



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia en el sector de
Pisulí D.Q.M. 2017/2018.

Proyecto de incubadora empresarial previo a la obtención del Título de
Tecnólogo en Administración de Boticas y Farmacias.

Tipo de Proyecto

Incubadora Empresarial

Autora: María Alexandra Palacios Lapo.

Tutor: Eco. Luis Sarauz

QUITO-ECUADOR

2018

ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 14 de mayo del 2018

El equipo asesor del trabajo de Titulación de la Srta. **PALACIOS LAPO MARIA ALEXANDRA** de la carrera de **ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS** cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA EN EL SECTOR DE PISULÍ D.M.Q 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.



Eco. Luis Sarauz

Tutor del Proyecto
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

DIRECCIÓN DE CARRERA

Adm. Bólicas y Farmacias

Dr. Jorge López
Director de Escuela



Lcdo. Marcelo Morocho
Lector del Proyecto



Ing. Galo Cisneros
Coordinador de la Unidad de Titulación

CAMPUS 1 - MATRIZ	CAMPUS 2 - LOGROÑO	CAMPUS 3 - BRACAMOROS	CAMPUS 4 - BRASIL	CAMPUS 5 - YACUAMBI
Av. de la Prensa N45-268 y Logroño Teléfono: 2255460 / 2269900 E-mail: instituto@cordillera.edu.ec Pág. Web: www.cordillera.edu.ec Quito - Ecuador	Calle Logroño Oe 2-84 y Av. de la Prensa (esq.) Edif. Cordillera Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649	Bracamoros N15 - 163 y Yacuambi (esq.) Telf.: 2262041	Av. Brasil N46-45 y Zamora Telf.: 2246036	Yacuambi Oe2-36 y Bracamoros. Telf: 2249994

DECLARATORIA

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

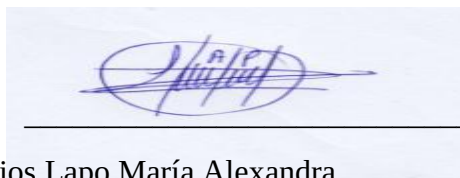


María Alexandra Palacio Lapo

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Palacios Lapo María Alexandra portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 110518899-7, de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **Estudio de Factibilidad para la creación de una farmacia en el sector de Pisulí D.M.Q. 2017-2018** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA



NOMBRE

Palacios Lapo María Alexandra

CEDULA

110518899-7

Quito, a los 28 días de marzo del 2018.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a Dios por darme valor y sabiduría para superar esta etapa y tratar de ser una mejor persona para bien de mi familia y la sociedad, a todos quienes formaron parte de mi vida durante los años de mi carrera amigos, compañeros, a mi tutor que gracias a sus conocimientos hizo posible este proyecto a los docentes quienes fueron un soporte en sus enseñanzas y consejos en la formación integral de quienes tenemos el honor de estudiar en esta prestigiosa institución.

Alexandra

DEDICATORIA

Mi proyecto está dedicado a las personas más importantes de mi vida,
quienes han sido mi inspiración para buscar un mejor futuro y
para subir este peldaño en mis estudios, mi esposo y
mi hija por creer siempre en mí y
darme las fuerzas especialmente en los momentos que decaía
a ellos mi amor y cariño sobre todas las cosas.

INDICE

DECLARATORIA.....	i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
Índice de Tablas	vii
Índice de Figuras	x
Resumen Ejecutivo.....	xi
ABSTRACT	xii
Capítulo I.....	1
1.01 Justificación	1
1.02 Antecedentes.....	2
Capitulo II	4
2.01 Ambiente Externo	4
2.01.01 Factor Económico.....	4
Análisis.....	21
2.02 Entorno Local	23
Análisis.....	24
2.03 Análisis Interno.....	27
Actividades del Auxiliar de Farmacia	30
2.04 Análisis FODA	36
Capitulo III.....	39
3.01. Análisis del consumidor.....	39
3.02 Oferta	53
3.04 Demanda	63
3.04.02 Demanda Actual	64
3.05 Balance de Oferta - Demanda.....	66
Capitulo IV.....	68
4.01 Tamaño del proyecto	68
4.02 Localización.....	72
4.03 Ingeniería del producto	75
Capítulo V	84
5.01 Ingresos Operacionales y no Operacionales	84

5.02 Costos y Gastos.....	85
5.03 Inversiones	90
5.04 Evaluación Financiera del Proyecto	100
Capítulo VI.....	107
6.01 Análisis de Impactos.....	107
6.02 Impacto Ambiental.	108
6.03 Impacto Económico	109
6.04 Impacto Social	110
Capitulo VII	111
7.01 Conclusiones.....	111
7.02 Recomendaciones.	111
ANEXOS	113
Cronograma.....	114
Referencias.....	115

Índice de Tablas

Tabla 1.Producto Interno Bruto (PIB).....	5
Tabla 2.Pib Farmaceutico	6
Tabla 3. Tasa de Inflación	7
Tabla 4. Tasa de Interes Activa	8
Tabla 5. Tasa de Interes Pasiva	9
Tabla 6. Desempleo en el Ecuador.....	11
Tabla 7. Porcentaje de Delincuencia en el Ecuador.....	12
Tabla 8. FODA.....	36
Tabla 9. Matriz MEFE	37
Tabla 10. Matriz MEFI	38
Tabla 11. Analisis de la Informacion de la Encuesta	42
Tabla 12. Pregunta 1	43
Tabla 13.Pregunta 2	44
Tabla 14. Pregunta 3	45
Tabla 15. Pregunta 4	46
Tabla 16. Pregunta 5	47
Tabla 17. Pregunta 6	48
Tabla 18. Pregunta 7	49
Tabla 19. Pregunta 8	50
Tabla 20. Pregunta 9	51
Tabla 21. Pregunta 10	52
Tabla 22. Formula para la oferta historica	54
Tabla 23. Valores para calcular la oferta historica	54
Tabla 24. Oferta Histórica	55
Tabla 25. Oferta farmacia Comunitaria 1	55
Tabla 26. Oferta farmacias Don Pato	56
Tabla 27. Oferta farmacia Comunitaria 2	56

Tabla 28. Oferta total actual Farmacias	57
Tabla 29. Porcentaje del PIB para oferta proyectada	57
Tabla 30. Oferta proyectada	58
Tabla 31. Oferta Historica	59
Tabla 32. Oferta de Productos Sustitutos 1	59
Tabla 33. Oferta de Productos Sutilutos 2	59
Tabla 34. Oferta actual Indirecta	60
Tabla 35. Oferta Indirecta Proyectada	60
Tabla 36. Oferta Global Actual	61
Tabla 37. Oferta Global Histórica	61
Tabla 38. Oferta Global Proyectada	62
Tabla 39. Calculo de la Demanda Historica	62
Tabla 40. Dmanda Historica	63
Tabla 41. Demanda Proyectada	64
Tabla 42. Balance Oferta Demanda	64
Tabla 43. Balance Proyectado	65
Tabla 44. Área Administrativa	66
Tabla 45. Área de Resepcion	67
Tabla 46. Área de Almacenamiento	67
Tabla 47. Área de Dispensacion y Expendio	69
Tabla 48. Capacidad Optima	69
Tabla 49. Localizacion Optima	70
Tabla 50. Proceso Administrativo	70
Tabla 51. Maquinaria	71
Tabla 52. Equipo	74
Tabla 53. Ingresos Operacionales	76
Tabla 54. Costos Indirectos	77
Tabla 55. Gastos Administrativos	78
Tabla 56. Gastos de Ventas	79
Tabla 57. Gastos Financieros	80
Tabla 58. Costos Fijos y Variables	81

Tabla 61. Activos Fijos	82
Tabla 62. Activos Nominales	83
Tabla 63. Presupuesto de Caja	84
Tabla 65. Capital de Trabajo	85
Tabla 66. Fuentes de Financiamiento	86
Tabla 67. Tabla de Amortización.....	86
Tabla 68. Depreciacion de Muebles y Enseres	87
Tabla 69. Depreciacion de Equipo de Computo	87
Tabla 70. Depreciacion de Equipo de Oficina	87
Tabla 71. Depreciacion de Gastos de Amortizacion.....	88
Tabla 72. Balance General Inicial.....	88
Tabla 73. Estado de Perdidas y Ganancias	89
Tabla 74. Calculo del TMAR.....	89
Tabla 75. Calculo del VAN.....	90
Tabla 76. Tasa Interna de Retorno	91
Tabla 77. Periodo de Recuperacion de la Inversión.....	92
Tabla 78. Relación Costo Beneficio	92
Tabla 79. Punto de Equilibrio	93
Tabla 80. Analisis de Impactos	93
Tabla 81. Impacto Ambiental	94
Tabla 8. Impacto Económico	95
Tabla 83. Impacto Social	95

Índice de Figuras

Figura 1: Producto Interno Bruto	5
Figura 2: PIB Salud.....	6
Figura 3: Tasa de Inflación	7
Figura 4:Tasa de Interés Activa	9
Figura 5: Tasa de Interés Pasiva.....	10
Figura 6: Tasa de Desempleo	11
Figura 7: Nivel de Delincuencia en el Ecuador	12
Figura 8: Tasa de Crecimiento Poblacional	13
Figura 9: 5 Fuerzas de Porter	24
Figura 10: Gestión Administrativa.....	29
Figura 11: Logotipo de la Farmacia	31
Figura 12:Marketing Mix.....	32
Figura 13:Globos diseñados.....	34
Figura 14: Caritas Pintadas	34
Figura 15: Tasas diseñadas.....	35
Figura 16: Flayers	36
Figura 17: Pregunta 1	44
Figura 18: Pregunta 2	45
Figura 19:Pregunta 3.....	46
Figura 20:Pregunta 4.....	47
Figura 21: Pregunta 5	48
Figura 22: Pregunta 6	49
Figura 23: pregunta 7	50
Figura 24: Pregunta 8	51
Figura 25: Pregunta 9	52
Figura 26:Pregunta 10.....	53
Figura 27: Micro localización	73
Figura 28: Distribución de Planta	76
Figura 29:Punto de Equilibrio.....	105

Resumen Ejecutivo

El actual proyecto presenta un estudio de factibilidad de la creación de una farmacia Independiente en el sector de Pisulí. Debido a la necesidad de los pobladores del sector, la localización más idónea del proyecto se encuentra en las calles Internacional y Pancho Villa, junto a la parada de buses de transporte urbano Paquisha.

Para confirmar la factibilidad del proyecto, se debe plasmar una serie de estudios, en primer lugar, realizar un análisis de la importancia del proyecto en trabajos que se han realizado sobre el tema. Luego de este análisis se realizará un estudio de mercado tanto interno como externo dándonos así el análisis FODA, en el cual determinaremos las oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas. Se determinará una filosofía empresarial para satisfacer las necesidades de los clientes, este mediante el estudio de mercado donde analizaremos la oferta y demanda tanto histórica, actual y proyectada, para así poder conocer nuestra demanda insatisfecha.

Se realizará un estudio técnico donde se identificará la macro, micro localización y la localización óptima del proyecto se procederá a realizar el estudio financiero (el flujo de efectivo, VAN, TIR, PRI Y R/B, para determinar la rentabilidad financiera del proyecto

ABSTRACT

This project presents a feasibility survey for the creation of an independent pharmacy in the zone of Pisulí. Due to the need of the residents of the zone, the most suitable location of the project is at the corner of the Internacional and Pancho Villa streets, next to the Paquisha bus stop.

To confirm the feasibility of the project, a series of studies must be carried out, first of all it is necessary to analyze the importance of the project in works that have been developed on this subject. After this analysis, an internal and external market study will be conducted giving us the SWOT analysis, which will let us determine the opportunities, strengths, weaknesses and threats. A business philosophy must be determined in order to satisfy the needs of the clients, through the market survey that will allow to understand the supply and demand not only historical, but also current and projected, in order to know the unsatisfied demand.

A technical study will be accomplished for identifying the macro, micro location and the optimal location for the project. The financial survey (cash flow, NPV, IRR, PRI and R / B) will give essential information to determine the project profitability.

At the end of this project, the environmental, economic, and social impact will be analyzed.

Capítulo I

1.01 Justificación

El presente proyecto está enfocado a satisfacer una necesidad en el mercado específicamente en el sector de Pisulí al norte de Quito, zona que ha vivido muchos cambios para satisfacer las necesidades de los habitantes de dicho sector, por lo que surge la necesidad de crear este proyecto, en el que se basa en determinar la factibilidad para crear una farmacia y así establecer la demanda que existe en el sector. Calidad de servicio al cliente y una buena imagen son la combinación para el éxito de un negocio, parte de aquí la idea de crear un lugar que expenda productos farmacéuticos variados y de bajos costos y así contribuir como una forma de prevención de enfermedades que se presentan en la comunidad.

En el sector de Pisulí se encuentran tres farmacias las cuales no abastecen a los habitantes del sector, de ahí la importancia del proyecto ya que se desea brindar la mejor calidad de vida a la comunidad y su entorno.

Para realizar este proyecto, y desarrollarlo de la mejor manera se ha utilizado herramientas las cuales servirán para obtener la información necesaria que ayude a esclarecer las exigencias sobre el tema planteado.

Este proyecto es importante ya que es un tema que ha invadido el mercado en los últimos tiempos generando gran crecimiento, que va ganando terreno y que es indispensable en la sociedad por el servicio que ofrece.

1.02 Antecedentes

(Cisneros Portillo & Farinango Vinueza , 2013), estudiantes de la Universidad Técnica de Norte en el en su proyecto de “Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia en el barrio. El Olivo, de la ciudad de Ibarra”

En el estudio de factibilidad para la creación de una farmacia en EL Barrio Olivo de la parroquia El Sagrario. Para la implementación de la misma se cumplió se efectuaron diferentes requisitos entro los que se efectuaron son: reglamentos, registros de salud, patentes y demás requisitos que demanda la ley. A través del estudio se demostró que en dicho sector no ha existido una farmacia adecuadamente abastecida de medicamentos, que solventen o cubran las necesidades de los usuarios del sector, y con el estudio realizado se demostró que es factible la realización del proyecto.

Para el estudio de la farmacia en el sector de Pisulí es importante porque tomaremos referencias de los requisitos que se tomaron en cuenta para crear el proyecto.

(Cazar, 2014) Estudiante de la Universidad Técnica del Norte “Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia comunitaria en la parroquia la esperanza del cantón Ibarra, Provincia de Imbabura”.

En la creación de una farmacia comunitaria en la parroquia la esperanza del cantón Ibarra. Menciona que Para la creación de esta se cumplió con todos los requisitos para la creación de esta como permisos patentes y todos los requisitos que exige la ley. Mediante el estudio realizado tuvo un impacto positivo porque genera bienestar con las familias de la comunidad y el valor económico generara empleo en los habitantes del sector.

Capítulo II

2.01 Ambiente Externo

(Saenz, 2009) Expuso que el ambiente externo está formado por aquellos factores, fuerzas o variables que influyen, directa o indirectamente en los procesos de gestión. El entorno que presenta el medio externo de la empresa puede ser: condiciones ambientales, sociales y culturales, como costumbres, leyes lengua religión, organización política y económica que influye en la vida de un individuo o comunidad.

En el proyecto los factores de importancia son:

- Factores económicos: Producto Interno Bruto, Inflación, tasa de interés activa y pasiva.
- Factores Sociales: Población económicamente activa y tasa de crecimiento poblacional.
- Factor Legal.
- Factor Tecnológico.

2.01.01 Factor Económico.

Los factores económicos son acciones que tienden a aumentar la capacidad productiva, y determinan distintas actividades para la satisfacción de necesidades (Ortiz, 2014).

2.01.01.01 Producto Interno Bruto.

El PIB es el valor monetario total de la producción corriente de bienes y servicios de un país en un periodo establecido, donde se incluye la producción de los habitantes tanto nacionales como extranjeros. (Aviles, 2013)

Tabla 1.
EL PIB

PIB	
AÑO	PORCENTAJE
2012	4.8%
2013	3.9%
2014	3.8%
2015	2.0%
2016	1.5%
2017	2.60%

Banco Central del Ecuador
Alexandra Palacios

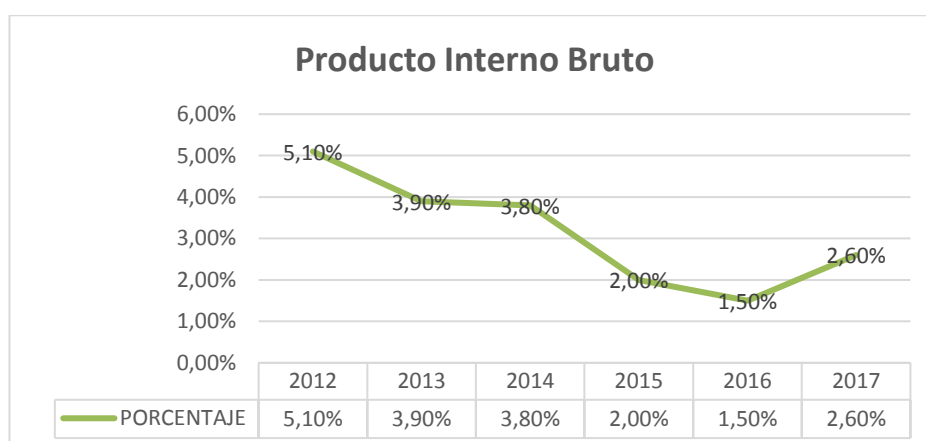


Figura 1: Producto Interno Bruto
Alexandra Palacios
Banco Central del Ecuador

Anàlisis.

El PIB es uno de los indicadores mas significativos para las organizaciones ya que si el Estado se encuentra economicamente activo nos beneficiara como farmacia obteniendo asi un beneficio para la empresa.

2.01.01.02. PIB del sector farmacéutico.

El PIB farmacéutico es un indicador financiero que nos admite, medir la rentabilidad del sector

Tabla 2
PIB Farmacéutico

Año	Porcentaje
2012	6.80%
2013	2.30%
2014	4.50%
2015	4.00%
2016	0.80%

Banco Central del Ecuador
Alexandra Palacios

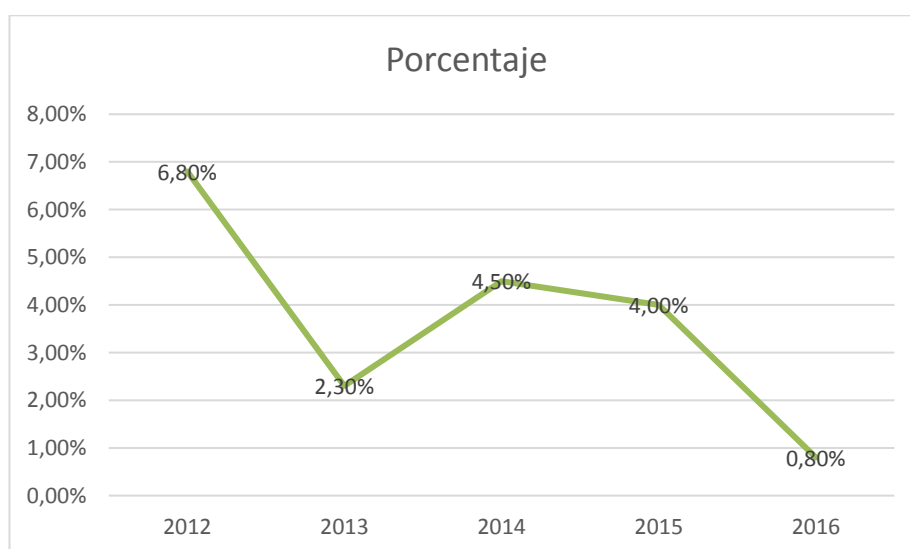


Figura 2: PIB Salud
Alexandra Palacios
Banco Central del Ecuador

2.01.01.03 Inflación

La inflación es el incremento generalizado de los precios de bienes, servicios y factores productivos de una economía en un periodo de tiempo determinado.

Tabla 3
Tasa de inflación

TASA DE INFLACIÓN

AÑO	PORCENTAJE
2012	5.22%
2013	1.71%
2014	4.19%
2015	3.78%
2016	1.3%

Banco central del Ecuador
Alexandra Palacios.

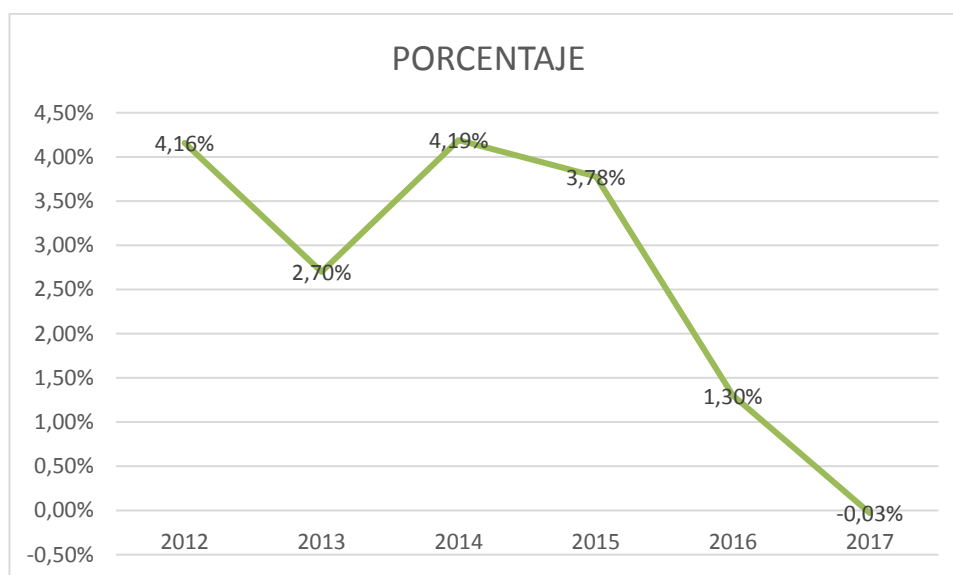


Figura 3: Tasa de Inflación
Alexandra Palacios
Banco Central del Ecuador.

