$ 50.653,56
<b>GASTO DE VENTAS</b>	\$ 14.964,99	\$ 16.572,65	\$ 17.411,50	\$ 18.297,36	\$ 19.232,93
Sueldo Administrador y Vendedor	\$ 6.369,20	\$ 7.159,03	\$ 7.571,31	\$ 8.007,33	\$ 8.468,46
Sueldo Dependiente	\$ 6.159,79	\$ 6.922,75	\$ 7.321,42	\$ 7.743,05	\$ 8.188,96
Gastos Marketing PUBLICIDAD	\$ 2.436,00	\$ 2.490,87	\$ 2.518,77	\$ 2.546,98	\$ 2.575,51
<b>UTILIDAD NETA VENTAS</b>	\$ 18.873,81	\$ 21.026,87	\$ 24.231,33	\$ 27.690,16	\$ 31.420,63
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	\$ 10.023,98	\$ 10.511,40	\$ 10.770,76	\$ 10.105,15	\$ 10.389,39
Sueldo Bioquímico	\$ 3.078,44	\$ 3.446,09	\$ 3.644,54	\$ 3.854,43	\$ 4.076,40
Dep. Muebles y Enseres	\$ 433,61	\$ 433,61	\$ 433,61	\$ 433,61	\$ 433,61
Dep. Equipos de oficina	\$ 37,46	\$ 37,46	\$ 37,46	\$ 37,46	\$ 37,46
Dep. Equipos de Computación	\$ 937,07	\$ 937,07	\$ 937,07	\$ -	\$ -
Gasto Amortizacion	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00
Permisos de funcionamiento	\$ 92,00	\$ 94,07	\$ 95,13	\$ 96,19	\$ 97,27
Servicios Básicos	\$ 900,00	\$ 920,27	\$ 930,58	\$ 941,00	\$ 951,54
Arriendo	\$ 1.800,00	\$ 1.840,55	\$ 1.861,16	\$ 1.882,00	\$ 1.903,08
Suministros de oficina	\$ 1.199,40	\$ 1.226,42	\$ 1.240,15	\$ 1.254,04	\$ 1.268,09
Utiles de Aseo	\$ 1.326,00	\$ 1.355,87	\$ 1.371,05	\$ 1.386,41	\$ 1.401,94
<b>Utilidad Operacional</b>	\$ 8.849,83	\$ 10.515,46	\$ 13.460,57	\$ 17.585,01	\$ 21.031,24
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	\$ 2.523,34	\$ 1.647,51	\$ 620,50		
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	\$ 6.326,49	\$ 8.867,95	\$ 12.840,07	\$ 17.585,01	\$ 21.031,24

<b>15% Trabajadores</b>	\$ 948,97	\$ 1.330,19	\$ 1.926,01	\$ 2.637,75	\$ 3.154,69
<b>Utilidad de Impuestos</b>	<b>\$ 5.377,52</b>	<b>\$ 7.537,76</b>	<b>\$ 10.914,06</b>	<b>\$ 14.947,26</b>	<b>\$ 17.876,56</b>
25% Impuestos	\$ 1.344,38	\$ 1.884,44	\$ 2.728,51	\$ 3.736,81	\$ 4.469,14
<b>Utilidad Final</b>	<b>\$ 4.033,14</b>	<b>\$ 5.653,32</b>	<b>\$ 8.185,54</b>	<b>\$ 11.210,44</b>	<b>\$ 13.407,42</b>
10% Reserva Legal	\$ 403,31	\$ 565,33	\$ 818,55	\$ 1.121,04	\$ 1.340,74
<b>Utilidad de Dividendos</b>	<b>\$ 3.629,82</b>	<b>\$ 5.087,99</b>	<b>\$ 7.366,99</b>	<b>\$ 10.089,40</b>	<b>\$ 12.066,67</b>

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán

### 5.3.8 Flujo de Caja

“Es un informe financiero en donde se detallan los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene la empresa en un determinado periodo de tiempo”. (Marco, 2014)