Análisis.

La inflación afecta a las empresas ya que al tener un crecimiento excesivo de los precios de los productos que son básicos estos causan una disminución de ventas por los altos precios que, ofrecidos en el mercado, en este caso la inflación ha disminuido lo que representa una oportunidad para el negocio.

2.01.01.04 Tasa de Interés.

En términos generales la tasa de interés representa un balance entre el riesgo y la posible ganancia de la utilización de una suma de dinero en una situación o tiempo determinado (Safit, 2012)

2.01.01.05 Tasa de Interés Activa.

Es el porcentaje que cobran las entidades financieras por diferentes servicios de créditos que dan a los usuarios de acuerdo con las condiciones del mercado y las disposiciones del banco central siendo un recurso a favor de la misma.

Tabla 4

Tasa de Interés Activa

TASA DE INTERÉS ACTIVA

AÑO	PORCENTAJE
2012	9.53%
2013	9.53%
2014	9.63%
2015	9.76%
2016	9.84%

Banco central del Ecuador
Alexandra Palacios.

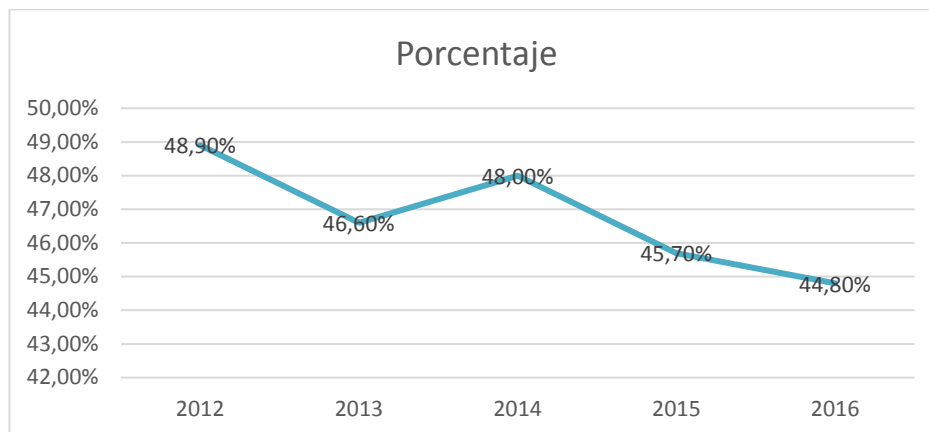


Figura 4: Tasa de Interés Activa
Alexandra Palacios
Banco Central de Ecuador

Análisis.

El porcentaje de la tasa de interés es importante porque mediante este podemos determinar qué porcentaje de interés que se deberá pagar por un préstamo, dependiendo de la entidad financiera.

2.01.01.06 Tasa de Interés Pasiva.

Es el porcentaje que las entidades financieras pagan a la cuenta de los ahorristas para incentivar el ahorro y retener más dinero.

Tabla 5:
Tasa de interés pasiva

TASA DE INTERÉS PASIVA	
AÑO	PORCENTAJE
2013	4.53%
2014	4.53%
2015	5.14%
2016	5.12%
2017	4.95%

Banco central del Ecuador
Alexandra Palacios.

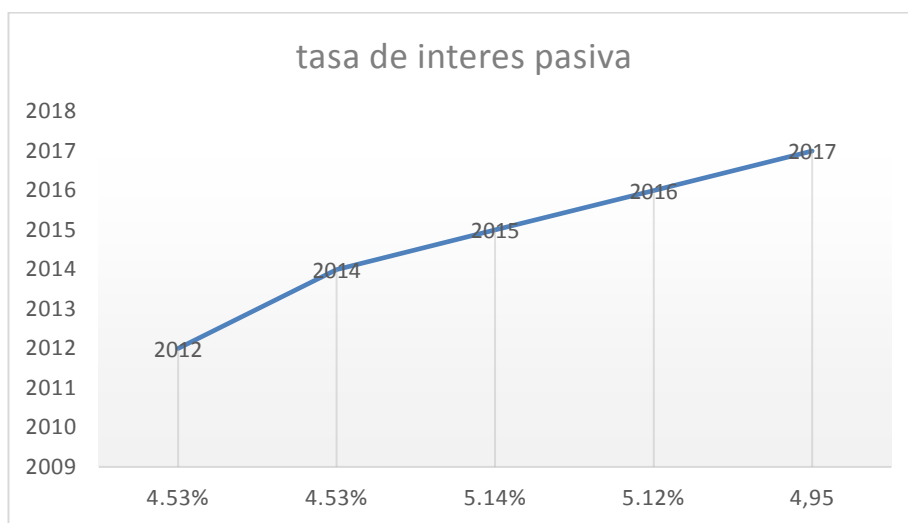


Figura 5: Tasa de Interés Pasiva
Alexandra Palacios
Banco Central del Ecuador

Análisis.

La tasa de interes pasiva es importante porque esta capta su porcentaje de dinero en las cuentas corrientes, esto quiere decir que por cierta cantidad de dinero invertida en una entidad financiera se puede generar un prestamo de dinero en grandes cantidades

2.01.02 Factor Social.

Es un factor que su objetivo es identificar la situación socioeconómica de la población mediante las actividades, su estilo de vida, nivel de estudios costumbres, raza, religión, valores. Esto se toma en consideración para que la empresa adapte a los cambios y pueda prevalecer en el tiempo como una empresa rentable. (Palaez, 2006)

2.01.02.01 Desempleo.

Este es un factor que nos ayuda a conocer los perfiles de compra o hábitos de consumo.

Tabla 6.
Desempleo en el Ecuador

AÑO	PORCENTAJE
2012	3.97%
2013	4.30%
2014	4.16%
2015	4.83%
2016	7.44%

Banco central del Ecuador
Alexandra Palacios.

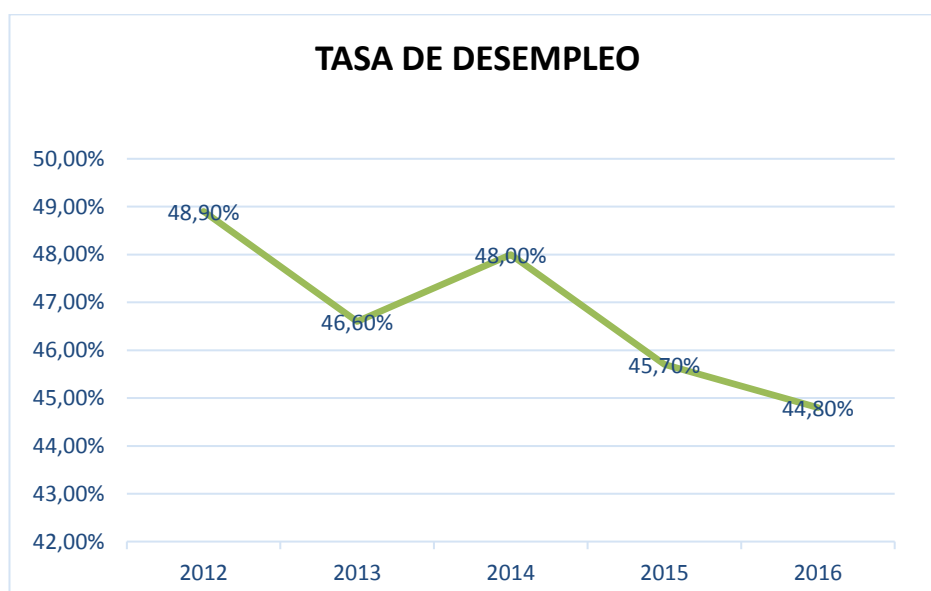


Figura 6: Tasa de Desempleo

Alexandra Palacios
Banco Central del Ecuador.

Análisis.

Podemos identificar en el cuadro que la tasa de desempleo va en aumento, lo que se convierte en una amenaza para nuestro negocio porque existe un alto número de personas que no cuentan con una remuneración básica.

2.01.02.02 Delincuencia.

La delincuencia son actos en contra de la ley, y merecedores de castigos, esto es una de los temas más preocupantes en la sociedad actual, ya que esto cada vez son más los menores de edad los que cometen los delitos de robo, asalto, homicidios etc.

Tabla 7
Delincuencia

AÑOS	% DE DELINCUENCIA
2012	48.9%
2013	48.6%
2014	48%
2015	45.7%
2016	44.8%

Inec.

Alexandra Palacios.

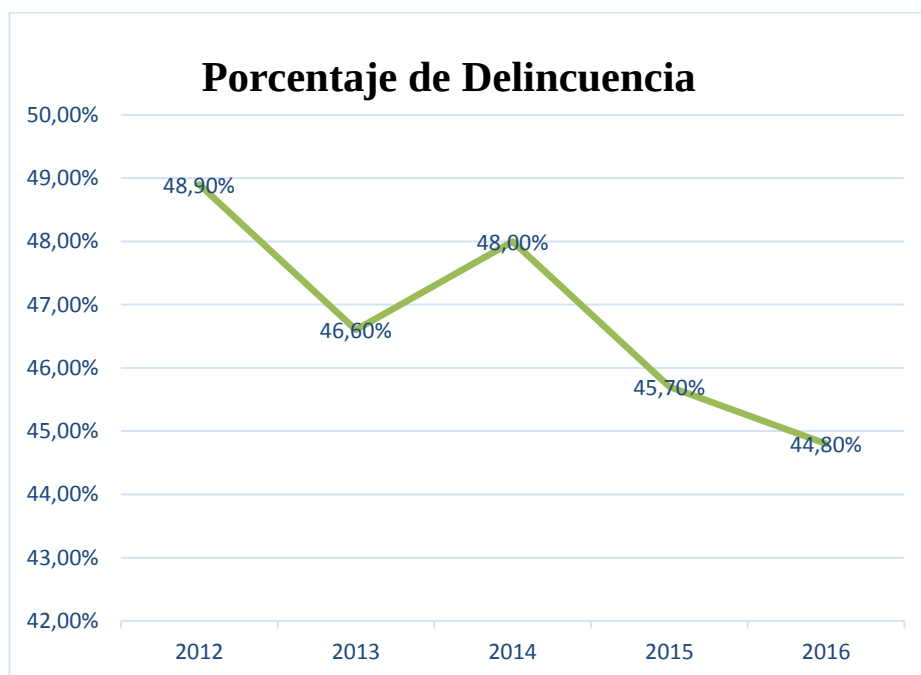


Figura 7: Nivel de Delincuencia en el Ecuador

Alexandra Palacios

Inec.

Análisis.

La delincuencia es una conducta equivocada, en el sector de Pisuli si existe un porcentaje de delincuencia que afecta y al normal desarrollo de los negocios, pero esto se evita con la seguridad del negocio.

2.01.01.03 Tasa de crecimiento Poblacional

Esta se refiere al aumento o disminución de una población ya sea por nacimiento o migración de los mismos. (Jimenes A. , 2016)

Tabla 8.
Tasa de crecimiento poblacional

Años	Tasa de crecimiento
2012	1,42
2013	1,4
2014	1,56
2015	1,53
2016	1,31
2017	1,28

Banco Central del Ecuador.
Alexandra Palacios

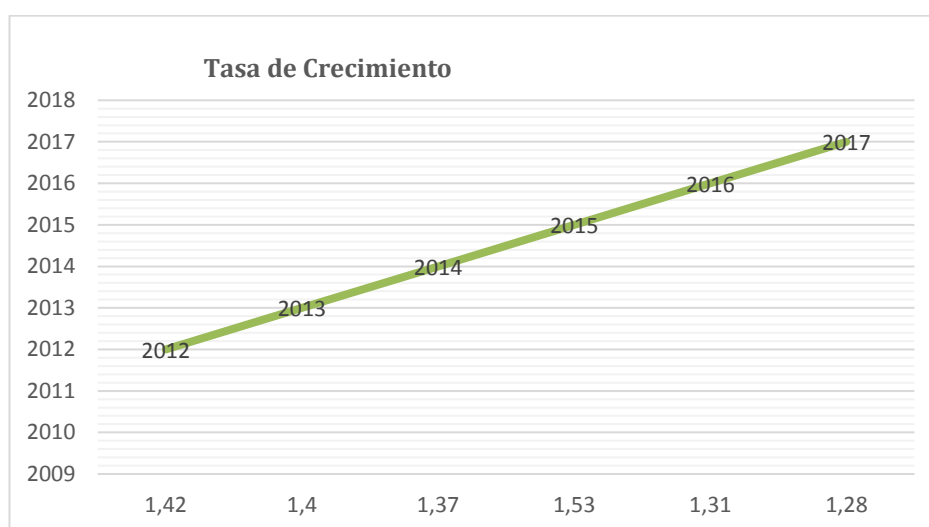


Figura 8: Tasa de Crecimiento Poblacional
Alexandra Palacios
Banco Central del Ecuador

Análisis. Se observa que en el año 2012 el crecimiento poblacional es de 1.42%, para el año 2017 ha aumentado al 1.37%, lo que indica que si la población aumenta es beneficioso porque habrá más ingresos en la empresa.

2.01.03 Factor Legal.

Los factores legales describen a los requisitos que deben cumplir para realizar la apertura de establecimientos de cualquier índole, son las normativas en cada país ya que son influenciados por el tipo de gobierno. (Hernandez, 2008)

DE LAS FARMACIAS

- ✓ Art. 2.: Las farmacias son establecimientos farmacéuticos autorizados para la dispensación y expendio de medicamentos de uso y consumos humano, especialidades farmacéuticas, productos naturales procesados de uso medicinal, productos biológicos, insumos y dispositivos médicos, cosméticos, productos dentales, así como para la preparación y venta de fórmulas oficinales y magistrales.
 - Deben cumplir con las buenas prácticas de farmacias.
 - Requieren para su funcionamiento la dirección y responsabilidad de un Profesional Químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico.
- ✓ Art.3.Las direcciones provinciales de salud en el primer trimestre de cada año procederán al estudio de la sectorización para determinar los sitios en el área urbana, urbano marginal y rural en donde podrán ubicarse farmacias y botiquines de conformidad con el reglamento pertinente.
- ✓ Art.5.La Dirección Provincial de Salud concederá permiso para la instalación de farmacias privadas cuando se justifique su necesidad, por el incremento de la

densidad poblacional en un sector determinado y el número de establecimientos similares que hubiere al momento de la solicitud del permiso.

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

Ley Orgánica de Salud.

CAPITULO III

De los Medicamentos.

Art. 153.- Todos los medicamentos deben ser comercializados en establecimientos legalmente autorizados.

Para la venta al público se requiere de receta emitida por profesionales facultados para hacerlo, a excepción de los medicamentos de venta libre, clasificados como tales con estricto apego a las normas farmacológicas actualizadas, a fin de garantizar la seguridad de uso y consumo.

Art. 154.- El estado garantizará el acceso y disponibilidad de medicamentos de calidad y su uso racional priorizando los intereses de la salud pública sobre los económicos y comerciales

Promoverá la producción, importación, comercialización, dispensación y expendio es obligatorio en las instituciones de salud pública.

Art. 155.- Los medicamentos en general, incluyendo los productos que contengan nuevas entidades químicas que obtengan registro sanitario nacional y no sean comercializados por el lapso de un año, serán objeto de cancelación de dicho registro sanitario.

Art. 156.- La autoridad sanitaria nacional autorizara la importación de medicamentos en general, en las cantidades necesarias para la obtención del requisito sanitario, de conformidad con lo previsto en el reglamento correspondiente.

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 encuentren en 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 de un profesional químico farmacéutico bioquímico farmacéutico, quien brindara atención farmacéutica especializada.

Los botiquines estarán a cargo de personas calificadas y certificadas para el manejo de medicamentos. La autorización para 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 la ley para hacerlo, deben contener obligatoriamente y en primer lugar el nombre genérico del medicamento prescripto.

Quien venda informara 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, odontológicos 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.

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.

Instalación y permiso de funcionamiento de farmacias

Art.10. Para la instalación y funcionamiento de una farmacia el interesado iniciará el

trámite de obtención del permiso de funcionamiento presentando en la respectiva Dirección Provincial de Salud lo siguiente:

- a) Solicitud debidamente suscrita por el dueño del establecimiento donde se redactará lo siguiente:
 - Nombre del propietario o representante legal.
 - Nombre, razón social o denominación del establecimiento.
 - Cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal
 - Ubicación del establecimiento.
 - Nombre del profesional químico farmacéutico o bioquímico-
- b) Plano del local, a escala 1:50, Área mínima de 40 metros
- c) Récord Policial del propietario y Bioquímico
- d) Documentos que acrediten la personería jurídica
- ✓ Art. 13.- Los requerimientos del local, saneamiento ambiental y seguridad son los siguientes:
 - a) El local estará destinado exclusivamente para la farmacia
 - b) Deberá poseer luz natural y artificial suficiente y una ventilación adecuada.
 - c) Los pisos del local deben ser impermeables y lisos, de baldosa, vinyl u otro material que pueda lavarse, paredes de superficie lisa y adecuadamente pintadas o tratadas con material impermeabilizante;
 - ¿d) El cielo raso ofrecerá una superficie lisa y limpia;
 - e) Deberá poseer una ventanilla para atención nocturna al público cuando deba cumplir con los turnos establecidos;
 - f) Instalación y aprovisionamiento de agua potable de acuerdo a las disposiciones

sanitarias; g)

¿Batería sanitarias y lavabo de manos, convenientemente aislados del área de trabajo y en buen estado de funcionamiento;

h) Dispositivos adecuados para la eliminación de desechos

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

j) Instalación eléctrica indirecta o aislada, ¿de acuerdo a lo establecido convencionalmente; k) Extintor de incendios; y,

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

✓ Art. 14.

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

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

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

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

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

2. Áreas auxiliares integradas por las siguientes secciones:

a) Para recetario (elaboración de formulas magistrales), si cuenta con la autorización correspondiente para este fin, que debe disponer de los materiales que indican en el anexo respectivo. El área de recetario debe poseer un lavabo instalado en

un sitio conveniente y con el suministro necesario de agua para lavado de envases

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

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

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

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

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

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

e) Archivo para recetas de estupefacientes y psicotrópicos

Análisis

Revisado el factor legal y teniendo en cuenta todos los requisitos que son necesarios para la apertura de una farmacia y así mismo para el manejo de medicamentos, debemos cumplir la ley como nos indican en cada artículo de la misma, sabiendo esto, nos será de gran apoyo para que nuestro proyecto se cumpla y así podemos tener oportunidades y fortalezas en nuestro proyecto y poder dar un buen servicio al usuario.

2.01.04 Factor Tecnológico.

“Comprender el nivel de los avances científicos y tecnológicos en la sociedad, incluyendo la base física (planta, equipos y servicios) y la base tecnológica de conocimientos” (Rodríguez, 2012)

En el factor tecnológico se trabajará con el programa de SIFAC, (Sistema Informático de facturación, Anexos y Contabilidad), este servirá como apoyo para que la farmacia marche de mejor manera optimizando tiempo y con esto se tiene una atención ágil a los clientes.

Características del Sistema SIFAC

- ✓ Facturas
- ✓ Notas de débito y crédito
- ✓ Comprobantes de remisión y guías de remisión

Los beneficios de este sistema tecnológico son:

- ✓ Rapidez en el proceso de atención al cliente
- ✓ Impresión de documentos
- ✓ Mayor conocimiento.

Análisis. - poseer un factor tecnológico en una farmacia es muy importante pues este nos ayuda a la optimización de tiempo y contribuye a la creación de información y datos de los clientes para brindar una atención de calidad

2.02 Entorno Local

2.02.01 Análisis de la 5 Fuerzas de Porter.

Las 5 fuerzas de Porter es un modelo estratégico que ayuda estudiar el nivel de competitividad dentro de la industria, así poder desarrollar estrategias que lleven al éxito a nuestra empresa (Javier, 2010)



Figura 9: 5 Fuerzas de Porter

Alexandra Palacios

Fuente: <http://www.5fuerzasdeporter.com/>

2.02.01.01 Poder de Negociación de los Clientes.

Un cliente es el que recibe un bien o servicio, esto involucra una transacción la cual involucra una transacción en el que un producto de valor cambia de manos. Se puede hablar de dos tipos de clientes, los internos y externos, los internos se refieren al os empleados que reciben bienes y servicios dentro de una misma empresa, el externo se refiere a las personas que pagan por recibir un servicio estas personas son a las que se busca satisfacer con nuestro producto y servicio (Berry, 1995)

Análisis

En el sector de Pisulí, el principal objetivo es entregar la mejor atención a las personas y precios justos ya que el futuro de la empresa son los clientes.