**Tabla 53**

*Flujo de caja*

<b>FLUJO DE CAJA</b>	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD		\$ 4.033,14	\$ 5.653,32	\$ 8.185,54	\$ 11.210,44	\$ 13.407,42
DEPERECIACIÓN		\$ 1.408,14	\$ 1.408,14	\$ 1.408,14	\$ 471,07	\$ 471,07
AMORTIZACIÓN		\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00
GASTO FINANCIERO		\$ 2.523,34	\$ 1.647,51	\$ 620,50		
FLUJO OPERACIONAL		\$ 8.184,61	\$ 8.928,97	\$ 10.434,19	\$ 11.901,52	\$ 14.098,49
INVERSIONES						
CAPITAL DE TABAJO	\$ (13.991,32)					\$ 2.098,70
ACTIVOS FIJOS	\$ (7.521,92)					\$ 1.128,29
FLUJO NETO	\$ (21.513,24)	\$ 8.184,61	\$ 8.928,97	\$ 10.434,19	\$ 11.901,52	\$ 17.325,47

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán

## 5.4 Evaluación Financiera

### 5.4.1 Tasa de Descuento o Tasa Mínima de Retorno TMAR.

Es también llamada costo de capital o tasa de descuento. Para formarse, toda empresa debe realizar una inversión inicial. El capital que forma esta inversión puede provenir de varias fuentes: de inversionistas, de éstos con empresas, de inversionistas y bancos o de una mezcla de inversionistas, empresas y bancos. (Navarro Mauricio, 2014)

Para identificar la TMAR se tomarán tres puntos importantes que son:

- Tasa Financiera
- Inflación
- Riesgo País

T (MAR) =	TI+RP+INF	
T (MAR) =	15%+7,94%+1,12%	24,06
T (MAR) =	24,06%	

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán

### 5.4.2 VAN

Se conoce como la expresión de los ingresos y egresos que se realizan durante la vida útil del proyecto y representa el total de activos líquidos de la empresa.

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

**Tabla 54**

*Cálculo del VAN*

CÁLCULO DEL VAN		
	FN	VAN
0	\$ (21.513,24)	\$ (21.513,24)
1	\$ 8.184,61	\$ 6.597,30
2	\$ 8.928,97	\$ 5.801,47
3	\$ 10.434,19	\$ 5.464,66
4	\$ 11.901,52	\$ 5.024,30
5	\$ 17.325,47	\$ 5.895,58
	<b>VAN</b>	<b>\$ 7.270,07</b>

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán

Se determina que el VAN es mayor a cero que al final de la vida útil de la empresa, por lo tanto en cinco años generara un porcentaje de utilidades en donde se puede decir que el proyecto es rentable

### 5.4.3 TIR (Tasa Interna de Retorno)

Es un indicador que permite medir la eficiencia que tiene una determinada inversión, es decir es una tasa que muestra la rentabilidad que tiene una inversión.

**Tabla 55**

*Cálculo del TIR*

CÁLCULO DEL TIR			
	FN	VAN	TIR
0	\$ (21.513,24)	\$ (21.513,24)	\$ (21.513,24)
1	\$ 8.184,61	\$ 6.597,30	\$ 5.949,34
2	\$ 8.928,97	\$ 5.801,47	\$ 4.717,84
3	\$ 10.434,19	\$ 5.464,66	\$ 4.007,48
4	\$ 11.901,52	\$ 5.024,30	\$ 3.322,66
5	\$ 17.325,47	\$ 5.895,58	\$ 3.515,92
		TIR	37,57%

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán

### Análisis

Se determina que la (TIR) tasa interna de retorno es superior a la TMAR, con el porcentaje que se detalla en la gráfica, por lo tanto el proyecto indica que, tiene una buena rentabilidad.

#### 5.4.4 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión)

“Conocido como uno de los indicadores más significativos para los inversionistas, porque mide el tiempo en el que se recuperará el total de la inversión a valor presente.” (Universidad ESAN, 2017)

**Tabla 56**

*Cálculo PRI*

PRI	
0	\$ (21.513,24)
1	\$ 6.597,30
	\$ (14.915,93)
2	\$ 5.801,47
	\$ (9.114,47)
3	\$ 5.464,66
	\$ (3.649,81)
4	\$ 5.024,30
	\$ 1.374,49
5	\$ 5.895,58
<b>PRI</b>	
3 años, 8 meses, 21 días	

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán

Como nos describe la gráfica dice que el Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) se da en 3 años, 8 meses y 21 días.

#### 5.4.5 RBC (Relación Beneficio / Costo)

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto. (Jose, 2013)

RB/C =	\$ 28.783,30
	\$ 21.513,24
RB/C =	\$ 1,34

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán

## Análisis

Se determina que el proyecto es rentable y que por cada dólar invertido se va a recuperar 1,34.