2.02.01.02 Poder de Negociación de los Proveedores.

Dentro del mercado farmacéutico constan variedad de proveedores de las diferentes distribuidoras farmacéuticas, como empresa es importante es importante tomar en cuenta puntos como:

- Precios
- Variedad de productos
- Forma de pago (créditos, descuentos por pronto pago, garantía)
- Monto de compra.

Análisis

Los proveedores asignan sus condiciones e inclusive el total y monto de los productos, esto afectaría de alguna manera a nuestra farmacia, pero tener una variedad de distribuidores nos ayuda a elegir nuestro producto y las promociones favorables para adquirir los medicamentos a precios más accesibles.

2.02.01.03. Amenazas de Productos Sustitutos

Dicha amenaza se presenta cuando existen cuando existen empresas que venden productos sustitutos, ya que si existen productos sustitutos complican la situación de la empresa, porque pueden entrar al mercado con precios bajos reduciendo los ingresos de nuestra empresa.

Encontramos diferentes productos sustitutos como FUXION, OMNILIFE, HERBALIFE, NATURES GARDEN.

Análisis.

Como se tiene conocimiento los productos sustitutos, que en nuestro caso son los medicamentos naturales, alivian dolores y en otros casos curan enfermedades, también tienen accesibles preciso para nuestro negocio se convierte en una amenaza, pero con estrategias bien planteadas podemos minimizar este riesgo.

2.02.01.04 Rivalidad de Nuevos competidores.

Esto se muestra cuando existen empresas que ofrecen los mismos productos esto hace que la rivalidad aumente, esto nos permite comparar los productos de la competencia y mejorar junto con las estrategias y saber si debemos mejorar y así ser fuertes competidores.

Entre las farmacias que ofrecen los mismos productos se encuentran:

Farmacias comunitarias

Farmacias de Don Pato

Análisis

Una de los inconvenientes son las farmacias de cadena como es las comunitarias, pero esta farmacia no cuenta con el stock suficiente para la dispensación la cual se convierte en una oportunidad para nuestra farmacia

2.02.01.05 Amenazas de entrada de nuevos competidores

Para una empresa será difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén bien posicionados, sean muy numerosos, pues contantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias,

promociones y entrada de nuevos productos.

Fuente: Recuperado de la web www.elnayorportaldegerencia.com

Análisis.

En sector de Pisulí existen tres farmacias una independiente y las dos comunitarias las cuales no cuentan con el stock necesario, de medicamentos y la atención que el cliente necesita esto se debe aprovechar y posicionarse en la mente del consumidor al momento que lleguen nuevos competidores.

2.03 Análisis Interno

2.03.01 Propuesta Estratégica.

La planeación estratégica está basada en una serie de pasos, con el propósito de establecer objetivos mediante establecidas metas específicas, se analiza la situación interna y externa y se formulan las estrategias que permitan alcanzar dichos objetivos (Altamirano M. , 2012)

2.03.01.01 Misión.

Somos una empresa que se dedica a la dispensación y expendio de medicamentos, creada para contribuir al bienestar de la población, ofreciendo el mejor servicio farmacéutico con la más alta calidad; llevando un perfecto equilibrio entre calidad y precios, y con un horario de atención muy conveniente”

2.03.01.02 Visión.

Alcanzar un lugar importante en el sector farmacéutico, en alrededor de 2 años y ser reconocida como una de las farmacias con mejor atención a sus clientes,

tener calidad en productos farmacéuticos y convencidos que nuestro trabajo vela por el bienestar de los clientes.

2.03.01.03 objetivos

2.03.01.03.01 Objetivo General

Dar comodidad a los beneficiarios del sector de Pisulí, brindándole productos de calidad y una buena atención al cliente, y así tener la satisfacción del cliente y obtener rentabilidad.

2.03.01.03.02. Objetivo Específico.

- ✓ Determinar los deseos y necesidades de los clientes
- ✓ Lograr la satisfacción del cliente mediante nuestro servicio brindado.
- ✓ Conocer el nivel de demanda del sector
- ✓ Determinar la rentabilidad de negocio

2.03.01.04 Valores.

- ✓ Respeto. - Tratar al cliente de la mejor manera
- ✓ Confianza. -En los productos y servicios que ofrece
- ✓ Responsabilidad. -Con el cumplimiento de las leyes.
- ✓ Compromiso. _ Brindar un servicio con ética
- ✓ Variedad. _ tener la seguridad de ofrecer productos de gran variedad.

2.03.01.04 Políticas.

- ✓ Los colaboradores que se contrate deberán tener experiencia en el área mínima 2 años.

- ✓ Responsabilidad en el trabajo para dar una mejor impresión al usuario
- ✓ Un punto fundamental que será tomado en cuenta será la atención al cliente.
- ✓ Ofrecer un trato justo a todos los clientes en sus reclamos y solicitudes.
- ✓ Establecer los horarios de rotación de limpieza de la farmacia.

2.03.02 Gestión Administrativa.

Es la forma en la que se utiliza los recursos para conseguir los objetivos deseados.

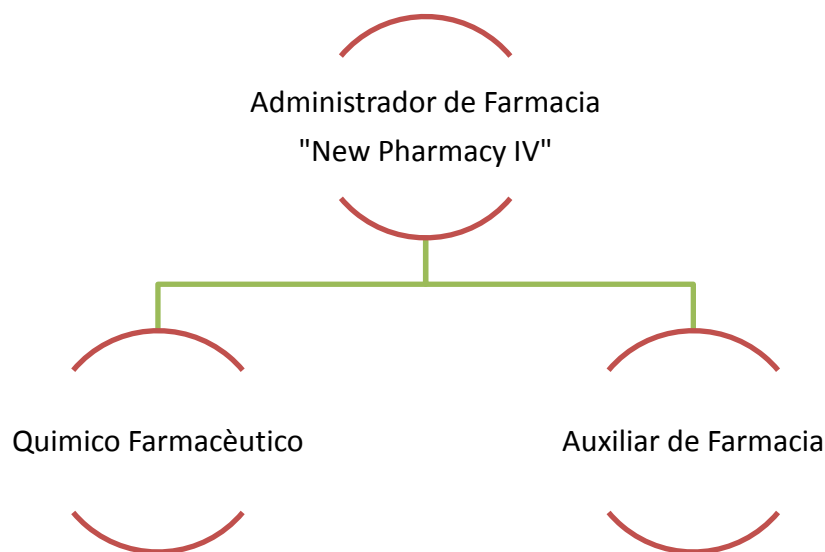


Figura 10: Gestión Administrativa.
Alexandra Palacios
Gestiopolis.com

2.03.03 Gestión Operativa

La gestión operativa es un proceso en el cual se emplea los recursos y esfuerzos de los trabajadores que forman parte de la farmacia.

Actividades del Administrador de Farmacia

- ✓ Organizar, controlar y dirigir las actividades que se encuentren a su cargo.
- ✓ Planear metas y objetivos.
- ✓ Asigna funciones a sus empleados.
- ✓ Realiza pago a las proveedoras.
- ✓ Dirige las funciones de la farmacia.

Actividades del Químico Farmacéutico

- ✓ Dar un reporte mensual sobre los medicamentos en stock de psicotrópicos y estupefacientes.
- ✓ Dispensación correcta.
- ✓ Revisar las fechas de caducidad de los medicamentos.

Actividades del Auxiliar de Farmacia

- ✓ Almacenamiento del medicamento.
- ✓ Controla las entradas y salidas de la mercadería.
- ✓ Atención al cliente.
- ✓ Llevar el adecuado uso registro y control de medicamentos.
- ✓ Revisar los medicamentos que están por vencer con una antelación de tres meses.
- ✓ Brindar un buen servicio al cliente.

2.03.04 Gestión Comercial.

La gestión Comercial es una de las actividades más importantes para la promoción de cualquier producto puesto que este es el contacto que tiene la empresa con el cliente final.

2.03.04.01 Nombre de la farmacia.

- ✓ NEW PHARMACY VI

New Pharmacy es una farmacia que piensa primero en el cliente y en su bienestar al momento de realizar su compra y su nombre se destaca por:

- ✓ Diferenciarse de otras farmacias.
- ✓ Su nombre está en inglés para representar la palabra que significa nueva farmacia.

2.03.04.02 Slogan de la farmacia.

“TU SALUD DE VUELTA”

Es su slogan porque siempre pensamos en la atención y la salud del cliente, siendo este el más importante para que la misma se desarrolle y sea mejor en el mercado.

2.03.04.03 logotipo de la farmacia.



Figura 11: Logotipo de la Farmacia
Alexandra Palacios
Investigación Propia

Colorimetría:

- ✓ **Blanco.** _ se asocia comúnmente con la pureza y la nobleza y transmite al público sensación de da sobriedad.
- ✓ **Azul.** _ Simboliza seguridad y responsabilidad, pureza de los medicamentos y el aseo de todas las actividades.

2.03.04.04 Marketing Mix.

Las 4Ps del marketing se consideran como las variables tradicionales con las que cuenta una organización para conseguir objetivos comerciales. (Jimenes A. , 2014)



Figura 12:Marketing Mix
Alexandra Palacios
Investigación Propia

Producto. _ Bienes y servicios que comercializa la empresa.

Los productos con que la farmacia NEW PHARMACY contara son los siguientes:

- Antibióticos
- AINES
- Vitaminas
- Antihistamínicos
- Antiparasitarios
- Oftalmológicos
- Dermatológicos
- Hormonas Sexuales
- Formulas infantiles
- Productos de aseo personal
- Productos para bebe
- Insumos

Precio. _ Refleja el valor de los productos.

Los precios para dispensar los productos farmacéuticos se realizarán apegados a lo que dicta el Consejo Nacional de Salud que se encuentra en el listado de precio unitario y por caja. (CONASA, 2016)

Plaza y Distribución. _ Como llega el producto al cliente debe tener un lugar optimo en el cual las personas puedan llegar a obtener de manera más rápida y conveniente su producto.

La distribución del producto se realizará en el sector de Pisulí en las calles Internacional y Pancho Villa junto a la parada de buses Paquisha.

Promoción y Publicidad. _ Se da a conocer los productos al cliente.

Las estrategias serán:

- A corto plazo
 - ✓ Inauguración donde se entregará globos, se realizará caritas pintadas y se entregará volantes.
- Mediano Plazo
 - ✓ Por la compra mayor a \$10 se hará un descuento del 10% y se regalará vitamina c por unidades.
- Largo Plazo
 - ✓ Fidelización con la mejor atención y descuentos exclusivos



Figura 13: Globos diseñados
Alexandra Palacios
Investigación Propia



Figura 14: Caritas Pintadas
Alexandra Palacios
Investigación Propia



Figura 15: Tasas diseñadas
Alexandra Palacios
Investigación Propia

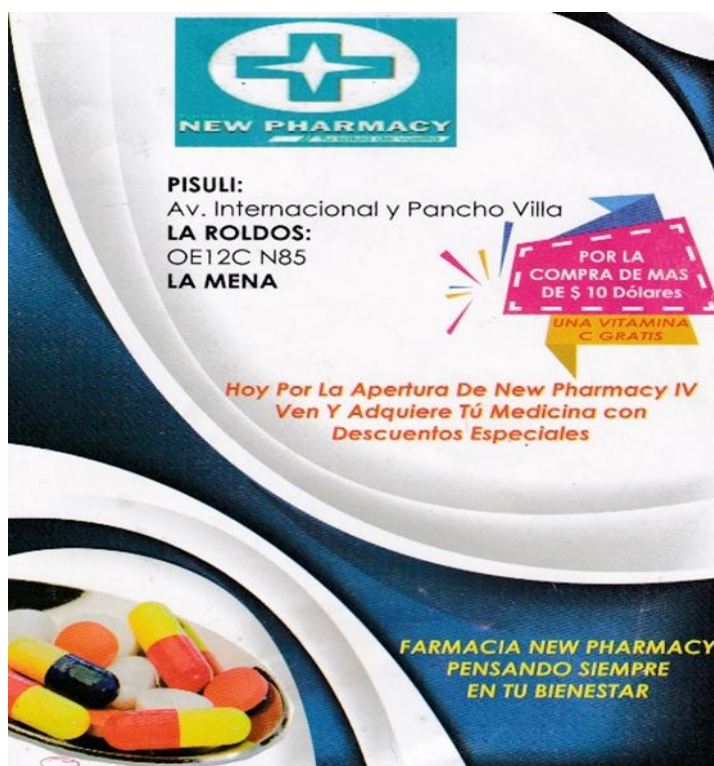


Figura 16: Flayers
Alexandra Palacios
Investigación Propia

2.04 Análisis FODA

Es una herramienta de análisis estratégico lo cual permite estudiar los elementos externos e internos en una organización, en general en el FODA se analiza las fortalezas que deben utilizarse, las oportunidades que deben aprovecharse, las debilidades estas deben eliminarse y las amenazas que deben esquivarse. (Espinoza, 2013)

Tabla 8
Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Personal eficiente en atención al cliente	Expansión a otros lugares del sector
Precios competitivos	Crecimiento de la población
Suficiente Stock	Variedad en línea de productos
Horarios de atención	Clientes insatisfechos
DEBILIDADES	AMENAZAS
Ser nuevos en el mercado	Inseguridad
Non contar con local propio	Nuevos Competidores
Endeudamiento	Competencia

Análisis situacional
Alexandra Palacios.

2.04.01 Matriz de Evaluación Externa.

Evalúa todos los factores externos Que afectarían a la empresa si las estrategias no son apropiadas pues estos factores a los cuales está sujeta.

Tabla 9
MATRIZ MEFE

FACTORES	PESO	CALIFICACION	PONDERACION
OPORTUNIDADES			
Crecimiento de la población	0.20	3	0.60
Expansión a otros lugares del sector	0.10	3	0.30
Variedad en la línea de productos	0.18	4	0.72
Clientes insatisfechos	0.20	4	0.80
TOTAL, OPORTUNIDADES	0.68		
TOTAL, DE PONDERACION			1.95
AMENAZAS			
Nuevos en el mercado	0.08	3	0.24
Inseguridad	0.10	2	0.20
Competencia Desleal	0.08	2	0.16
Productos Sustitutos	0.06	2	0.12
TOTAL, AMENAZAS	0.32		
TOTAL, DE PONDERACION			0.72
TOTAL, TABLA	1.00		

Análisis situacional
Alexandra Palacios

Análisis. La matriz nos indica un resultado de 2.67, lo que nos indica que la empresa tiene varias oportunidades ya que obtiene una suma de 1.95 en comparación con las amenazas que tiene un porcentaje de 0.72, las cuales debe crear estrategias para responder a los cambios que se presenten y evitar estas amenazas.

2.04.02 Matriz de evaluación MEFI.

Esta Matriz nos permite identificar a los competidores y sus fortalezas y debilidades de la empresa.

Tabla 10
Matriz del Perfil Competitivo

FACTORES	PESO	CALIFICACION	PONDERACION
FORTALEZAS			
Personal eficiente en atención al cliente	0.20	4	0.80
Precios competitivos	0.14	4	0.56
Suficiente stock	0.16	4	0.64
Variedad de proveedores	0.14	3	0.42
TOTAL, FORTALEZAS	0.53		
TOTAL, DE PONDERACION			2.43
DEBILIDADES			
Ser nuevo en el mercado	0.18	3	0.54
No contar con un local propio	0.07	3	0.21
Endeudamiento	0.22	2	0.44
TOTAL, DEBILIDADES	0.47		
TOTAL, PONDERACION			1.0
TOTAL, TABLA	1.00		

Análisis situacional
Alexandra Palacios

Análisis.

En la tabla de matriz competitivo MEFI, podemos evidenciar que tenemos pocas debilidades llegando así a una ponderación de 2.43 en fortalezas y 1 en debilidades, esto nos da a entender que la empresa está en buen desarrollo.

Capítulo III

3.01. Análisis del consumidor.

Este estudio nos admitirá plantear interrogantes sobre el riesgo del producto o servicio que se pondrá al mercado, para identificar las necesidades actuales y futuras y la determinación de la demanda insatisfecha con esto poder identificar nuestros futuros clientes.

Según la UNID define al comportamiento del consumidor como “los actos, procesos y relaciones sociales mantenidas por individuos, grupos y organizaciones para la adquisición de productos y servicios” (pag.4)

3.0.1.01. Análisis de la población y muestra.

Población es un conjunto de todos los elementos que son objeto de estudio estadístico.

Muestra es un subconjunto extraído de la población, cuyo estudio sirve para deducir las características de toda población.

3.01.02.01. Características de la población.

El universo que tomaremos para realizar este proyecto, serán los habitantes del barrio de Pisulí, un sector que ha ido desarrollando ampliamente el cual se está trasformando en un lugar comercial donde se evidencia variedad de locales de diferentes actividades comerciales.

3.01.02.02. Tamaño de la muestra.

El tamaño de la muestra que corresponde a los habitantes de Pisuli es de 6.495 habitantes.

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizará la siguiente formula:

Tabla n.11

VARIABLE	SIGNIFICADO	DATOS
N	Número de población	6495
Z²	Nivel de confianza	1.96
e²	Margen de error	0.07%
P	Probabilidad de éxito	0.50
Q	Probabilidad de fracaso	0.50
N	Tamaño de la muestra	

Alexandra palacios

$$N = \frac{Z^2 N \cdot P \cdot Q}{E^2 (N-1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Los datos:

Cálculo de la muestra:

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 6495}{(0.07)^2(6495 - 1) + (1.96)^2 * (0.5) * 0.5}$$

$$N = \frac{(3.84).1623.75}{31.8206 + 0.9604}$$

$$n = \frac{6237.79}{32.781}$$

n= 192 encuestas

Análisis. Una vez realizado el tamaño de la muestra aplicando la formula correspondiente, se determinó que se debe realizar 192 encuestas en toda la población de Pisulí

3.01.03 Análisis de la información.

Para obtener información se utilizará deferentes técnicas las que nos ayudaran a saber el comportamiento de lo que se va a investigar y con esto poder realizar un análisis del proyecto.

3.01.04 La encuesta.

La encuesta es una técnica que nos permite conseguir información de los habitantes donde se va a realizar el estudio, los mismos que proveen opciones importantes para el estudio de mercado.

Los datos de la encuesta son muy importantes puesto que los datos obtenidos serán correctamente tabulados y resumidos en gráficos estadísticos para una presentación más detallada, ya que se utilizará gráficos circulares y porcentajes.

Esta técnica está orientada a cubrir las necesidades de los habitantes del sector de Pisulí, el cual cuenta con un mercado que se desarrolla de manera constante.

3.01.05 Análisis de la información.

❖ Encuesta

Tabla 11
Análisis de la Información

PREGUNTA	OBJETIVO
1. ¿Esta Ud. satisfecho con el servicio que prestan las farmacias del sector? SI NO	Determinar la demanda insatisfecha para en el sector de Pisuli.
2. ¿Qué Farmacia del sector Ud. frecuenta? Medicina Natural Medicina Convencional	Analizar que establecimiento prefieren los consumidores al momento de realizar la compra y poder aplicar estrategias al momento de poner en marcha el negocio
3. ¿Existe en el sector establecimientos de venta de productos naturales menciónelos?	Conocer si la población tiene cerca del sector establecimientos de productos naturales para así identificar la competencia de productos sustitutos
4. ¿Al momento de elegir un producto para el cuidado de su salud cuál es su preferencia? Medicina Natural Medicina Convencional	Identificar las preferencias de población de Pisuli donde se identificará si la gente prefiere la medicina natural o convencional
5. ¿Cuánto gasta al mes en productos de la salud y aseo personal? \$1 - \$9 \$10 - \$20 \$21 - \$30 \$31- \$40	Con este dato podemos identificar datos para conocer el promedio consumo de la población del sector.

6. ¿Cuál es el producto farmacéutico que Ud. más consume en una farmacia? Medicamentos Genéricos Medicamentos comerciales Vitaminas Productos para bebe Productos de limpieza	Con esta pregunta identificaremos que preferencia tienen los usuarios al momento de adquirir medicamentos.
7. ¿Cuáles son los factores que Ud. aprecia más al momento de realizar su compra en la farmacia? Buena Atención Productos de calidad Precios accesibles Variedad de stock	Analizar cuáles son las preferencias de los consumidores al momento de realizar su compra.
8. ¿Cuántas horas considera que se debe dar atención farmacéutica? 8 horas 12 horas 24 horas	Identificar los horarios de atención en el establecimiento farmacéutico.
9. ¿Se siente a gusto con el trato a la farmacia a la que Ud. acude? Si No	Conocer si la población de Pisuli está conforme con el trato de las farmacias del sector
10. ¿Usted recibe información sobre el medicamento que recibe? Si No	Identificar si los consumidores reciben información sobre los medicamentos para su buen uso.

Investigación Propia
Alexandra Palacios

Pregunta 1

Tabla 12

¿Esta Ud. satisfecho con el servicio que prestan las farmacias del sector?

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	62	32,29%
No	130	67,70%
Total	192	100%

Información de la encuesta
Alexandra Palacios

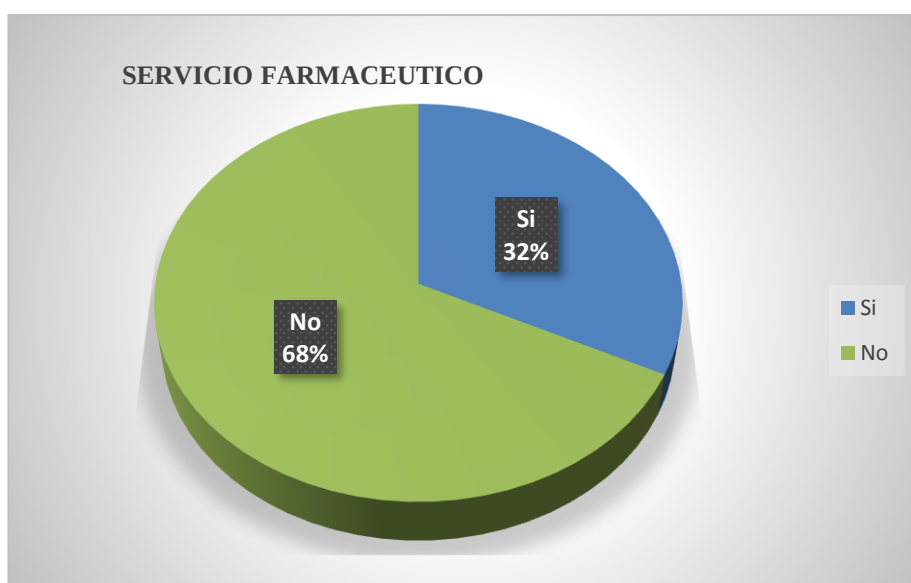


Figura 17: Pregunta 1
Alexandra Palacios
Encuesta

Análisis:

Un 68% de la población esta insatisfecha con la atención recibida en las farmacias del sector el motivo de esto es que las dependientes no les dan la debida información y no encuentran todos los medicamentos que necesitan y un 32% está satisfecho.

Pregunta 2

Tabla 13
¿Qué Farmacia del sector Ud. frecuenta?

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Comunitarias 1	125	47,17%
Farmacias don Pato	60	22,64%
Comunitarias 2	55	30,19%
Total	192	100,00%

Información de encuesta
Alexandra Palacios.

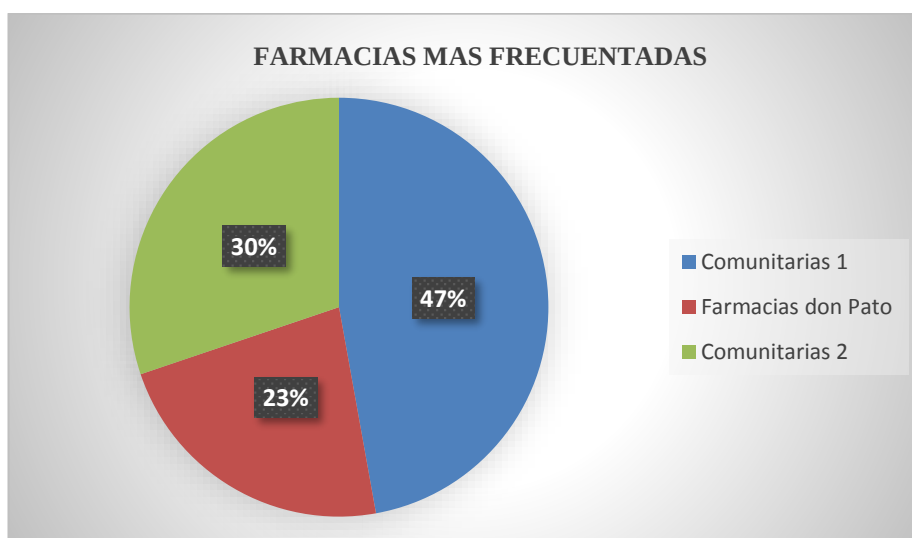


Figura 18: Pregunta 2
Alexandra Palacios
Encuesta

Análisis.

Un 47% de la población acude a realizar sus compras en la farmacia comunitaria 1 ya que es un punto estratégico porque tiene buena ubicación, esto se convierte en una amenaza ya que es el mismo punto donde se implementará la farmacia New Pharmacy.

Pregunta 3

Tabla 14
¿Existe en el sector establecimientos de venta de productos naturales menciónelos

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	0	0
No	192	100
Total	192	

Información de la encuesta
Alexandra Palacios



Figura 19: Pregunta 3
Alexandra Palacios
Encuesta

Análisis.

El sector no existe establecimientos que ofrezcan productos naturales ya que las personas que necesitan estos medicamentos tienen que movilizarse fuera del sector. Esto se convierte en una oportunidad para el negocio.

Pregunta 4

Tabla 15
¿Al momento de elegir un producto para el cuidado de su salud cuál es su preferencia?

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Medicina natural	78	40,63
Medicina convencional	114	59,38
Total	192	100,00

Información de la encuesta
Alexandra Palacios

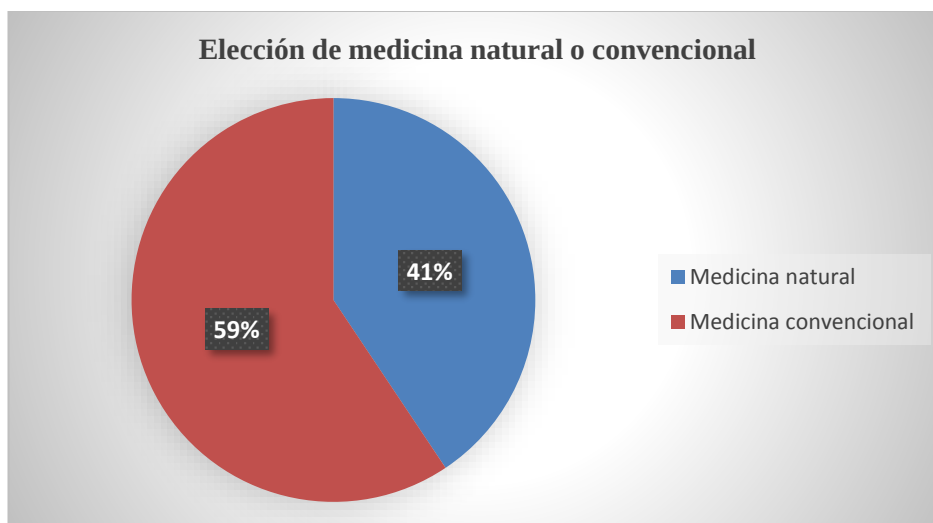


Figura 20: Pregunta 4
Alexandra Palacios
Encuesta

Análisis

En el sector de Pisuli la población prefiere la medicina convencional ya que para adquirir la medicina natural necesitan salir del su sector es una oportunidad para el negocio ya que podemos tener preferencia en las compras.

Pregunta 5

Tabla 16
¿Cuánto gasta al mes en productos de la salud y aseo personal?

Opciones	Respuesta	Porcentaje
\$1 - \$9	98	65%
\$10 – 20\$	753	48,43%
\$21 -30\$	49	25,52%
\$31 – 40\$	32	16,67%
\$41- 50\$	18	9,38%
Total	192	100,00%

Información de la encuesta
Alexandra Palacios

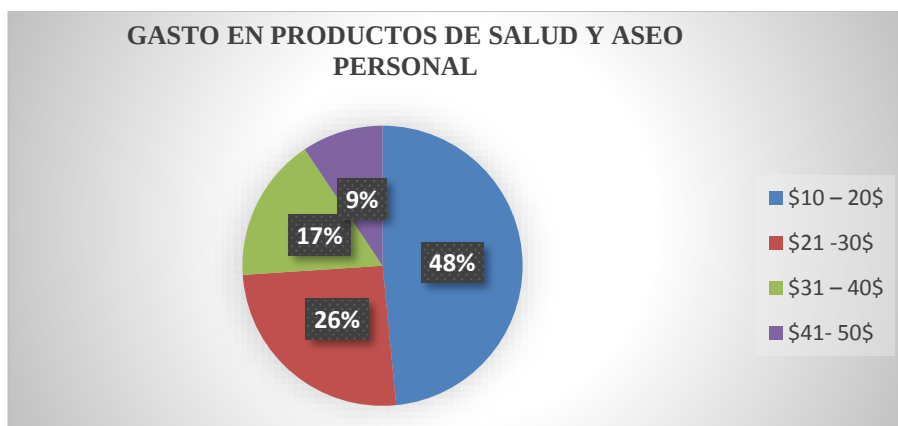


Figura 21: Pregunta 5
Alexandra Palacios
Encuesta

Análisis.

Da como resultado que en el sector de Pisuli la gente tiene un promedio de compra entre \$10 y \$20 dólares, con un porcentaje de 48%, seguida de un porcentaje de 26% donde nos indica que hay personas q invierten un poca más en medicamentos. Con estos datos podemos llegar a la conclusión de implementar estrategias para bajar los precios de los medicamentos esto se logrará dependiendo de las promociones de los distribuidores.

Pregunta 6

Tabla 17
¿Cuál es el producto farmacéutico que Ud. más consume en una farmacia?

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Medicamentos genéricos	64	33,33
Medicamentos comerciales	58	30,21
Vitaminas	37	19,27
Productos para bebe	18	9,38
Productos de limpieza	15	7,81
Total	192	100,00

Información de la encuesta
Alexandra Palacios

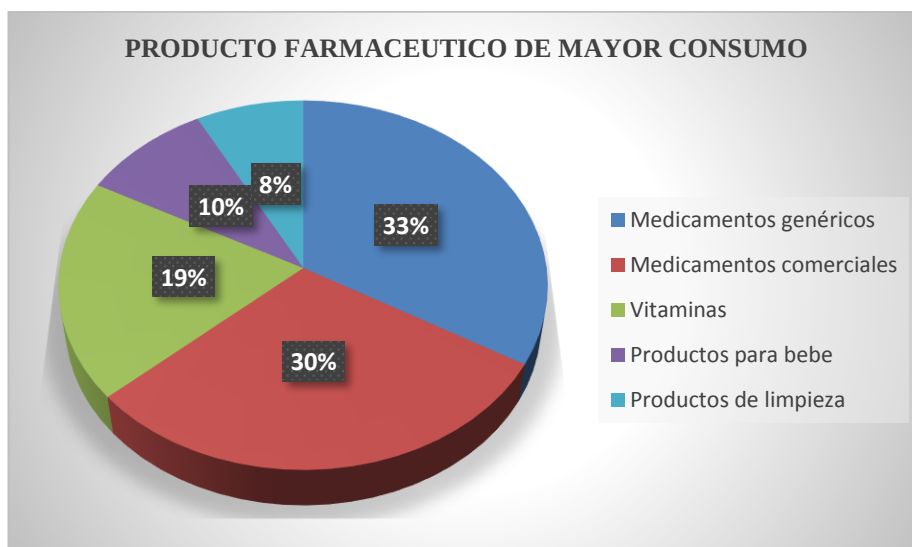


Figura 22: Pregunta 6
Alexandra Palacios
Encuesta

Análisis.

La pregunta 6 hace referencia a que clase de productos farmacéuticos consumen más las familias del sector da como resultado que un 30% prefiere los medicamentos comerciales, lo cual no da como resultado más rentabilidad para el negocio ya que estos tienen un precio más elevado.

Pregunta 7

Tabla 18

¿Cuáles son los factores que Ud. aprecia más en la atención farmacéutica?

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Buena atención	85	44,27
Productos de calidad	37	19,27
Precios accesibles	45	23,44
Variedad de stock	25	13,02
Total	192	100,00

Información de la encuesta
Alexandra Palacios

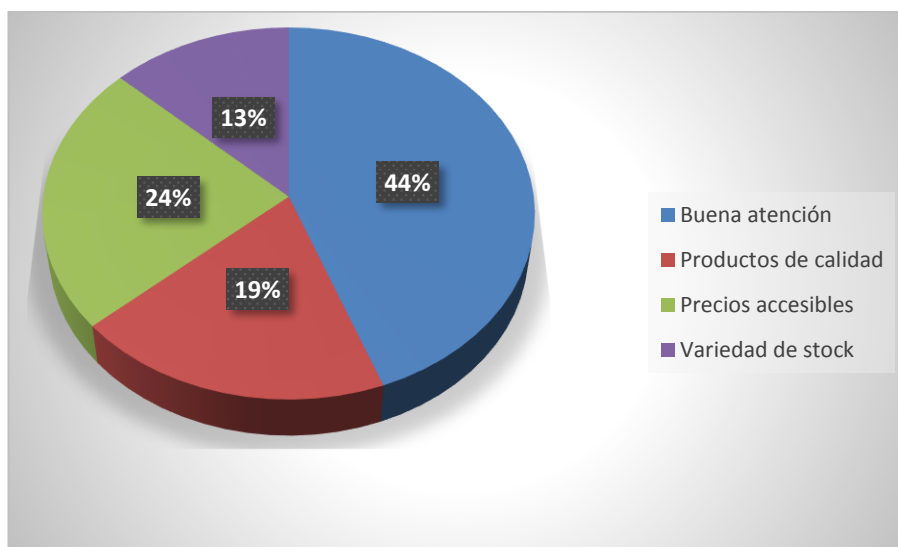


Figura 23: pregunta 7
Alexandra Palacios
Encuesta

Análisis.

En la pregunta siete los consumidores nos mencionan que lo que más aprecian al momento de adquirir sus medicamentos es la buena atención con un porcentaje de 44%, esto se tomara como referencia para poner en práctica en nuestro negocio y así tener ventas que sean de beneficio para el negocio.

Pregunta 8

Tabla 19
¿Cuánta hora considera que se debe dar atención en las farmacias?

Opciones	Respuesta	Porcentaje
8 horas	25	13,02
12 horas	120	62,50
24 horas	47	24,48
Total	192	100,00

Información de la encuesta
Alexandra Palacios

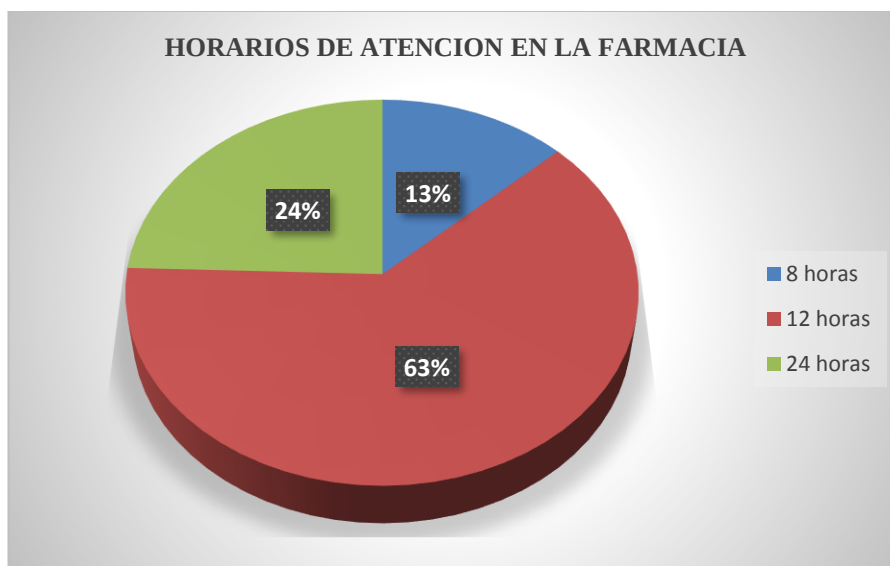


Figura 24: Pregunta 8
Alexandra Palacios
Encuesta

Análisis.

En el sector de Pisuli un 63% de las personas están conformes con la atención de 24 horas y un 24% optaron porque la atención sea de 24 horas, se tomará como referencia este dato ya que en la noche es cuando más se movilizan las personas porque son horas en las que retornan de sus trabajos.

Pregunta 9

Tabla 20

¿Se siente a gusto con el trato a la farmacia a la que Ud. acude

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	107	55,73
No	85	44,27
Total	192	100,00

Información de la encuesta
Alexandra Palacios



Figura 25: Pregunta 9
Alexandra Palacios
Encuesta

Análisis

La pregunta nos da un porcentaje de 56% donde las personas opinan que no se sienten a gusto con el trato brindado en la farmacia y un 44% que dice que si está de acuerdo porque en muchas ocasiones no pueden dirigirse a otro sector a comprar los medicamentos y los adquieren en las farmacias del sector

Pregunta 10

Tabla 21
¿Usted recibe información sobre el medicamento que recibe?

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Si	74	38,54
No	118	61,46
Total	192	100,00

Información de la encuesta
Alexandra Palacios

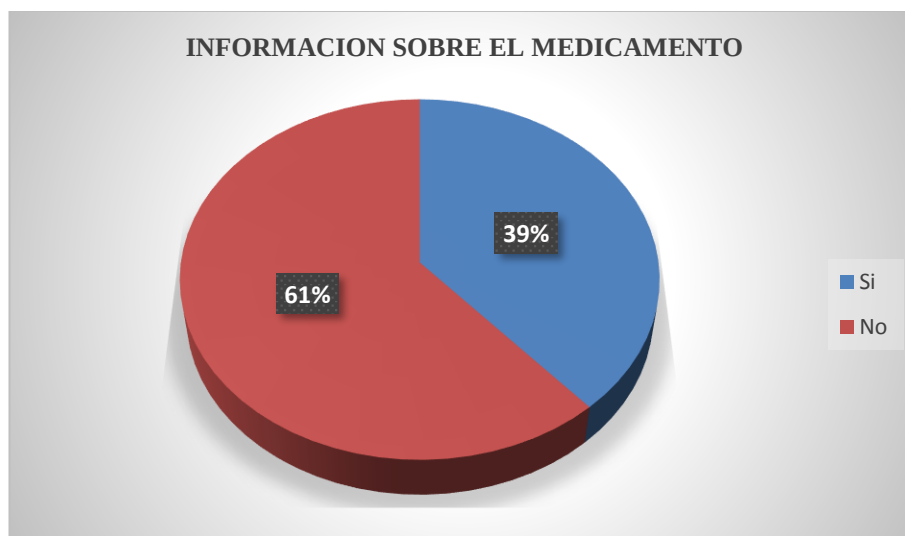


Figura 26: Pregunta 10
Alexandra Palacios
Encuesta

Análisis.

De toda la población solo un 61% no recibe información del medicamento que adquieren, esto se puede dar por muchas razones como los estudios que tengan los dependientes de la farmacia, esto se convierte en una fortaleza para nuestra empresa porque los estudios que tenemos como administradores de boticas y farmacias además de vender el medicamento podemos darles mayor información sobre estos.

3.02 Oferta

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que los productores están dispuestos a poder a disposición del mercado a un determinado precio. (Espejo, 2014)

Para realizar el correspondiente análisis de la oferta se toma en cuenta la competencia como la oferta del servicio a un precio determinado.

En el proyecto se analizará:

- ✓ Oferta Histórica
- ✓ Oferta actual
- ✓ Oferta proyectada

3.02.01 Oferta histórica.

En la oferta histórica se detalla, e indica el cálculo de los años anteriores para determinar el crecimiento que ha tenido el producto en el mercado.

Formula

Tabla 22
Fórmula para la Oferta Histórica

Cn	Oferta Histórica
Co	Oferta del año posterior al cálculo
I	Porcentaje del PIB

Investigación Propia
Alexandra Palacios

$$Cn = \frac{Co}{1+I}$$

Tabla 23
Valores de la Oferta Histórica

PIB SALUD	
ANOS	% PIB
2016	0,80
2015	4,00
2014	4,50
2013	2,30
2012	6,80

Investigación Propia
Alexandra Palacios

Tabla 24
Oferta Histórica

Total, Oferta Anual: \$ 936.366,17

OFERTA HISTÓRICA	FARMACIAS
2016	\$ 928.934,69
2015	\$ 900.352,09
2014	\$ 896.044,18
2013	\$ 915.313,95
2012	\$ 876.747,35

Investigación Propia
Alexandra Palacios

3.02.02 Oferta actual.

Tabla 25
Oferta actual

FARMACIACOMUNITARIA 1

VENTAS	DIARIO	TOTAL CONSUMO
LUNES	\$ 112,63	\$ 150,00
MARTES	\$ 118,47	\$ 192,00
MIERCOLES	\$ 130,00	\$ 130,00
JUEVES	\$ 120,00	\$ 120,00
VIERNES	\$ 180,00	\$ 180,00
SABADO	\$ 195,00	\$ 186,00
DOMINGO	\$ 195,48	\$ 195,48
		\$ 1.153,48
	VENTA DIARIO	\$ 164,78
	VENTA MENSUAL	\$ 4.943,49
	VENTA ANUAL	\$ 59.321,83

Investigación Propia
Alexandra Palacios

Tabla 26
Farmacia don Pato

FARMACIA DE DON PATO

VENTAS	DIARIO	TOTAL CONSUMO
LUNES	\$ 120,00	\$ 120,00
MARTES	\$ 110,00	\$ 110,00
MIERCOLES	\$ 115,25	\$ 115,25
JUEVES	\$ 132,45	\$ 132,45
VIERNES	\$ 120,00	\$ 132,00
SABADO	\$ 150,00	\$ 150,00
DOMINGO	\$ 130,00	\$ 130,00
		\$ 889,70
	diario	\$ 127,10
	VENTA MENSUAL	\$ 3.813,00
	VENTA ANUAL	\$ 45.756,00

Investigación Propia
Alexandra Palacios

Tabla 27
Farmacia Comunitaria 2

FARMACIA COMUNITARIAS DOS

VENTAS	DIARIO	TOTAL CONSUMO
LUNES	\$ 130,28	\$ 134,00
MARTES	\$ 120,75	\$ 145,00
MIERCOLES	\$ 145,81	\$ 146,00
JUEVES	\$ 200,32	\$ 175,00
VIERNES	\$ 128,45	\$ 128,45
SABADO	\$ 325,67	\$ 159,00
DOMINGO	\$ 387,48	\$ 195,91
		\$ 1.083,36
	VENTA DIARIO	\$ 154,77
	VENTA MENSUAL	\$ 4.642,97
	VENTA ANUAL	\$ 55.715,66

Investigación Propia
Alexandra Palacios.