### 5.4.6 Punto de Equilibrio

Permite conocer el momento en el cual se igualan los ingresos con los egresos, es decir el momento que la empresa no obtiene ganancias ni pérdidas.

PUNTO DE EQUILIBRIO		
AÑOS	2018	
VENTAS	\$ 84.596,99	
<b>COSTO DE VENTAS</b>	<b>\$ 50.758,19</b>	V
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 33.838,80	
<b>GASTO DE VENTAS</b>	<b>\$ 14.964,99</b>	
Sueldo Administrador y Vendedor	\$ 6.369,20	F
Sueldo Dependiente	\$ 6.159,79	F
Gastos Marketing PUBLICIDAD	\$ 2.436,00	V
UTILIDAD NETA VENTAS	\$ 18.873,81	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 10.023,98</b>	
Sueldo Bioquímico	\$ 3.078,44	F
Dep. Muebles y Enseres	\$ 433,61	F
Dep. Equipos de oficina	\$ 37,46	F
Dep. Equipos de Computación	\$ 937,07	F
Gasto Amortización	\$ 220,00	F
Permisos de funcionamiento	\$ 92,00	F
Servicios Básicos	\$ 900,00	F
Arriendo	\$ 1.800,00	F
Suministros de oficina	\$ 1.199,40	F
Útiles de Aseo	\$ 1.326,00	F
Utilidad Operacional	\$ 8.849,83	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 2.523,34</b>	F
Utilidad antes de Impuestos	\$ 6.326,49	
15% Trabajadores	\$ 948,97	
Utilidad de Impuestos	\$ 5.377,52	
25% Impuestos	\$ 1.344,38	
Utilidad Final	\$ 4.033,14	
10% Reserva Legal	\$ 403,31	
Utilidad de Dividendos	\$ 3.629,82	

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán

**Tabla 57***Costos Fijos y Variables*

CUENTAS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES
COSTOS DE VENTAS	\$ -	\$ 50.758,19	\$ 50.758,19
GASTOS DE VENTAS	\$ 12.528,99	\$ 2.436,00	\$ 14.964,99
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 10.023,98	\$ -	\$ 10.023,98
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.523,34		\$ 2.523,34
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 25.076,31</b>	<b>\$ 53.194,19</b>	<b>\$ 78.270,50</b>