Oferta Actual

Tabla 28
Oferta total actual

FARMACIAS COMPETIDORAS	ventas anuales
FARMACIA CMUNITARIA 1	\$ 59.321,83
FARNACIAS DON PATO	\$ 45.756,00
FARMACIA COMUNITARIA 2	\$ 55.715,66
TOTAL	\$ 160.793,49

Investigación Propia
Alexandra Palacios

3.02.03 Oferta Proyectada

El objetivo de la oferta proyectada es conocer cuánto venderán las farmacias en los próximos 5 años. se utilizara la siguiente formula.

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

Tabla 29
Porcentaje del PIB

	% PIB
2017	0,02
	0,0002

Investigación Propia
Alexandra Palacios

Tabla 30
Oferta Proyectada

\$ 160.793,49

OFERTA PROYECTADA	FARMACIAS
2018	\$ 160.825,64
2019	\$ 160.857,81
2020	\$ 160.889,98
2021	\$ 160.922,16
2022	\$ 160.922,16

Investigación Propia
Alexandra Palacios

Para la proyección de la oferta se tomará en cuenta el porcentaje del PIB del último año que corresponde a 3.68%.

3.03.01 Oferta Indirecta Histórica (Productos Sustitutos)

Todos aquellos que se relacionan de forma directa o que sirven para satisfacer la misma necesidad. Tomaremos como referencia el centro naturista a los que la población sacude con mayor frecuencia.

En la investigación se tomó en cuenta dos centros naturistas que se encuentran más cerca del sector.

Su fórmula es=

$$Cn = \frac{Co}{1+I}$$

Tabla 31
Oferta Histórica

\$ 70.810,46	
OFERTA HISTÓRICA	FARMACIA ADRIANITA
2016	\$ 70.796,30
2015	\$ 67.682,89
2014	\$ 63.373,49
2013	\$ 63.691,95
2012	\$ 62.627,28

Investigación Propia
Alexandra Palacios

Tabla 32
Porcentaje de PIB

AÑO	% PIB
2016	0,80
2015	4,00
2014	4,50
2013	2,30
2012	6,80

Banco Central del Ecuador
Alexandra Palacios

3.03.02. Oferta indirecta Actual

Tabla 33
Oferta Indirecta Actual

VENTAS	DIARIO	TOTAL CONSUMO
LUNES	\$ 47,00	\$ 120,00
MARTES	\$ 65,00	\$ 95,00
MIÉRCOLES	\$ 48,00	\$ 68,00
JUEVES	\$ 45,25	\$ 75,00
VIERNES	\$ 45,00	\$ 87,00
SÁBADO	\$ 83,00	\$ 83,00
DOMINGO	\$ 97,00	\$ 97,00
		\$ 625,00
	VENTA DIARIOL	\$ 89.29
	VENTA MENSUAL	\$ 2.678.57
	VENTA ANUAL	\$ 32.142,86

Investigación Propia
Alexandra Palacios

Tabla 34
Ventas de Centro Naturista

VENTAS	DIARIO	TOTAL CONSUMO
LUNES	\$ 75,00	\$ 67,00
MARTES	\$ 29,70	\$ 69,00
MIÉRCOLES	\$ 39,64	\$ 105,00
JUEVES	\$ 76,00	\$ 125,00
VIERNES	\$ 100,87	\$ 100,87
SABADO	\$ 97,00	\$ 130,00
DOMINGO	\$ 47,69	\$ 155,00
		\$ 751,87
	VENTA DIARIO	\$ 107,41
	VENTA MENSUAL	\$ 3.222,30
	VENTA ANUAL	\$ 38.667,60

Investigación Propia
Alexandra Palacios

Tabla 35
Oferta Actual Indirecta
OFERTA ACTUAL INDIRECTA

FARMACIAS COMPETIDORAS	porcentaje	ventas anuales
CENTRIO NATURIST A1	0,45	\$ 32.142,86
CENTRO NATURISTA 2	0,55	\$ 38.667,60
TOTAL	1	\$ 70.810,46

Investigación Propia
Alexandra Palacios

3.03.03 Oferta Indirecta Proyectada

$$Cn = Co(1 + i)^n$$

Tabla 36
Oferta Indirecta Proyectada

\$ 70.810,46

<i>OFERTA PROYECTADA</i>	<i>FARMACIAS</i>
2017	\$ 70.824,62
2018	\$ 70.838,78
2019	\$ 70.852,95
2020	\$ 70.867,12
2021	\$ 70.881,30

Investigación Propia
Alexandra Palacios

3.03.04 Oferta Global Actual

En el siguiente cuadro se tiene información tanto de la oferta directa e indirecta para tener una visión más clara.

Tabla 37
Oferta Global Actual

TOTAL, OFERTA GLOBAL ACTUAL

	FARMACIAS	C.NATURISTA	TOTAL
VENTAS ANUALES	\$ 160.793,49	\$ 70.810,46	\$ 231.603,94

Investigación Propia
Alexandra Palacios

3.03.05 Oferta global Histórica.

AÑO	% PIB
2016	0,80
2015	4,00
2014	4,50
2013	2,30
2012	6,80

Investigación Propia
Alexandra Palacios.

Tabla 38
Oferta Global Histórica
GLOBAL HISTORICA

Total, Oferta Anual:	\$ 231.603,94
OFERTA HISTÓRICA	FARMACIAS
2016	\$ 229.765,82
2015	\$ 219.661,39
2014	\$ 205.675,46
2013	\$ 206.709,01
2012	\$ 203.253,69

Investigación Propia
Alexandra Palacios

3.02.07 Oferta Global Proyectada

AÑO	% PIB
2017	0,02
	0,0002

Tabla 39
Oferta Global Proyectada
GLOBAL PROYECTADA

Total Oferta Anual:	\$ 231.603,94
OFERTA PROYECTADA	FARMACIAS
2017	\$ 231.650,26
2018	\$ 231.696,59
2019	\$ 231.742,93
2020	\$ 231.789,28
2021	\$ 231.835,64
2022	\$ 231.882,01

Investigación Propia
Alexandra Palacios

3.04 Demanda

La demanda es la cantidad de dinero que las personas gastan en productos farmacéuticos, esto se obtiene con los datos obtenidos de la pregunta cinco en el cual sabremos cual es el promedio de compras en una farmacia. (Paredes J. , 2012)

3.04.01. Demanda Histórica.

El cálculo de la demanda histórica es de mucha importancia para contar datos de tendencia de años anteriores

Se aplicará la siguiente formula:

$$Cn = \frac{Co}{1+I}$$

Donde:

C= Demanda Histórica

Co= Demanda del año Posterior al Cálculo

I= Porcentaje de Inflación y crecimiento de la población del año del cálculo.

Tabla 40
Inflación y Tasa de Crecimiento Demanda

AÑO	Inflación	tasa de crecimiento	%
2016	2,17	1,56	0,0373
2015	4	1,53	0,0553
2014	3,6	1,56	0,0516
2013	2,7	1,58	0,0428
2012	5,1	1,61	0,0671

Investigación Propia
Alexandra Palacios

Calculo de la demanda histórica:

Tabla 41

Demanda Histórica

Años	Crecimiento poblacional	Demanda Histórica
2016	3,73	\$ 439.282,71
2015	5,53	\$ 354.193,31
2014	5,16	\$ 304.571,06
2013	4,28	\$ 280.082,89
2012	6,71	\$ 262.471,08

Investigación Propia

Alexandra Palacios

3.04.02 Demanda Actual

Es la cantidad monetaria que los consumidores gastan en productos farmacéuticos, esto se calcula con los datos recogidos en la pregunta cinco en el cual se pide saber cuál es el promedio de consumo en medicamentos y productos para el cuidado de la salud.

Tabla 42

Pregunta uno para la Demanda

Opciones	Número de personas	Total
\$1 - \$ 9	85	44,27
\$10 – 20\$	46	23,96
\$21 -30\$	36	18,75
\$31 – 40\$	25	13,02
Total	192	100,00

Investigación Propia

Alexandra Palacios.

Tabla 43
Población

Población		6495
Promedio Hogares	\$	1.665,38
consumo promedio	\$	19,85
Demanda mensual	\$	33.057,88
Demanda anual/actual	\$	396.694,62

Valores de la demanda actual.

Alexandra Palacios

Análisis

Tomando en cuenta que la población del sector de Pisuli es de 6495 habitantes, esto se divide por el promedio consumo que es de 3.9 que conforman las familias en el Ecuador, se logró un resultado de 1655 familias en el sector. El promedio consumo es de \$19.85 esto se obtiene de las preguntas realizadas en la encuesta, alcanzando así una demanda mensual de 33.057 y una demanda anual de 396.694

3.04.03 Demanda Proyectada.

La demanda proyectada nos ayuda a tener conocimiento de la cantidad monetaria que el consumidor comprará en los próximos cinco años.

La demanda proyectada se calcula con la sumatoria de la inflación y la tasa de crecimiento poblacional.

Tabla 44
Demanda Proyectada

2017	2,17	1,56	3,73
			0,0373

Años	Crecimiento poblacional	Demanda Proyectada
2017	3,73	\$ 411.491,32
2018	1,36	\$ 426.839,95
2019	1,36	\$ 442.761,08
2020	1,36	\$ 459.276,07
2021	1,36	\$ 476.407,07
2022	1,36	\$ 494.177,05

Alexandra Palacios
INEC

3.05 Balance de Oferta - Demanda

El balance oferta y demanda es la diferencia que existe entre la oferta y la demanda, cada vez que la oferta sea menor que la demanda se puede considerar demanda potencial insatisfecha. Y esta cantidad es importante para calcular la factibilidad del proyecto (Lorenzo, 2014)

3.05.01 Balance Actual

El balance actual se lo adquiere restando la oferta de la demanda y de ese resultado obtenemos la demanda potencial insatisfecha de ese valor se saca el 62.5%, el cual fue obtenido de la encuesta pregunta numero 1 donde se obtiene el resultado de la satisfacción del cliente con la atención recibida en la farmacia.

Tabla 45
Demanda Insatisfecha

OFERTA GLOBAL	DEMANDA ACTUAL	DEMANDA INSATISFECHA
\$ 231.603,94	\$ 396.694,62	\$ -165.090,67

Alexandra Palacios
Encuesta

3.05.02 Balance proyectado

El balance Proyectado se obtiene restando la oferta global proyectada de la demanda actual proyectada y esto es el resultado de la demanda insatisfecha, de este valor se obtiene el 67.70% para encontrar las ventas proyectadas anuales

Tabla 46
Balance Proyectado

BALANCE OFERTA -DEMANDA PROYECTADA

AÑO	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA DE PROYECTO
2018	\$ 231.650,26	\$ 411.491,32	\$ -179.841,06	\$ -112.400,66
2019	\$ 231.696,59	\$ 426.839,95	\$ -195.143,36	\$ -121.964,60
2020	\$ 231.742,93	\$ 442.761,08	\$ -211.018,15	\$ -131.886,34
2021	\$ 231.789,28	\$ 459.276,07	\$ -227.486,79	\$ -142.179,24
2020	\$ 231.835,64	\$ 476.407,07	\$ -244.571,43	\$ -152.857,14
2023	\$ 231.882,01	\$ 494.177,05	\$ -262.295,04	\$ -163.934,40

Alexandra Palacios
Investigación Propia

Capítulo IV

4.01 Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto hace referencia a la cantidad del producto o servicio, podemos definir en función de su capacidad de producción de bienes o prestación de servicios, en un periodo de tiempo determinado (Tomas, 2014)

4.01.01 Capacidad instalada.

Hace referencia a la infraestructura necesaria para producir bienes o brindar algún servicio. Se requiere de: recurso físico, tecnológico, humano y productos terminados.

Tomando en cuenta lo indicado la farmacia “NEW PAHRMACY” contará con un área de 40m² según lo establecido en el reglamento de control y funcionamiento de establecimientos farmacéuticos.

La farmacia será de una sola planta y se dividirá en varias áreas tanto administrativa como operativa.

Área administrativa. _ es un área donde se optimiza todos los recursos con los que la empresa cuenta.

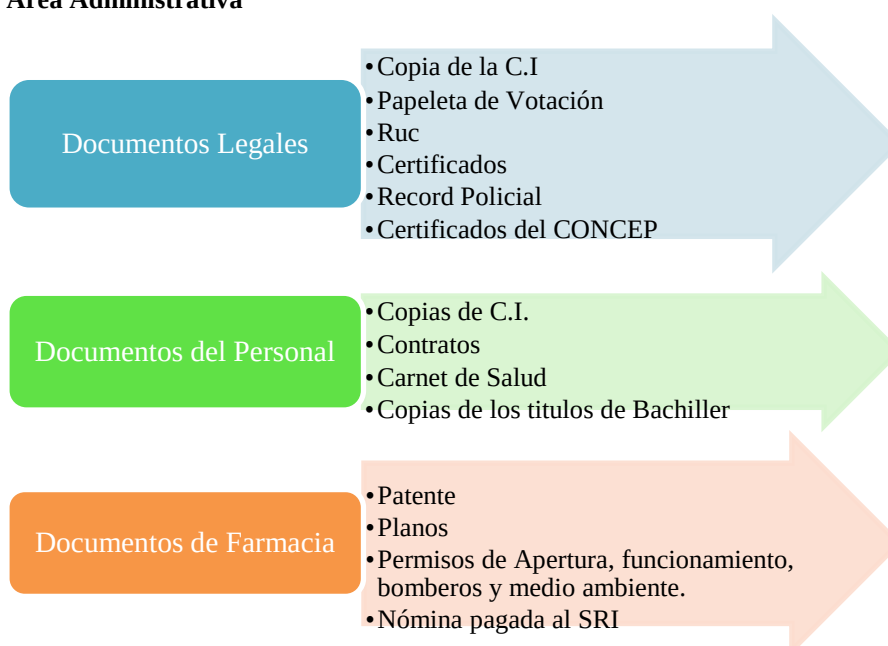
Selección, Adquisición, Almacenamiento, Control de inventario.

Área operativa. _ es un área donde se genera acción.

Recepción, dispensación, expendio y facturación.

1.01.01.01 Área Administrativa.

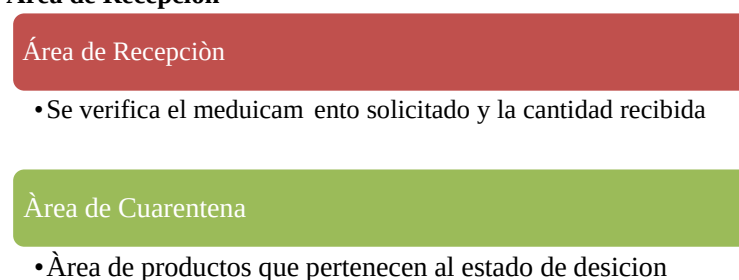
Tabla 47
Área Administrativa



Alexandra Palacios
Investigación Propia

1.01.01.02 Área de Recepción

Tabla 48
Área de Recepción



Alexandra Palacios
Investigación Propia.

4.01.01.03 Área de almacenamiento.

Tabla 49

Área de Almacenamiento

Área de productos controlados

- **Psicotrópicos**
- **Estupefacientes**
- **Precursores Químicos**
- **Sustancias químicas específicas**
- Fármacos que corrigen trastornos o enfermedades que afectan al SNC
- Sustancias naturales derivadas del opio
- Purificadores de drogas
- Forman parte de un fármaco

Área de productos Refrigerados	➤ Vacunas ➤ Toxoide	➤ Producto biológico ➤ Sustancia que produce inmunidad
Área de colirios	➤ Medicamentos de uso tópico para enfermedades oculares.	
Área de productos Higroscópicos	➤ Medicamentos que en condiciones normales ➤ Captan la humedad del ambiente.	
Área de productos termo sensibles	➤ Medicamentos sensibles a la luz.	
Área de insumos	➤ Se encuentran gasas, jeringuillas, alcohol etc.	

Alexandra Palacios
Investigación Propia

1.01.01.03 Área de Dispensación y Expendio.

Tabla 50

Área de Dispensación y expendio

Área de Dispensacion	Área de Expendio
• EL auxiliar o dependiente espera la llegada del cliente • Servicio farmacéutico • Necesita de: Estante de caja y computador	• Entrega del producto farmacéutico • Necesita de perchas, vitrinas, góndolas

Alexandra Palacios
Investigación Propia

4.01.02 Capacidad Óptima

Consiste en el porcentaje de lo instalado en la empresa, es la que genera más rentabilidad para la organización.

Lo que se describe en la capacidad óptima es:

- Activos fijos, necesarios para la apertura del negocio
- Gastos sueldos y beneficios de los trabajadores.

Tabla 51
Capacidad Optima

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computador	1	1	280
lector de código	1	1	37
software	1		450
Impresora Matricial Epson Tm-u220 USB	1	105	105
TOTAL			872
OTROS EQUIPOS			
Nevera s	1	400	400
Higrómetro	1	30	30
letrero principal	1	350	350
Letrero de turno 35c m * 25 cm	1	25	25
Total			805
EQUIPOS DE OFICINA			
Calculadoras De Mesa Ms-20nc	1	10	10
Grapadora	1	2,25	2,25
Perforadora	1	3,2	3,2
Dispensador De Agua	1	30	30
Candados Marca Viro	3	20	60
teléfono inalámbrico	1	1	50
Extintor Pqs De 10 Libras Incluye Soporte	1	23,8	19,5
TOTAL			174,95
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio Operativo 150cm X 0.60cm Con Cajonera Para Oficina	1	35,4	35,4
Sillas Giratorias	1	11,2	11,2
Perchas de 5 divisiones	3	90	270

Góndola	1	75	75
Percha de pared	1	55	55
Taburete de plástico Bora- Bora	2	5	10
Basureros	3	8,75	26,25
Vitrinas stand	2	800	1600
TOTAL			2082,85
SUMINISTRO DE OFICINA			
Resma de papel bond	2	3,5	7
Esferos	5	0,35	1,75
Corrector Big	2	1,1	2,2
Grapas(caja)	4	0,4	1,6
Clips(Caja)	2	1,5	3
Tijeras	2	1	2
Marcadores	2	0,75	1,5
Carpetas archivadoras	4	3,25	13
Cuadernos universitarios	2	1,15	2,3
TOTAL			34,35
ÚTILES DE ASEO			
Escoba	2	1	2
Trapeador	1	2	2
Recogedor de basura	2	2,5	5
Papel higiénico * 4	1	1	1
Franelas 2*1	2	0,9	1
Desinfectante galón	1	5	5
Cloro Galón	1	9	9
Jabón liquido			5
Gel anti bacterial			5
			35
TOTAL			
			3969,15

Alexandra Palacios
Investigación propia

4.02 Localización.

Consiste en identificar el lugar correcto para la implementación del proyecto, tomando en cuenta aspectos importantes como: el acceso a servicios básicos y permisos municipales del sector que permitan un correcto funcionamiento. **(Palacios, 2008).**

4.02.01 Macro localización

Es el estudio de localización que tiene como intención encontrar la ubicación más idónea para el proyecto, Estableciendo sus características físicas he indicadores socioeconómicos más relevantes (Montalvan, 2012)

4.02.02 Micro- Localización

La micro- localización es el lugar exacto donde se ubicará el proyecto dentro de la macro- localización, siendo el lugar exacto donde se pueda cumplir los objetivos de la Farmacia. (Rodrigues, 2012)

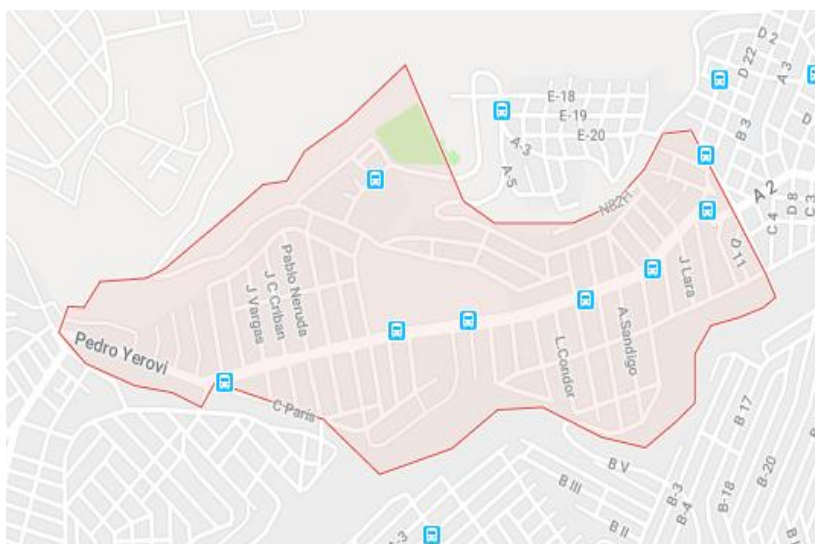


Figura 27: Micro localización
Alexandra Palacios
Investigación Propia

Análisis. - el sector en el que se va a llevar a cabo el estudio de factibilidad se ha determinado que existe un crecimiento poblacional y comercial en los últimos años ha creado la necesidad de incorporar un lugar que satisfaga las necesidades de salud de los habitantes de dicho sector.

4.02.03 Localización Óptima.

El procedimiento donde se fija la localización optima es utilizando la técnica cualitativa de peso el cual radica en definir los factores precisos para elegir la localizar optima, dándole así una calificación del 1 al 4 acuerdo con la importancia. (Jimenes P. , 2010)

Tabla 52
Factores de Localización

Factores de localización	Factores de Localización	Av. Internacional	Av. Pancho Villa
	Peso	Calificación	Ponderación
Vías peatonales de acceso	0,10	3	0,3
Servicio Básicos	0.30	4	1.20
Afluencia de personas	0.40	4	1.60
Otros Negocios	0.20	3	0.60
Locales de arriendo	0.20	3	0.60
TOTAL	0,1	4.30	2,9

Investigación Propia
Alexandra Palacios

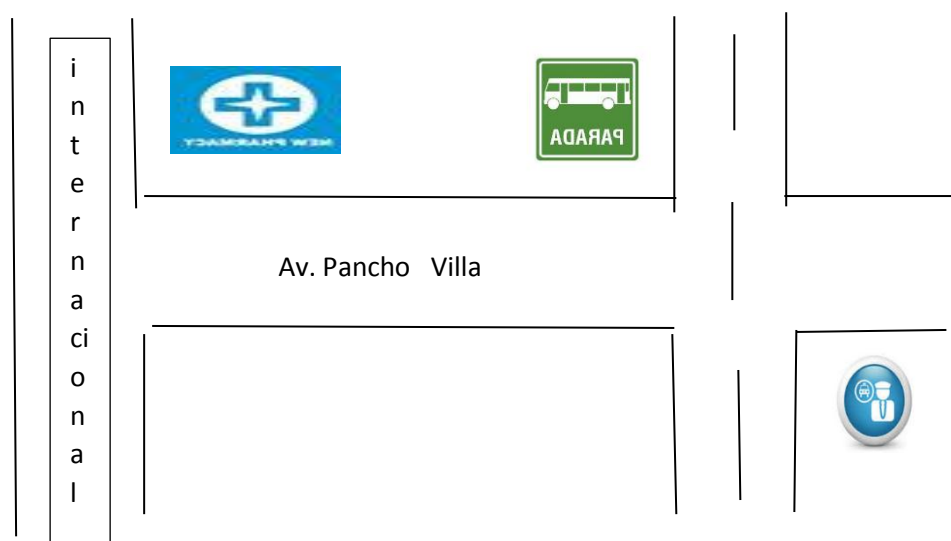


Figura 52. Localización Optima
Alexandra Palacios
Google Map

Análisis. - La farmacia New Pharmacy se ubica en el barrio Pisuli, en las calles internacional y pancho villa, ya que es un sitio estratégico. Debido a que existe una numerosa afluencia de personas y locales comerciales en el sector y cuenta con dos paradas principales de los buses de la cooperativa Paquisha.

4.03 Ingeniería del producto

Es el espacio encargado de ejecutar todos los cálculos precisos para establecer el consumo de materiales o recursos requeridos y tomando en cuenta aspectos que tengan in impacto para el negocio. (Sandoval, 2012)

4.03.01 Definición de Bienes y Servicios

Los bienes y servicios son el resultado de los esfuerzos humanos para satisfacer las necesidad y deseos de las personas que estos pueden ser tangibles e intangibles.

4.03.02 Distribución de planta

Hoy en día es importante implementar un diseño conveniente pertinente a la distribución de planta, ya que el mercado se halla en gran competitividad las principales características de una adecuada distribución son utilizar los espacios eficientemente, eliminar los cuellos de botella, implementar medidas de seguridad etc. . (Altamirano C. , 2011)

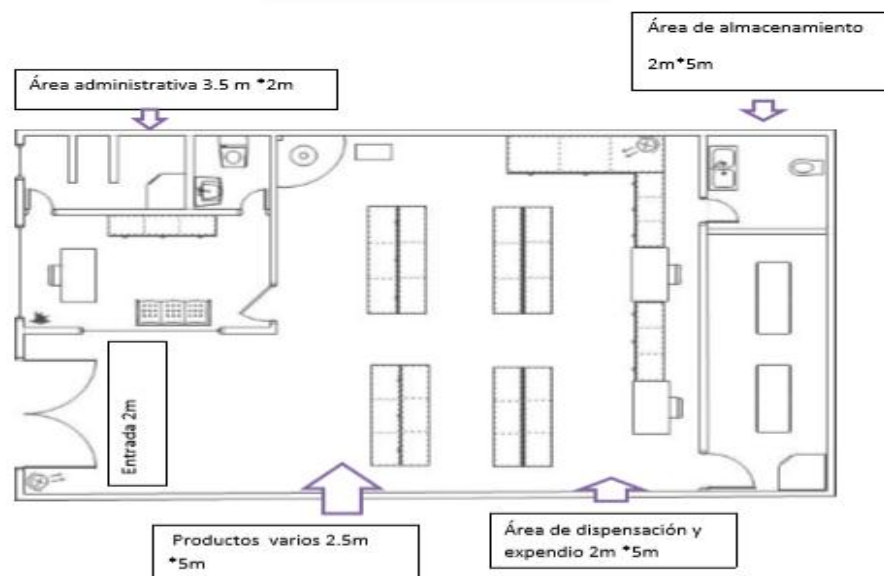


Figura 28: Distribución de Planta
Alexandra Palacios
Investigación Propia

4.03.03 Proceso Productivo

Se define al proceso productivo de una Farmacia como el conjunto de acciones orientadas a brindar un servicio para satisfacer las necesidades de los usuarios.

La estructura organizativa de una farmacia es:

Tabla 53

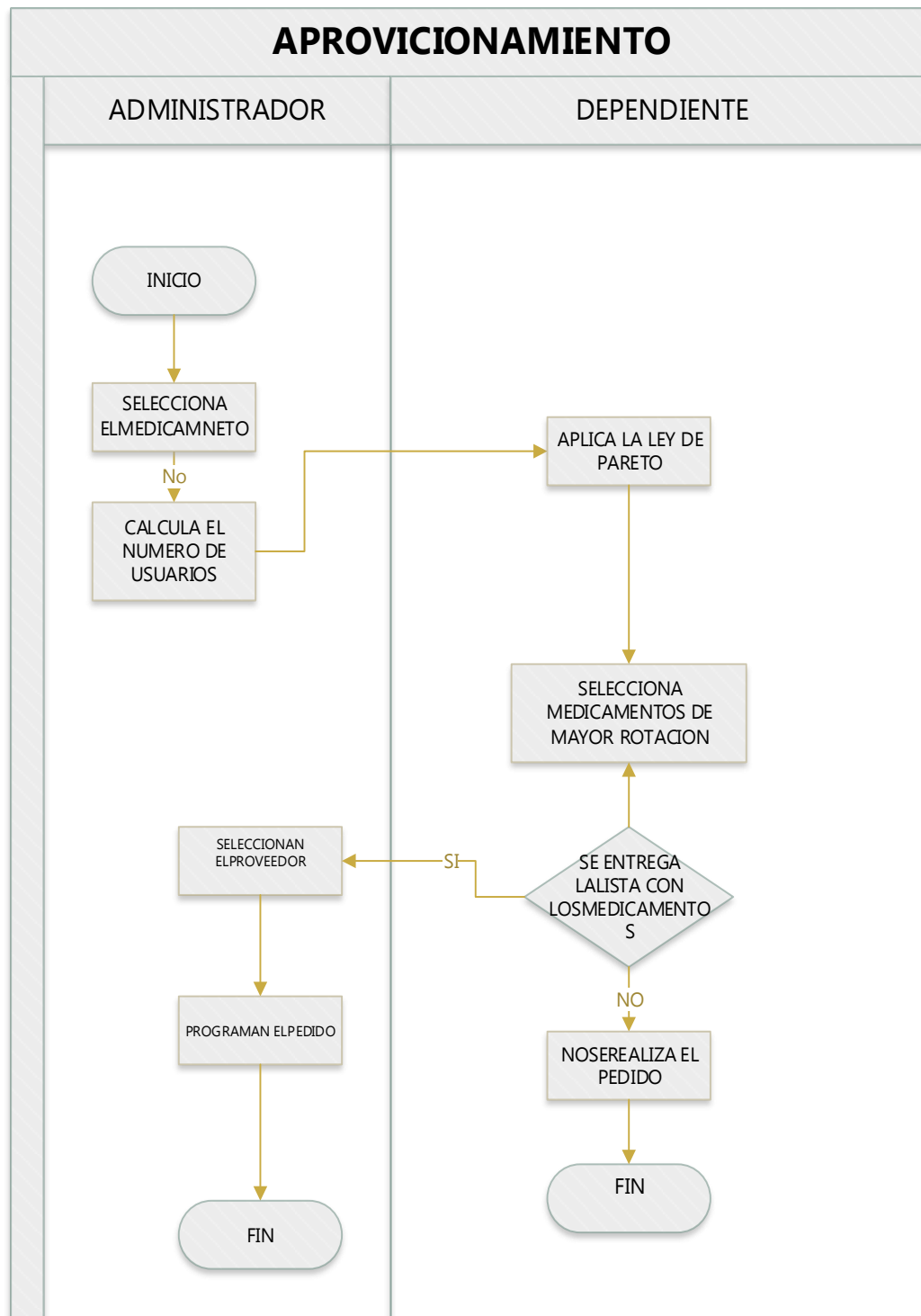
Proceso Administrativo

PROCESOS ADMINISTRATIVOS	PROCESOS OPERATIVOS
Aprovisionamiento	Recepción
Adquisición	Perchado
Almacenamiento y Distribución	Dispensación y Expendio
Control de Inventarios	Facturación

Alexandra Palacios
Investigación Propia

- Aprovisionamiento

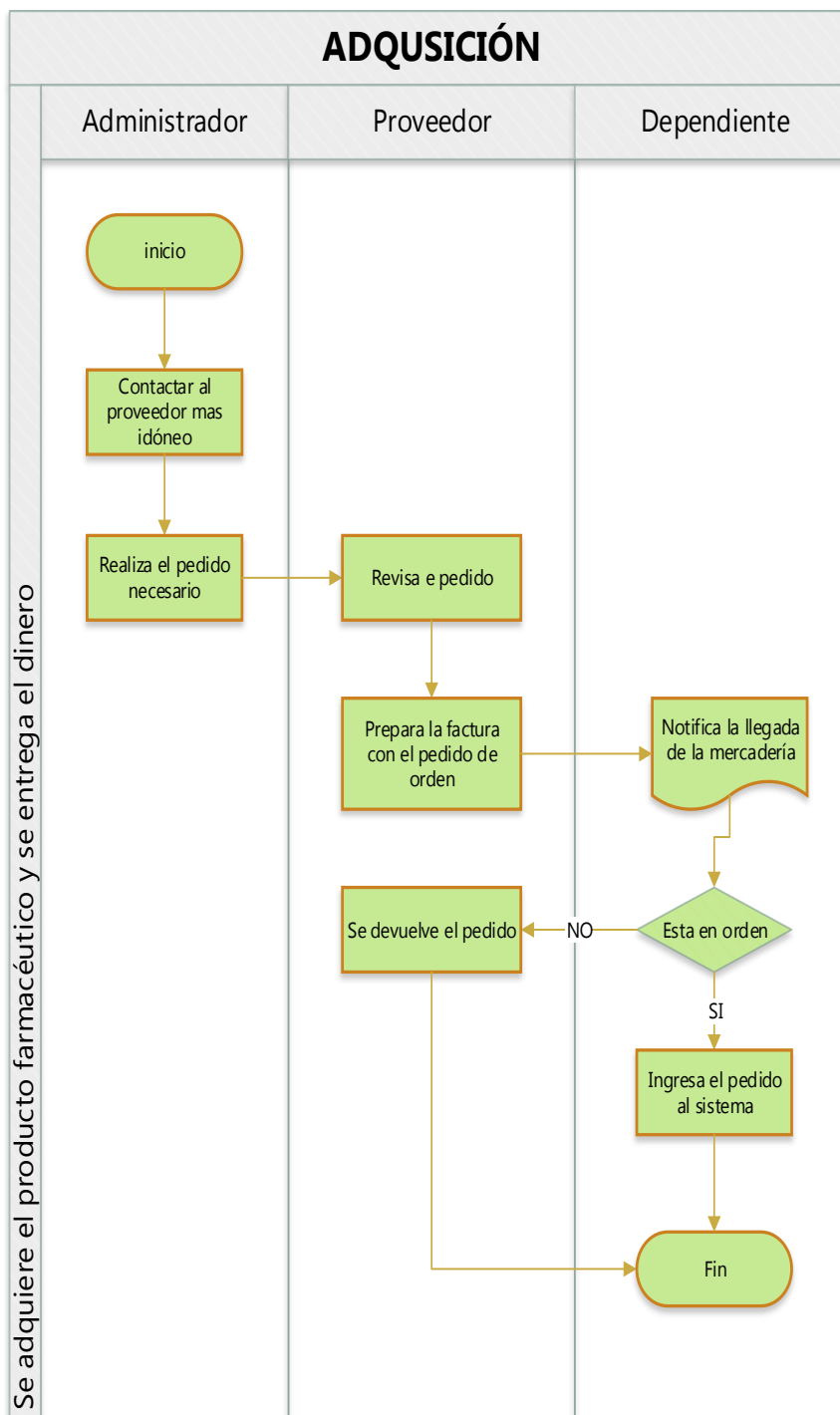
Tabla 54
Aprovisionamiento



Alexandra Palacios
Investigación Propia

- Adquisición

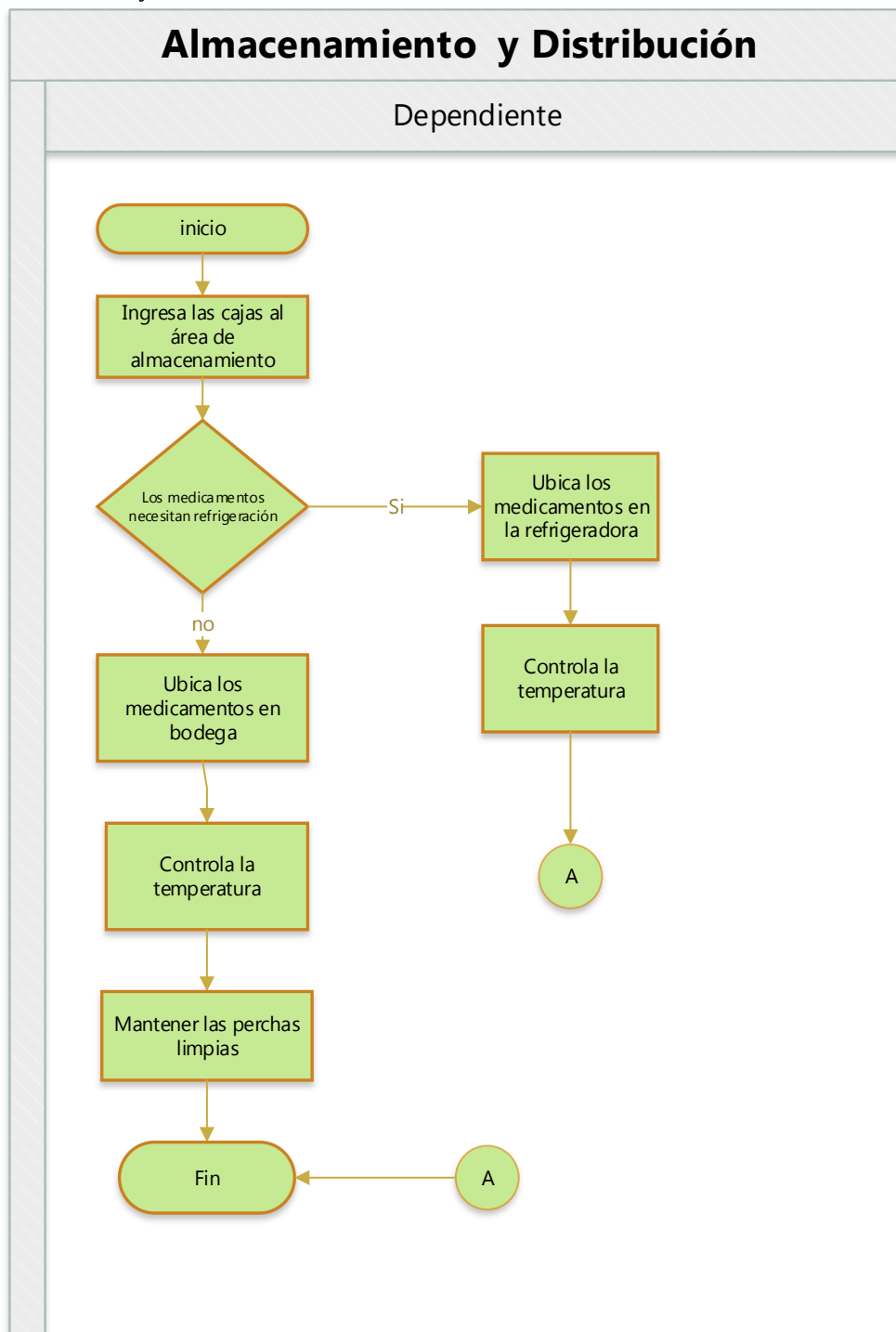
Tabla 55
Adquisición



Alexandra Palacios
Investigación Propia

- Almacenamiento y Distribución

Tabla 56
Almacenamiento y Distribución

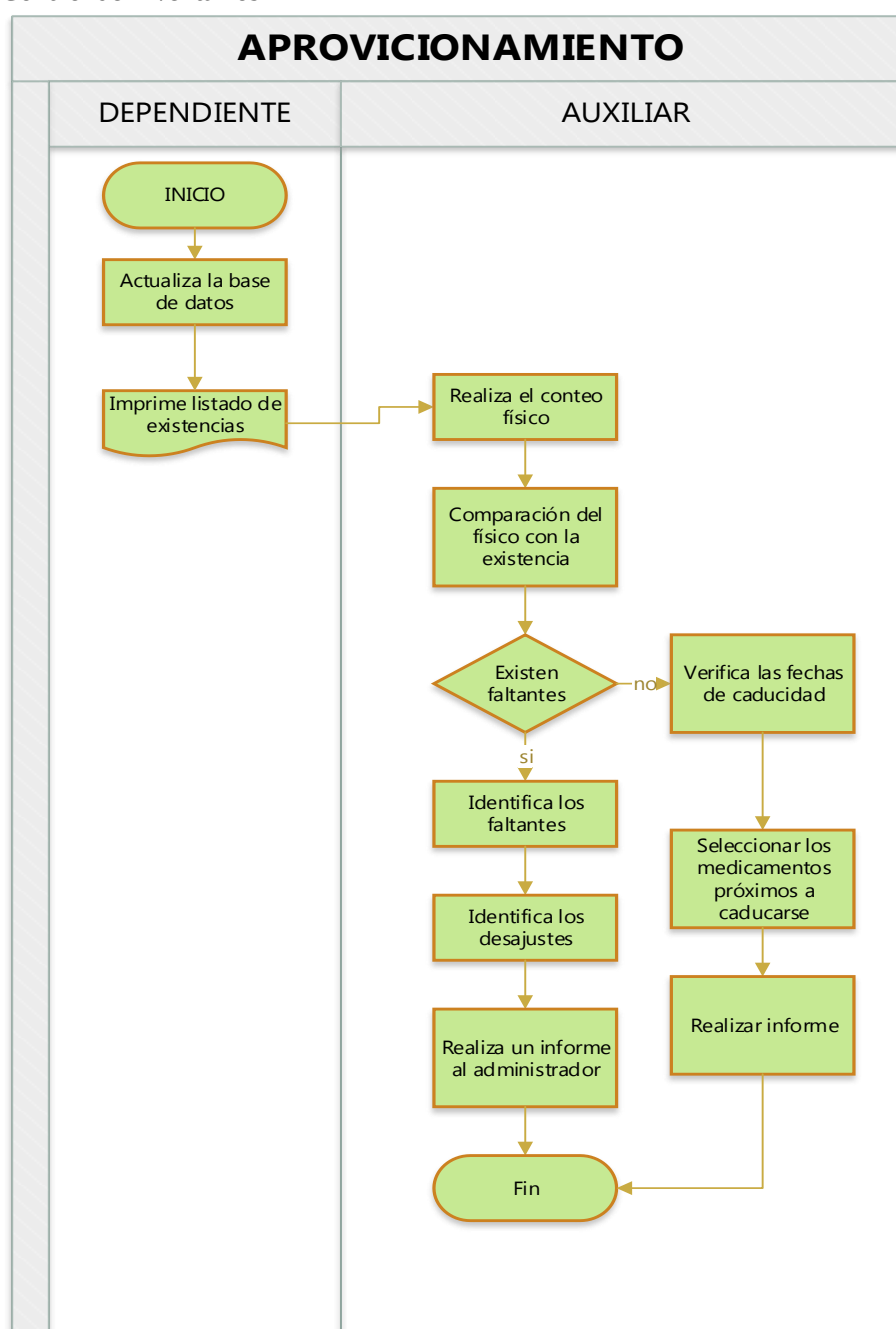


Alexandra Palacios
Investigación Propia

- **Control de Inventarios**

Proceso mediante el cual se verifica la existencia de los productos del Sistema en comparación con los productos físicos.