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán

Pvp \$ 234,99

Cvu \$ 147,76

P.E.Q (unidades) = Costos Fijos

---

 P.v.u - C.v.u

P.E.Q (unidades) = \$ 25.076,31

---

 \$ 87,23

**P.E.Q (unidades) = 287,47**

P.E MONETARIO = Costo Fijo

 1 - 

---

 C.v.u

---

 P.v.u

P.E MONETARIO = \$ 25.076,31

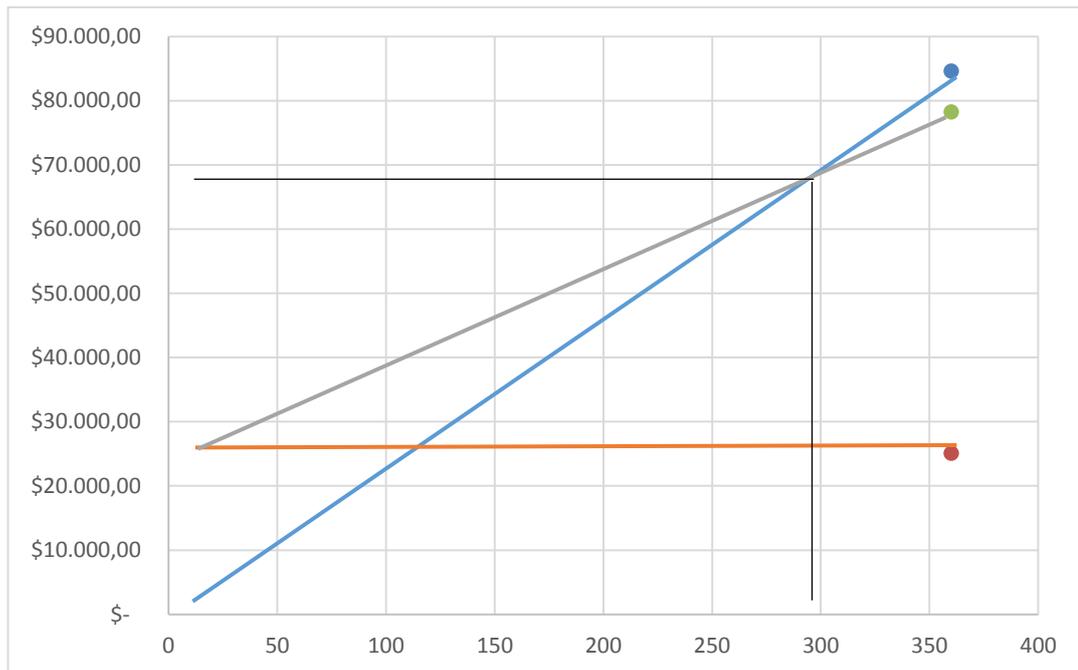
---

 0,371204649

**P.E MONETARIO = \$ 67.553,86**

Fuente: Propia

Elaborado por: Israel Cuichán



**Figura 46:** Punto de Equilibrio

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Israel Cuichán

## CAPÍTULO VI

### 6. Análisis de impactos

#### 6.1. Impacto Ambiental

Se considera impacto ambiental a la alteración del medio ambiente cuando se realiza un proyecto en una determinada área.

En el caso de un nuevo establecimiento puede ocasionar perjuicios o beneficios para el medio ambiente, por lo tanto se considera que la Farmacia ServiSalud no ocasionará ningún perjuicio al medio ambiente considerando que no es una industria productora de medicamentos o insumos médicos sino que su propósito principal es expender medicamentos para atender las necesidades de la población, sin embargo para ayudar a la conservación del medio ambiente se colocarán basureros reciclables y se utilizará un programa adecuado para el desecho de medicamentos caducados sin que ocasionen ningún daño al medio ambiente.

#### 6.2 Impacto Económico

Permite medir los contras y los beneficios de realizar una inversión para la ejecución de un proyecto.

La farmacia ServiSalud tendrá un impacto económico bueno porque hubo gran aceptación por parte de la población en que se ejecute el proyecto, esto significa que los habitantes consumirán en el establecimiento generando ingresos, es decir la farmacia obtendrá utilidad, además se generarán fuentes de empleo.

### **6.3 Impacto Social**

Se considera que las empresas en el desarrollo de sus actividades generan impactos tanto positivos como negativos, en este caso se considera que el impacto para la sociedad será positivo porque beneficiará a la sociedad y apoyará a los habitantes del sector para que satisfagan sus necesidades y tengan un servicio adecuado en el ámbito de salud porque para adquirir un producto farmacéutico deben dirigirse a los alrededores de la parroquia.

Una atención de calidad, un protocolo farmacéutico y precios accesibles serán los parámetros principales para atender adecuadamente a los clientes y que se sientan satisfechos con el nuevo establecimiento logrando así su fidelización y obteniendo una ventaja competitiva.

Cabe destacar que hay que ir mejorando continuamente para brindar un mejor servicio a los clientes, por lo tanto se puede concluir que el impacto social que ocasiona la creación de un nuevo establecimiento farmacéutico en el sector Oyambarillo es bueno y no generará ningún perjuicio a la sociedad

## CAPÍTULO VII

### 7.1 Conclusiones:

Una vez realizado el estudio de Factibilidad para la creación de una Farmacia en el Sector Oyambarillo se puede concluir lo siguiente:

- Se cumplieron los objetivos planteados al inicio del proyecto.
- Se verificó que existe demanda insatisfecha porque en el sector no existe una farmacia a la cual los habitantes puedan acudir y deben trasladarse a otro lugar, por lo tanto, la creación de la farmacia es un gran emprendimiento tanto para beneficio personal como para beneficio de los habitantes del sector Oyambarillo y sus alrededores.
- El nivel socio-económico de los habitantes del sector es medio, por lo tanto los precios que el nuevo establecimiento mantendrá serán accesibles.
- El estudio de localización determinó que la ubicación de la farmacia es la adecuada para lograr satisfacer las necesidades de los habitantes del sector de Oyambarillo.
- Mediante los indicadores financieros se pudo determinar que existe utilidad al invertir en la ejecución del proyecto, además la población se encuentra en constante crecimiento lo cual es una oportunidad para aumentar el nivel de

ventas y así lograr ser una empresa rentable y conocida en el sector de Oyambarillo.