Tabla 57
Control de Inventarios

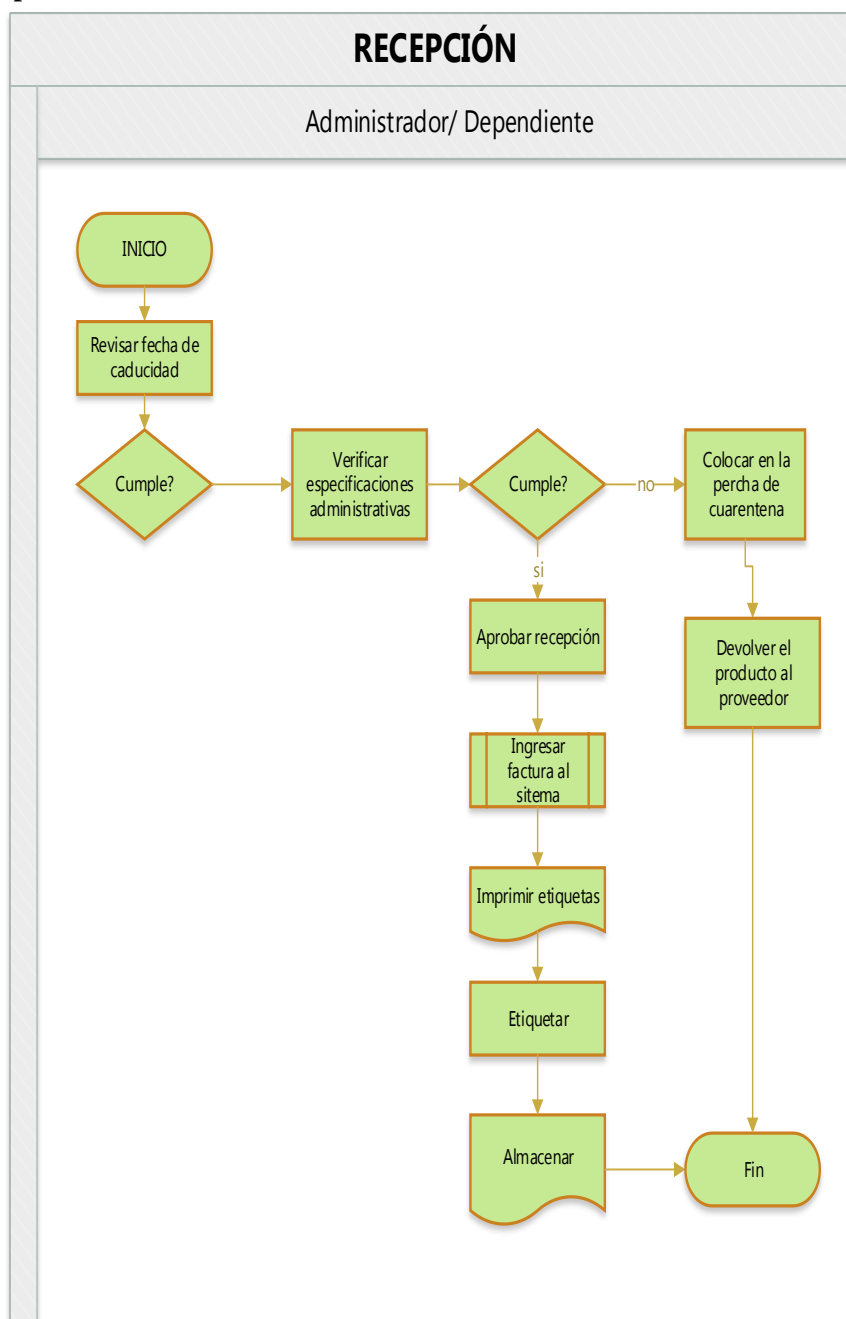


Alexandra Palacios
Investigación Propia

- **Recepción**

Consiste en verificar el pedido desde fecha de caducidad, lote, daños en el producto para tomar la decisión si se ubica en perchas o devuelve al proveedor.

Tabla 58
Recepción



Alexandra Palacios
Investigación Propia

- **Dispensación y expendio**

Radica en informar al cliente o usuario los aspectos importantes del medicamento que se está dispensado desde dosificación hasta efectos secundarios asegurando así el uso racional del medicamento.

4.03.04 Maquinaria.

En esta parte se determina todo y cada uno de los recursos materiales, equipos, y todo lo que sea utilidad para el funcionamiento de la farmacia.

Tabla 59
Maquinaria
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computador	1	1	280
lector de código	1	1	37
Software	1		450
Impresora Matricial Epson Tm-u220 Usb	1	105	105
TOTAL			872
OTROS EQUIPOS			
Nevera s	1	400	400
Higrómetro	1	30	30
letrero principal	1	350	350
Letrero de turno 35c m * 25 cm	1	25	25
Total			805

Alexandra Palacios
Investigación Propia

4.03.05 Equipo

Tabla 60

Equipo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computador	1	1	280
lector de código	1	1	37
Software	1		450
Impresora Matricial Epson Tm-u220 USB	1	105	105
Nevera s	1	400	400
higrómetro	1	30	30
letrero principal	1	350	350
Letrero de turno 35c m * 25 cm	1	25	25
Calculadoras De Mesa Ms-20nc	1	10	10
Grapadora	1	2,25	2,25
Perforadora	1	3,2	3,2
Dispensador De Agua	1	30	30
Candados Marca Viro	3	20	60
Teléfono Inalámbrico	1	1	50
Extintor Pqs De 10 Libras Incluye Soporte	1	23,8	19,5
Escritorio Operativo 150cm X 0.60cm Con Cajonera Para Oficina	1	35,4	35,4
Sillas Giratorias	1	11,2	11,2
Perchas de 3 divisiones	3	90	270
Góndola	1	75	75
Percha de pared	1	55	55
Taburete de plástico Bora- Bora	2	5	10
Basureros	3	8,75	26,25
Vitrinas stand	2	800	1600
Resma de papel bond	2	3,5	7
Esferos	5	0,35	1,75
Corrector Big	2	1,1	2,2
Grapas(caja)	4	0,4	1,6
Clips(Caja)	2	1,5	3
Tijeras	2	1	2
Marcadores	2	0,75	1,5
Carpetas archivadoras	4	3,25	13
Cuadernos universitarios	2	1,15	2,3
Escoba	2	1	2
Trapeador	1	2	2
Recogedor de basura	2	2,5	5
Papel higiénico * 4	1	1	1
Franelas 2*1	2	0,9	1
Desinfectante galón	1	5	5
Cloro Galón	1	9	9
Jabón liquido			5
Gel anti bacterial			5

Alexandra Palacios
Investigación Propia

Capítulo V

5.01 Ingresos Operacionales y no Operacionales

Toda empresa cuenta con dos tipos de ingresos que son los operacionales y los no operacionales.

Los ingresos operacionales son la principal actividad económica de toda empresa.

Los no operacionales son los que no están relacionados directamente con la actividad económica de la empresa. (Gerencia.com, 2012)

Tabla n°
Ingresos Operacionales

Tabla 61
Ingresos Operacionales

Ingresos Operacionales	
Posibles consumidores	6495,00
promedio hogares	\$ 1.665,38
promedio mensual	\$ 19,85
Total mensual	\$ 33.057,88
Total anual	\$ 396.694,62
Demanda insatisfecha	\$ -165.090,67
Demanda insta del proyecto	\$ -103.181,67
Promedio ventas mensuales	\$ 8.598,47

Investigación Propia
Alexandra Palacios

5.02 Costos y Gastos

5.02.01 Costos Directos.

Los costos directos son los que intervienen directamente en la producción del servicio o producto.

Materia prima: es el importe que se destina para la compra de los productos farmacéutico que serán vendidos en el establecimiento.

5.01.02 Costo indirecto

Proviene de los gastos técnicos y administrativos que se tiene necesidad de realizar para la elaboración de un proceso productivo.

Tabla 62
Costo Indirecto

COSTO INDIRECTO

COSTO INDIRECTO	VALORES
Útiles de Aseo	\$ 35,00
Servicios Básicos	\$ 53,00
TOTAL MENSUAL	\$ 88,00
TOTAL ANUAL	\$ 1.056

Investigación Propia
Alexandra Palacios.

5.02.03 Gastos Administrativos.

Tabla 63**Gastos Administrativos**

GASTOS ADMINISTRATIVOS	MENSUAL	ANUAL
honorarios de bioquímico	\$ 170,00	\$ 2.040,00
Depreciación. muebles y enseres	\$ 248,02	\$ 248,02
Depreciación. equipo de oficina	\$ 60,74	\$ 60,74
Depreciación. equipo de computación	\$ 493,33	\$ 493,33
Gastos de amortización	\$ 815,44	\$ 815,44
Permisos de funcionamiento	\$ 54,00	\$ 54,00
Servicios básicos telef., internet	\$ 77,00	\$ 924,00
Arriendo	\$ 180,00	\$ 1.800,00
Útiles de aseo	\$ 70,35	\$ 844,20
TOTAL	\$ 2.168,88	7.279,73

Investigación Propia

Alexandra Palacios

Detalle:✓ **Permisos de funcionamiento****Tabla 64****Permisos de Funcionamiento****PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO**

DESCRIPCION	MENSUAL	ANUAL
Permiso de funcionamiento	\$ 54,00	\$ 648,00
Patente municipal	\$ 90,00	\$ 1.080,00
Permiso de bomberos	\$ 25,00	\$ 300,00
TOTAL	\$ 169,00	\$ 2.028,00

Investigación Propia

Alexandra Palacios

✓ Servicios Básicos

Tabla 65
Servicios Básicos

SERVICIOS BASICOS		
DESCRIPCION	MENSUAL	ANUAL
Luz	\$ 24,00	\$ 288,00
Agua	\$ 15,00	\$ 180,00
Teléfono	\$ 13,00	\$ 156,00
Internet	\$ 25,00	\$ 300,00
TOTAL	\$ 77,00	\$ 924,00

Investigación Propia
Alexandra Palacios

✓ Arriendo

Tabla 66
Arriendo

DESCRIPCION	MENSUAL	ANUAL
ARRIENDO	150	1800

Investigación Propia
Alexandra Palacios

✓ Suministro de oficina.

Tabla 67
Suministros de Oficina

SUMINISTRO DE OFICINA				
ITEM	DESCRIPCION	CANT	P.UNITARIO	P.TOTAL
1	RESMA DE PAPEL BOND	4	\$ 3,50	\$ 14,00
2	ESFEROS	12	\$ 0,35	\$ 4,20
3	LAPICES	12	\$ 0,25	\$ 3,00
4	BORRADORES	3	\$ 0,20	\$ 0,60
5	CORRECTOR BIC	3	\$ 1,65	\$ 4,95
6	GRAPAS (CAJA)	6	\$ 0,40	\$ 2,40
7	CLIPS (CAJA)	2	\$ 1,50	\$ 3,00
10	MARCADORES	3	\$ 0,75	\$ 2,25
11	CARPETAS ARCHIVADORAS	6	\$ 6,50	\$ 39,00
12	CUADERNO UNIVERSITARIO	3	\$ 1,20	\$ 3,60
13	GOMA EN BARRA	2	\$ 0,80	\$ 1,60
	TOTAL SUMINISTRO DE OFICINA			\$ 78,60

Investigación Propia
Alexandra Palacios

✓ Útiles de Aseo

Tabla 68
Útiles de Aseo

UTILES DE ASEO				
ITEM	DESCRIPCION	CANT	P.UNITARIO	P.TOTAL
1	ESCOBA	2	\$ 1,00	\$ 2,00
2	TRAPEADOR	2	\$ 1,50	\$ 3,00
3	RECOGEDOR DE BASURA	2	\$ 1,00	\$ 2,00
4	BALDE PARTRAPEADOR	1	\$ 3,00	\$ 3,00
5	FRANELA	3	\$ 1,50	\$ 4,50
6	DESINFECTANTE LITRO	4	\$ 3,25	\$ 13,00
7	COLOR GALON	2	\$ 1,75	\$ 3,50
8	DETERGENTE CICLON	2	\$ 3,80	\$ 7,60
9	JABON LIQUIDO	2	\$ 2,95	\$ 3,25
10	PAPELHIGIENICO X 24	2	\$ 6,75	\$ 13,50
11	GEL ANTIBACTERIAL	3	\$ 3,00	\$ 9,00
12	FUNDAS DE BASURA X 12	6	\$ 1,00	\$ 6,00
	TOTAL UTILES DE ASEO			\$ 70,35

Investigación Propia
Alexandra Palacios

5.02.04 Gastos de ventas

Cuentas que permiten poner el producto o servicio a soltura de los clientes.

En el caso de la Farmacia son aquellos rubros que se utilizan para que los productos farmacéuticos que se expenden en las entidades sean obtenidos por los clientes o usuarios.

Tabla 69
Gastos de Ventas

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
HOJAS VOLANTES	1000	40	0,04
ACO DE GLOBOS	200	20	0,1
IMPULSADORA	6	180	30
MUSICA PARLANTE	6	180	30
CARITAS PINTADAS AL DIA	6	120	20
TOTAL		540	80,14

Investigación Propia
Alexandra Palacios

5.02.05 Gastos financieros

Tabla 70
Gastos Financieros

Capital	20.000,00	Interés 1er Año	3.342,39
Tasa de interés	16.06%	Interés 2do Año	2.187,62
Tiempo	36 meses	Interés 3er Año	825,88
Pago Mensual	\$815,44		
		TOTAL, INTERES	6.355,89

Investigación Propia
Alexandra Palacios

5.02.06 Costos Fijos y Variables.

Costos Fijos. _ Los costos fijos no son sostenibles en un periodo específico, no dependen de la cantidad de bienes o servicios producidos durante el mismo periodo ejemplo: pago de arriendo de instalaciones, arriendo, (Antezana, 2014)

Costos Variables. _Son aquellos que tienden a fluctuar en proporción al volumen de producción o venta, por ejemplo, la materia prima directa, mano de obra directa etc. (Altamirano J. , 2012)

Tabla 71
Costos Fijos y Variables

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

descripción	costos fijos	costos variables	costos totales
costo de ventas	\$ -	63.138,56	\$ 63.138,56
gasto de ventas	\$ 452,75	\$ 924,00	\$ 1.376,75
gasto administrativo	\$ 7.168,02		\$ 7.168,02
gasto financiero	\$ 2.809,11		\$ 2.809,11
total	\$ 10.429,88	\$ 64.062,56	\$ 74.492,44

Investigación Propia
Alexandra Palacios

5.03 Inversiones

5.03.01 Inversión Fija

Este rubro se agrupa en tangible e intangible, que van ayudar al proyecto en la fase operativa.

5.03.01.01 Activos fijos

Tabla 72
Activos Fijos

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computador	1	1	280
lector de código	1	1	37
Software	1		450
Impresora Matricial Epson Tm-u220 USB	1	105	105
TOTAL			872
OTROS EQUIPOS			
Nevera s	1	400	400
Higrómetro	1	30	30
letrero principal	1	350	350
Letrero de turno 35c m * 25 cm	1	25	25
Total			805
EQUIPOS DE OFICINA			
Calculadoras De Mesa Ms-20nc	1	10	10
Grapadora	1	2,25	2,25
Perforadora	1	3,2	3,2
Dispensador De Agua	1	30	30
Candados Marca Viro	3	20	60
Teléfono Inalámbrico	1	1	50
Extintor Pqs De 10 Libras Incluye Soporte	1	23,8	19,5
TOTAL			174,95
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio Operativo 150cm X 0.60cm Con Cajonera Para Oficina	1	35,4	35,4
Sillas Giratorias	1	11,2	11,2
Perchas de 3 divisiones	3	90	270
Góndola	1	75	75
Percha de pared	1	55	55
Taburete de plástico Bora- Bora	2	5	10
Basureros	3	8,75	26,25
Vitrinas stand	2	800	1600

TOTAL			2082,85
SUMINISTRO DE OFICINA			
Resma de papel bond	2	3,5	7
Esferos	5	0,35	1,75
Corrector Big	2	1,1	2,2
Grapas(caja)	4	0,4	1,6
Clips(Caja)	2	1,5	3
Tijeras	2	1	2
Marcadores	2	0,75	1,5
Carpetas archivadoras	4	3,25	13
Cuadernos universitarios	2	1,15	2,3
TOTAL			34,35
ÚTILES DE ASEO			
Escoba	2	1	2
Trapeador	1	2	2
Recogedor de basura	2	2,5	5
Papel higiénico * 4	1	1	1
Franelas 2*1	2	0,9	1
Desinfectante galón	1	5	5
Cloro Galón	1	9	9
Jabón liquido			5
Gel anti bacterial			5
TOTAL GENERAL			35
			3969,15

Investigación Propia
Alexandra Palacios

5.03.01.02 Activo nominales (diferidos.

Por su naturaleza no pueden considerarse como consumidos íntegramente, es por eso que se van difiriendo para el tiempo.

Tabla 73
Activos Nominales

ACTIVOS DIFERIDO	
OTROS ACTIVOS	
Patente	\$900
Permiso de funcionamiento	\$145
Total	\$1045

Investigación Propia
Alexandra Palacios

5.03.02 Capital de trabajo.

Se le conoce como Activo Corriente y es necesario para cubrir necesidades a corto plazo de las operaciones iniciales de la Farmacia.

Tabla 74
Presupuesto de Caja

PRESUPUESTO DE CAJA

CONCEPTO	CANTIDAD
Arriendo	\$ 180,00
Garantía del local comercial	\$200
Servicios Básicos	\$ 77,00
Sueldo Administrador	\$452,75
Sueldo Dependiente	\$377,48
Bioquímico	\$ 170,00
permiso de funcionamiento	\$ 54,00
TOTAL	\$ 1.511,23

Investigación Propia
Alexandra Palacios

Tabla 75
Capital de Trabajo

capital de trabajo

CAJA	\$ 1.511,23
BANCOS	\$ 2.300,00
MERCADERIA	\$ 36.160,25
TOTAL	\$ 39.971,48

Investigación Propia
Alexandra Palacios

5.03.03 Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos.

El proyecto será financiado:

- Préstamo bancario de \$ 20.000,00 USD, en el Banco Rumiñahui con una tasa de interés del 16.06%.
- Capital Social constituido por el aporte del Propietario de \$ 9.274,52 US

Tabla 76
Fuentes de Financiamiento

pasivo a largo plazo	\$ 20.000,00
patrimonio	\$ 9.274,52
	\$ 29.274,52

Investigación Propia
Alexandra Palacios.