- Se pudo deducir que la inversión inicial si se puede recuperar y a su vez generar un porcentaje estable de ganancia, por lo tanto el proyecto se ejecutará aplicando todas las estrategias planteadas para satisfacer completamente las necesidades de los habitantes del sector de Oyambarillo, logrando una mayor ventaja competitiva.
- La creación del nuevo establecimiento es aceptable en su totalidad por los habitantes del sector, es decir se obtendrán ingresos y utilidad.

## 7.2 Recomendaciones

- Es necesario cumplir con cada una de las estrategias para que los clientes se sientan satisfechos.
- El personal que va a laborar en el nuevo establecimiento debe tener los conocimientos necesarios para hacer frente a una población en constante crecimiento.
- Se debe ejecutar adecuadamente el plan comercial para que los clientes acudan al nuevo establecimiento y se sientan satisfechos con la atención brindada.
- Es recomendable realizar una excelente dispensación del medicamento, de esta manera el cliente despejará todas sus inquietudes.
- Se debe tomar en cuenta cada punto establecido en el estudio de mercado para ejecutar de manera adecuada el presente proyecto.

- Es recomendable siempre realizar un estudio de mercado antes de ejecutar cualquier proyecto para conocer los beneficios y perjuicios que este traerá, cabe destacar que para realizar una inversión se debe tomar en cuenta las necesidades y expectativas de la población.
- La salud es un ámbito sumamente importante por lo cual se deben crear varios establecimientos farmacéuticos con precios accesibles y un stock adecuado para el beneficio de la sociedad.
- Deben evaluarse los impactos que la creación de un nuevo establecimiento generen y aplicar estrategias para que no sean perjudiciales.
- Es necesario cumplir con todas las expectativas de los clientes para que se sientan satisfechos y no prefieran a la competencia.

## Referencias Bibliográficas

- Arellano.S. (05 de julio de 2012). Recuperado el 15 de febrero de 2017, de <https://cconsumer.wordpress.com/comportamiento-del-consumidor>
- Castillo, D. (20 de junio de 2015). <https://prezi.com>. Recuperado el 20 de junio de 2015, de <https://prezi.com>: <https://prezi.com/8ex0fdijpl52/localizacion-optima-del-proyecto/>
- Contabilidad. (13 de MAYO de 2016). <https://contabilidad.com>. Recuperado el 19 de Marzo de 2018, de <https://contabilidad.com>: <https://contabilidad.com>.
- Delgado, S. (06 de 06 de 2015). Recuperado el 08 de 06 de 2015
- Econlink. (12 de Julio de 2013). <https://www.econlink.com.ar>. Obtenido de <https://www.econlink.com.ar>: <https://www.econlink.com.ar/concepto-de-inversion>
- Economia Simple. (2016). <https://www.economiasimple.net>. Obtenido de <https://www.economiasimple.net>: <https://www.economiasimple.net/glosario/activo-diferido>
- Economianivelusuario. (22 de abril de 2014). <https://economianivelusuario.com>. Recuperado el 19 de marzo de 2018, de <https://economianivelusuario.com>: <https://economianivelusuario.com/2014/04/22/que-es-la-oferta/>
- Economipedia. (11 de septiembre de 2015). <http://economipedia.com>. Obtenido de <http://economipedia.com>: <http://economipedia.com/definiciones/amortizacion-financiera.html>
- Educaconta. (20 de Enero de 2012). <http://www.educaconta.com>. Obtenido de <http://www.educaconta.com>: <http://www.educaconta.com/2012/01/estado-de-situacion-financiera-segun.html>
- Enriquez.C. (2013). Recuperado el 19 de febrero de 2018
- finanzaspersonales. (s.f.).

- Fran. (27 de julio de 2017). <https://franciscotorreblanca.es>. Recuperado el 03 de 28 de 2018, de <https://franciscotorreblanca.es>:  
<https://franciscotorreblanca.es/productos-sustitutivos-marketing/>
- Gerencie.com. (4 de octubre de 2017). <https://www.gerencie.com>. Obtenido de <https://www.gerencie.com>: <https://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>
- Granda, P. M. (02 de junio de 2017). <http://farma.ebizar.com>. Recuperado el 02 de junio de 2017, de <http://farma.ebizar.com>: <http://farma.ebizar.com/ecuador-como-productor-farmaceutico/>
- Gutierrezl, G. M. (Dirección). (2017). *la delincuencia en las calles* [Película].
- Izquierdo, J. R. (25 de 04 de 2017). <https://www.diariopinion.com>. Recuperado el 25 de 04 de 2017, de <https://www.diariopinion.com>:  
<https://www.diariopinion.com/comentario/verArticulo.php?id=952397>
- Recio.J. (14 de Febrero de 2016). [www.economiafinanzas.com](http://www.economiafinanzas.com). Recuperado el 14 de Febrero de 2016, de [www.economiafinanzas.com](http://www.economiafinanzas.com):  
<https://www.economiafinanzas.com>
- Jose, V. (13 de Febrero de 2013). <http://www.pymesfuturo.com>. Obtenido de <http://www.pymesfuturo.com>:  
<http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>
- Julio, C. (18 de febrero de 2015). <http://blog.corponet.com.mx>. Obtenido de <http://blog.corponet.com.mx>: <http://blog.corponet.com.mx/que-es-el-estado-de-resultados-y-cuales-son-sus-objetivos>
- Laboratorios, A. d. (julio de 2013). *La industria farmaceutica en el Ecuador*. Recuperado el 13 de mayo de 2017, de *La industria farmaceutica en el Ecuador*: [alfe-ecuador.org/documentos/industria\\_farmaceutica\\_en\\_ecuador.pdf](http://alfe-ecuador.org/documentos/industria_farmaceutica_en_ecuador.pdf)
- Marco, M. (12 de Julio de 2014). <https://www.elblogsalmon.com>. Obtenido de <https://www.elblogsalmon.com>: <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-flujo-de-caja-y-su-importancia-en-la-toma-de-decisiones>
- Medina, S. O. (2002). Recuperado el 19 de MARZO de 2018

- Milian. (20 de octubre de 2013). <https://dialnet.unirioja.es>. Recuperado el 04 de marzo de 2018, de <https://dialnet.unirioja.es>:  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5305290.pdf>
- Moquillaza, J. C. (30 de Octubre de 2013). <http://delirm.blogspot.com/>. Obtenido de <http://delirm.blogspot.com/>: <http://delirm.blogspot.com/>
- Muther, R. (07 de 2016). Recuperado el 19 de marzo de 2018
- Navarro Mauricio. (11 de marzo de 2014). *Doc PDF*. Obtenido de <http://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADGE0000948/C5.pdf>
- Nunes, Paulo. (11 de 03 de 2015). Recuperado el 11 de 03 de 2015
- Ortega Darwin. (7 de julio de 2013). *Slideshare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/JimenaPaspuel/exposicion-inversion-fija>
- Ortiz, J. (07 de 11 de 2014). <https://finanzasyproyectos.net>. Recuperado el 07 de 11 de 2014, de <https://finanzasyproyectos.net>:  
<https://finanzasyproyectos.net/tasa-de-interes-pasiva-y-activa/>
- Paulho, N. (9 de febrero de 2016). <http://knoow.net/es>. Obtenido de <http://knoow.net/es>: <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/fuente-de-financiamiento/>
- Medina. R. (2014). Recuperado el 19 de marzo de 2018, de [www.bdigital.unal.edu.co/](http://www.bdigital.unal.edu.co/)
- Robo, J. (01 de enero de 2017). <https://brainly.lat>. Recuperado el 19 de marzo de 2018, de <https://brainly.lat>: <https://brainly.lat/tarea/4544318>
- Rojas, F. (14 de 11 de 2012). <http://www.mailxmail.com>. Recuperado el 14 de 11 de 2012, de <http://www.mailxmail.com>: <http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/tamano-proyecto>
- Ruiz, W. B. (2012). Recuperado el 10 de julio de 2012
- Salgado. (27 de mayo de 2013). Recuperado el 19 de marzo de 2018
- salud, l. o. (2006). Recuperado el 22 de diciembre de 2006

Sanchez. (2015). Recuperado el 19 de marzo de 2018

Serna. (6 de mayo de 2013). <http://www.concepto.de>. Recuperado el 4 de 03 de 2018, de <http://www.concepto.de>: <http://www.concepto.de/servicio/>

Significados. (01 de enero de 2014). <https://www.significados.com>. Recuperado el 01 de enero de 2014, de <https://www.significados.com>:  
<https://www.significados.com>

Soledad Orjuela Córdova Paulina Sandoval Medina. (2002). Recuperado el 19 de MARZO de 2018

Tipan, C. (2014). Recuperado el 2014

Universidad ESAN. (24 de Enero de 2017). <https://www.esan.edu.pe/>. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/>: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/el-pri-uno-de-los-indicadores-que-mas-llama-la-atencion-de-los-inversionistas/>

## ANEXOS

### Anexo N. 1 Encuesta

#### **TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA EN LA PARROQUIA DE YARUQUI BARRIO OYAMBARILLO DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2017-2018**

La presente encuesta se ha creado con la finalidad de determinar el nivel de satisfacción de los habitantes del barrio Oyambarillo en el ámbito de salud. Con los resultados que se obtenga se ejecutará un proyecto para la creación de un establecimiento farmacéutico que cumpla con las necesidades y expectativas de los clientes.

1.-¿ A qué establecimiento farmacéutico acude normalmente?

- Sana Sana
- Económicas
- Cruz Azul
- Fybeca
- Otros

2.- ¿Porque motivo realiza sus compras en aquel establecimiento?

- Ubicación
- Variedad de prod.
- Precios accesibles

3.- ¿Cuál es el promedio consumo de su hogar en productos farmacéuticos?

- 0 – 20 dólares
- 21- 40 dólares
- 41- 60dólares
- 61- 80 dólares
- 81-100 dólares

4.- ¿La atención de la farmacia a la que usted acude es?

Excelente

Buena

Regular

5.- ¿Qué horario le gustaría a usted para que la Farmacia esté disponible?

7am – 4pm

9am – 9pm

24 horas

6. ¿Usted recibe información sobre el medicamento que está adquiriendo?

Si

No

7.- ¿Le gustaría contar con la creación de un nuevo establecimiento farmacéutico en el sector?

Si

No

8.- ¿Ud. Consumiría en el nuevo establecimiento?

Si

No

9.- ¿Qué aspira usted del nuevo establecimiento?

Servicio de Calidad

Precios Bajos

Mayor Stock de productos

10.- ¿Cuáles son los medicamentos de preferencia al momento de consumirlos?

Genéricos

Marca



## Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS ISRAEL.pdf (D37087618)  
Submitted: 3/30/2018 1:40:00 AM  
Submitted By: mia\_idu@hotmail.com  
Significance: 6 %

### Sources included in the report:

Frankiln Quinchiguango.pdf (D30368824)  
Orellana.Viviana.AdministraciónBoticasy Farmacias.pdf (D30323524)  
TESIS COMPLETA PARA ENVIAR.pdf (D37059369)  
JESSICA JUIÑA ADMINISTRACION DE BOTICAS Y FARMACIAS 16-16 URKUND.docx2.pdf (D23367962)  
Daniela Carolina Vallejo Teljis Adm Boricas y Farmacias 2017-2018 PDF.pdf (D37059385)  
<https://economianivelusuario.com/2014/04/22/que-es-la-oferta/>  
<https://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>  
<http://farma.ebizar.com/ecuador-como->  
<https://www.diariopinion.com/comentario/verArticulo.php?id=952397>  
<https://brainly.lat/tarea/4544318>  
<http://delirm.blogspot.com/>  
<https://finanzasproyectos.net/tasa-de-interes-pasiva-y->  
<http://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADGE0000948/C5.pdf>  
<http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/fuente-de->  
<https://es.slideshare.net/JimenaPaspuel/exposicion-inversion-fija>  
<http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>

### Instances where selected sources appear:

44



ECON. GUSTAVO XAVIER PAREDES PÉREZ

Tutor del proyecto



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA  
ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificados el cumplimiento de los formatos establecidos en el proceso de Titulación se **AUTORIZA** a realizar el empastado del trabajo de titulación del alumno(a) **CUICHÁN IZA ISRAEL SANTIAGO** portador de la cédula de identidad N°172054139-8 previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 16 de abril del 2018



Sra. Mariela Balseca  
VISTO FINANCIERO  
CAJA



Dra. Estela Montes  
DELEGADA DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN



Ing. William Parra  
BIBLIOTECA



Ing. Samira Villalba



Dr. Jorge López  
DIRECTOR DE CARRERA