5.03.04 Amortización de Financiamiento.

Tabla 77
Amortización y Financiamiento
Tabla Amortización

CAPITAL \$ 20.000,00		
INTERES	16,06%	1,34%
TIEMPO	36	(TRES AÑOS)

Investigación Propia
Alexandra Palacios

C= \$ 20.000,00

i =	0,013383333	
t =	36	
A =	C	$(1+i)^n * i$
		$(1+i)^n - 1$
A =	20.000	0,0215983
		0,613820638
A =	20.000	0,035186662
A =		\$ 703,73

Investigación Propia
Alexandra Palacios

Tabla 78
Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN

PERIODOS	CAPITAL	INTERES	PAGO	CAPITAL PAGADO
1	\$ 20.000,00	\$ 267,67	\$ 703,73	\$ 436,07
2	\$ 19.563,93	\$ 261,83	\$ 703,73	\$ 441,90
3	\$ 19.122,03	\$ 255,92	\$ 703,73	\$ 447,82
4	\$ 18.674,21	\$ 249,92	\$ 703,73	\$ 453,81
5	\$ 18.220,40	\$ 243,85	\$ 703,73	\$ 459,88
6	\$ 17.760,52	\$ 237,69	\$ 703,73	\$ 466,04
7	\$ 17.294,48	\$ 231,46	\$ 703,73	\$ 472,28
8	\$ 16.822,21	\$ 225,14	\$ 703,73	\$ 478,60
9	\$ 16.343,61	\$ 218,73	\$ 703,73	\$ 485,00
10	\$ 15.858,61	\$ 212,24	\$ 703,73	\$ 491,49
11	\$ 15.367,12	\$ 205,66	\$ 703,73	\$ 498,07
12	\$ 14.869,05	\$ 199,00	\$ 703,73	\$ 504,74
13	\$ 14.364,31	\$ 192,24	\$ 703,73	\$ 511,49
14	\$ 13.852,82	\$ 185,40	\$ 703,73	\$ 518,34
15	\$ 13.334,48	\$ 178,46	\$ 703,73	\$ 525,27
16	\$ 12.809,21	\$ 171,43	\$ 703,73	\$ 532,30
17	\$ 12.276,91	\$ 164,31	\$ 703,73	\$ 539,43
18	\$ 11.737,48	\$ 157,09	\$ 703,73	\$ 546,65
19	\$ 11.190,83	\$ 149,77	\$ 703,73	\$ 553,96
20	\$ 10.636,87	\$ 142,36	\$ 703,73	\$ 561,38
21	\$ 10.075,49	\$ 134,84	\$ 703,73	\$ 568,89
22	\$ 9.506,61	\$ 127,23	\$ 703,73	\$ 576,50
23	\$ 8.930,10	\$ 119,51	\$ 703,73	\$ 584,22
24	\$ 8.345,88	\$ 111,70	\$ 703,73	\$ 592,04
25	\$ 7.753,85	\$ 103,77	\$ 703,73	\$ 599,96
26	\$ 7.153,88	\$ 95,74	\$ 703,73	\$ 607,99
27	\$ 6.545,89	\$ 87,61	\$ 703,73	\$ 616,13
28	\$ 5.929,77	\$ 79,36	\$ 703,73	\$ 624,37
29	\$ 5.305,39	\$ 71,00	\$ 703,73	\$ 632,73
30	\$ 4.672,66	\$ 62,54	\$ 703,73	\$ 641,20
31	\$ 4.031,47	\$ 53,95	\$ 703,73	\$ 649,78
32	\$ 3.381,69	\$ 45,26	\$ 703,73	\$ 658,47
33	\$ 2.723,21	\$ 36,45	\$ 703,73	\$ 667,29
34	\$ 2.055,93	\$ 27,52	\$ 703,73	\$ 676,22
35	\$ 1.379,71	\$ 18,47	\$ 703,73	\$ 685,27
36	\$ 694,44	\$ 9,29	\$ 703,73	\$ 694,44
	\$ (0,00)	\$ 5.334,40	\$ 25.334,40	\$ 20.000,00

Investigación Propia
Alexandra Palacios

5.03.05 Depreciaciones

TABLA DE DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES

TOTAL	\$ 2.480,15	
DEP =	VC - VR	
	T	

Tabla 79

Depreciación de Muebles y Enseres

DEPRECIACION DEMUEBLES Y ENSERES

AÑOS	DEPRESIACIÓN	DEPRE, ACOMULADA	VALOR EN LIBROS
0			2480,15
1	248,02	248,02	2232,14
2	248,02	496,03	1984,12
3	248,02	744,05	1736,11
4	248,02	992,06	1488,09
5	248,02	1240,08	1240,08
6	248,02	1488,09	992,06
7	248,02	1736,11	744,05
8	248,02	1984,12	496,03
9	248,02	2232,14	248,02
10	248,02	2480,15	0,00

Investigación Propia

Alexandra Palacios

TABLA DE DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

TOTAL	\$ 1.480,00	
DEP =	VC - VR	
	T	

Tabla 80

Depreciación de Equipo de Computo

DEPRECIACION DE EQUIPOS DE COMPUTO

años	depreciación	depre acumulada	valor en libros
0			1480,00
1	493,33	493,33	986,67
2	493,33	986,67	493,33
3	493,33	1480,00	0,00

Investigación Propia

Alexandra Palacios

TABLA DE DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE OFICINA

VALOR	\$ 607,40	
DEP =	VC - VR	
	T	

Tabla 81

Depreciación de Equipo de Oficina

DEPRECIACION DE EQUIPOS DE OFICINA

Años	Depreciación	Depre Acumulada	valor en libros
0			607,40
1	60,74	60,74	546,66
2	60,74	121,48	485,92
3	60,74	182,22	425,18
4	60,74	242,96	364,44
5	60,74	303,70	303,70
6	60,74	364,44	242,96
7	60,74	425,18	182,22
8	60,74	485,92	121,48
9	60,74	546,66	60,74
10	60,74	607,40	0,00

Investigación Propia

Alexandra Palacios

GASTO DE AMORTIZACIÓN

Gastos de Constitución	\$ 655,48
VALOR	\$ 655,48
AMORTIZACIÓN =	VC - VR
	T
AMORTIZACIÓN =	\$ 655,48 /5
AMORTIZACIÓN =	\$ 131,10

Tabla 82
Gastos de Amortización

GASTOS DE AMORTIZACION

años	depreciación	depre acumulada	valor en libros
0			655,48
1	131,10	131,10	524,38
2	131,10	262,19	393,29
3	131,10	393,29	262,19
4	131,10	524,38	131,10
5	131,10	655,48	0,00

Investigación Propia
Alexandra Palacios

5.03.06 Estado de Situación Inicial.

Corresponde a uno de los estados Financieros del cual proporciona información al Inicio del Establecimiento Farmacéutico.

Formado por:

- ✓ **Activos:** Patrimonios que la organización posee y que pueden convertirse en efectivo.
- ✓ **Pasivos:** Son compromisos actuales que posee la Organización
- ✓ **Patrimonio:** Formado por conjunto de bienes de los socios, reservas y beneficios.

Tabla 83
Balance General Inicial

Farmacias New Pharmacy IV					
Balance general Inicial					
Al 1 de Junio del 2018					
Activos			Pasivo		
Activos corrientes		\$ 24.118,02	Pasivo Corriente		
Disponible		\$ 3.511,23			
Caja	\$ 1.511,23				
Bancos	\$ 2.000,00				
Exige					
Realizable		\$ 20.606,79			
Mercadería	\$ 20.606,79				
Activo Fijo/		\$ 4.806,50	Pasivo no corriente		\$ 20.000,00
Activo Tangible	\$ 0,00	\$ 4.716,50	Préstamo Bancario	\$ 20.000,00	
Equipo de Computación	\$ 1.480,00				
Equipo de Oficina	\$ 607,40		Pasivo Diferidos u otro pasivos		\$ 0,00
Útiles de Aseo	\$ 70,35				
Suministro de Oficina	\$ 78,60				
Muebles Enseres	\$ 2.480,15				
Intangible		\$ 90,00			
Patentes	\$ 90,00		Patrimonio		\$ 9.274,52
Activos Diferidos		\$ 350,00	Aportaciones	\$ 9.274,52	
Gastos de constitución	\$ 350,00				
Total Activos	\$ 29.274,52		Total Pasivo +Patrimonio =		\$ 29.274,52

Investigación Propia
Alexandra Palacios

5.03.07 Estado de Resultado Proyectado a 5 años.

Tabla 84
Estado de Perdidas Y Ganancia

Farmacias New Pharmacy IV					
Estado de pérdidas y Ganancias					
Al 1 de febrero del 2019					
	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas	\$112.400,66	\$ 121.964,60	\$ 131.886,34	\$ 142.179,24	\$ 152.857,14
Costo de Ventas	\$ 78.680,46	\$ 85.375,22	\$ 92.320,44	\$ 99.525,47	\$ 107.000,00
Utilidad Bruta	\$ 33.720,20	\$ 36.589,38	\$ 39.565,90	\$ 42.653,77	\$ 45.857,14
Gastos Ventas	\$ 11.556,00	\$ 16.340,20	\$ 16.963,14	\$ 17.610,44	\$ 18.283,06
Sueldo del Administrador	\$ 6.000,00	\$ 8.633,97	\$ 8.976,19	\$ 9.331,97	\$ 9.701,85
Sueldo del Dependiente	\$ 4.632,00	\$ 6.756,92	\$ 7.024,74	\$ 7.303,17	\$ 7.592,64
Gasto de Promoción y Publicidad	\$ 924,00	\$ 949,30	\$ 962,21	\$ 975,30	\$ 988,56
Utilidad Neta en Ventas	22.164,20	\$ 20.249,18	\$ 22.602,76	\$ 25.043,33	\$ 27.574,08
Gastos Administrativos	\$ 7.738,58	\$ 7.769,47	\$ 7.861,77	\$ 7.411,99	\$ 7.506,81
Honorarios Bioquímico	\$ 2.040,00	\$ 2.095,87	\$ 2.124,37	\$ 2.153,26	\$ 2.182,54
Depreciación Muebles y Enseres	\$ 248,02	\$ 248,02	\$ 248,02	\$ 248,02	\$ 248,02
Dep. Equipo de computación	\$ 493,33	\$ 543,33	\$ 543,33	\$ -	\$ -
Dep. Equipo de Oficina	\$ 60,74	\$ 60,74	\$ 60,74	\$ 60,74	\$ 60,74
Gastos de amortización	\$ 131,10	\$ 131,10	\$ 131,10	\$ 131,10	\$ 131,10
Permisos de Funcionamiento	\$ 54,00	\$ 55,48	\$ 56,23	\$ 57,00	\$ 57,77
Servicios Básicos e internet	\$ 924,00	\$ 949,30	\$ 962,21	\$ 975,30	\$ 988,56
Garantía de arriendo	\$ 200,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Arriendo	\$ 1.800,00	\$ 1.849,29	\$ 1.874,44	\$ 1.899,94	\$ 1.925,77
Suministros de oficina	\$ 943,20	\$ 969,03	\$ 982,21	\$ 995,57	\$ 1.009,11
Útiles de aseo	\$ 844,20	\$ 867,32	\$ 879,11	\$ 891,07	\$ 903,19
Utilidad Operacional	\$ 14.425,61	\$ 12.479,71	\$ 14.740,99	\$ 17.631,34	\$ 20.067,28
Gastos Financieros	\$ 2.809,11	\$ 1.834,33	\$ 690,95	\$ -	\$ -
Utilidad Antes de Participación	\$ 11.616,50	\$ 10.645,38	\$ 14.050,04	\$ 17.631,34	\$ 20.067,28
15% PARTICIPACION TRABAJADORES	\$ 1.742,48	\$ 1.596,81	\$ 2.107,51	\$ 2.644,70	\$ 3.010,09
UTILIDAD ANTES DEL IMP RENTA	\$ 9.874,03	\$ 9.048,57	\$ 11.942,53	\$ 14.986,64	\$ 17.057,18
15% IMPUESTOALA RENTA	\$ -	\$ -	\$ 597,13	\$ 1.498,66	\$ 1.705,12
Utilidad general	\$ 9.874,03	\$ 9.048,57	\$ 11.345,41	\$ 13.487,98	\$ 15.351,47
10% Reserva Legal	\$ 987,40	\$ 904,86	\$ 1.134,54	\$ 1.348,80	\$ 1.535,15
Utilidad Final	\$ 8.886,63	\$ 8.143,71	\$ 10.210,87	\$ 12.139,18	\$ 13.816,32

Investigación Propia
Alexandra Palacios

5.03.08 Flujo de Caja

**Tabla
Flujo Caja**

FLUJO DE CAJA	inversión inicial	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
utilidad final		\$8.382,20	\$ 7.660,97	\$ 9.781,48	\$ 12.202,06	\$ 13.878,82
depreciaciones		\$ 802,09	\$ 802,09	\$ 802,09	\$ 308,76	\$ 308,76
amortizaciones		\$ 655,48	\$ 655,48	\$ 655,48	\$ -	\$ -
gastos financieros		\$ 2.906,42	\$ 1.902,28	\$ 718,16	\$ -	\$ -
flujo operacional		\$ 12.746,19	\$11.020,81	\$ 11.957,21	\$ 12.510,81	\$ 14.187,58
inversiones						
capital de trabajo	\$24.468,02					
activos fijos	\$ -4.806,50					
flujo neto	\$-29.274,52	\$ 12.746,19	\$ 11.020,81	\$ 11.957,21	\$ 12.510,81	\$ 14.187,58

Investigación Propia
Alexandra Palacios.

5.04 Evaluación Financiera del Proyecto

Métodos que se utiliza para estudiar, evaluar y tomar en cuenta la decisión si se invierte o no en el proyecto.

5.04.01 Tasa mínima de rendimiento (TMAR)

Es la tasa mínima de ganancia esperada para la inversión propuesta, para el cálculo del TMAR se toma en cuenta los siguientes indicadores.

- ✓ Inflación
- ✓ Tasa de Interés Pasiva
- ✓ Premio al riesgo.

Tabla 85
TEMAR

DESCRIPCION	PORCENTAJE
Inflación	4,50%
Tasa de interés pasiva	6,06%
Premio al riesgo	6,50%
TMAR	17,06%

Investigación Propia
Alexandra Palacios.

5.04.02 Valor Actual Neto (VA) o Valor Presente Neto (VPN)

Es la expresión, en términos actuales, de los ingresos y egresos que se producen durante un horizonte de vida del proyecto y representa el total de los recursos líquidos que quedan a favor de la empresa al final de su vida útil.

Para su cálculo se toma en cuenta como egresos con signo negativo, todas las inversiones (activos fijos y capital neto de trabajo) y el total de costos y gastos excluyendo los impuestos (depreciaciones y amortizaciones). (Paredes L. , 2015)

FLUJO DE CAJA	Inversión inicial	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO5
UTILIDAD FINAL		\$ 8.886,63	\$ 8.143,71	\$ 10.748,28	\$ 12.813,58	\$ 14.583,89
DEPRECIACIONES		\$ 802,09	\$ 802,09	\$ 802,09	\$ 308,76	\$ 308,76
AMORTIZACIONES		\$ 131,10	\$ 131,10	\$ 131,10	\$ 131,10	\$ 131,10
GASTOS FINANCIEROS		\$ 2.809,11	\$ 1.834,33	\$ 690,95	\$ -	\$ -
FLUJO OPERACIONAL		\$ 12.628,92	\$ 10.911,23	\$ 12.372,42	\$ 13.253,43	\$ 15.023,74
INVERSIONES						
CAPITAL DE TRABAJO	\$ -24.468,02					
ACTIVOS FIJOS	\$ -4.806,50					
FLUJO NETO	\$ -29.274,52	\$ 12.628,92	\$ 10.911,23	\$ 12.372,42	\$ 13.253,43	\$ 15.023,74

Tabla 86
VAN

Periodo	Flujos netos	VAN
0	\$-29.274,52	\$-29274,52307
1	\$ 12.628,92	\$10788,41659
2	\$ 10.911,23	\$7962,6329
3	\$ 12.372,42	\$7713,101387
4	\$ 13.253,43	\$7058,204121
5	\$ 15.023,74	\$ 6.834,95

Investigación Propia
Alexandra Palacios.

5.04.03 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa compuesta de retorno anual que se puede ganar en una inversión.

Por lo mismo matemáticamente el TIR se calcula partiendo de la ecuación de VAN, haciendo este igual a cero.

Tabla 87
TIR

periodo	flujos netos	VAN	TIR
0	\$-29.274,52	-29274,52307	-29274,52307
1	\$ 12.628,92	10788,41659	9561,081956
2	\$ 10.911,23	7962,6329	6253,963748
3	\$ 12.372,42	7713,101387	5368,797682
4	\$ 13.253,43	7058,204121	4354,031281
5	\$ 15.023,74	\$ 6.834,95	\$ 3.736,65

Investigación Propia
Alexandra Palacios.

5.04.04 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Es uno de los métodos que en corto plazo puede tener el favoritismo de algunas empresas al momento de evaluar los proyectos de inversión, es considerado como un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos a corto plazo.

Tabla 88
PRI

PRI	
Periodo	Flujo Valor Presente
0	\$ -29.274,52
PRIMER AÑO	\$ 10.788,42
	\$ -18.486,11
SEGUNDO AÑO	\$ 7.962,63
	\$ -10.523,47
TERCERO AÑO	\$ 7713,101387
	\$ -2.810,37
CUARTO AÑO	\$ 7058,204121
AÑOS	2
MESE	4
DIAS	23

Investigación Propia
Alexandra Palacios.

5.04.05 Relación Costo Beneficio (RBC)

La relación costo beneficio se calcula dividiendo, el valor presente de los beneficios entre el valor presente de los costos.

Tabla 89
Relación Costo Beneficio

RELACION COSTO BENEFICIO

BENEFICIO	\$ 40.357,31
COSTO	\$ 29.274,52
RELACION C/B	\$ 1,37858125

Investigación Propia
Alexandra Palacios.

5.04.06 Punto de equilibrio.

Tabla 90
Punto de Equilibrio

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Descripción	costos fijos	costos variables	costos totales
Costo de ventas	\$ -	\$ 63.138,56	\$ 63.138,56
Gasto de ventas	\$ 452,75	\$ 961,68	\$ 1.414,43
Gasto administrativo	\$ 7.173,37	\$ -	\$ 7.173,37
Gasto financiero	\$ 2.906,42	\$ -	\$ 2.906,42
TOTAL	\$10.532,54	\$ 64.100,24	\$ 74.632,78

\$ 112.400,66

Ingresos(Y)	
Cantidad(Q)	
Precio de Venta Unitario(PVU)	\$ 360,00
Costo Variable Unitario(CVU)	\$ 312,22
Costos Fijos (CF)	\$ 178,06
Costos Variables(CV)	\$ 10.532,54
	\$ 64.100,24

Investigación Propia
Alexandra Palacios.

$$PE(Q) \frac{CF}{Pvu - Cvu} = 77.68$$

$$PE(MON) = \frac{CF}{1 - Cvu/Pvu} = \$24.252,6$$

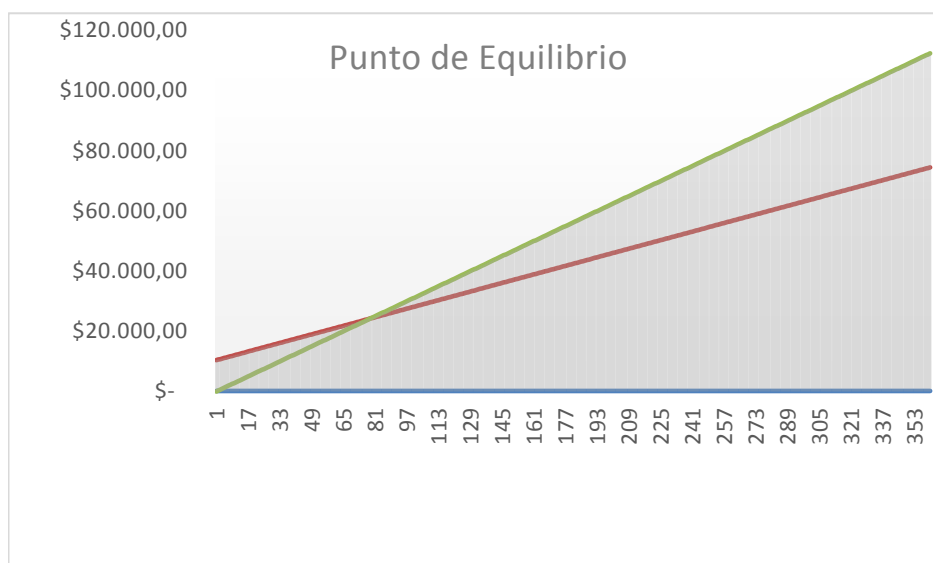


Figura 29:Punto de Equilibrio
Alexandra Palacios
Investigación Propia

5.04.07 Análisis de los índices financieros.

Luego de haber realizado la evaluación financiera se concluye:

- ❖ Tasa mínima de Rendimiento (TEMAR)= **17.06%**
- ❖ Valor Actual Neto (VAN) o Valor Presente Neto (VPN) = **\$ 6.834,95**
- ❖ Tasa Interna de Retorno (TIR)= **\$ 3.736,65**
- ❖ Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) = **2años, 4mese, 24 días.**
- ❖ Relación Costo Beneficio (RBC)= **\$ 1.38 USD**
- ❖ Punto de Equilibrio=**\$ 24.252,62.**

La tasa de referencia para el proyecto es de 17.06%, y esta se utiliza para calcular el Valor Actual Neto, dando así el valor mayor a cero y obteniendo el periodo de recuperación de 2 años 4 meses y 24 días, y el costo beneficio indica que por cada dólar invertido ganara \$1.38USD.

El punto de equilibrio indica que se estará en equilibrio cuando se obtenga las ventas de \$ **24.252,62 USD**.

Capítulo VI

6.01 Análisis de Impactos

Se pretende analizar los impactos que tendrá el proyecto una vez realizado ya sea positivo negativo en lo referente a lo ambiental, económico, productivo y social.

Tabla 91

Análisis de Impactos

PONDERACIÓN	NIVEL DE IMPACTO
-3	Alto Negativo
-2	Medio Negativo
-1	Bajo Negativo
0	No existe impactos
1	Bajo Positivo
2	Medio Positivo
3	Alto Positivo

Investigación Propia
Alexandra Palacios.

- ✓ A cada indicador propuesto según el impacto se les fijara una ponderación sea positiva o negativa, dependiendo el nivel de incidencia.
- ✓ Dividir la suma de los impactos por el número de indicadores, el resultado es el nivel de impacto.
- ✓ La fórmula a utiliza es la siguiente:

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{x}{\text{Número de indicadores}}$$

6.02 Impacto Ambiental.

Tabla 92
Impacto Ambiental

Impacto Ambiental							
Indicador	Nivel de Impacto						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Programa de reutilizamiento de la Farmacia							X
Retorno de medicamentos caducados							X
Información de producto Caducados a los usuarios.						X	
Utilización de bolsas para los diferentes tipos de desechos .							X
TOTAL					1		9

Investigación Propia
Alexandra Palacios.

$$\text{Nivel de Impacto Ambiental} = \frac{10}{4} = 2.5 = 3$$

Nivel de Impacto Ambiental = Medio Positivo.

Análisis:

El siguiente proyecto no tiene un impacto negativo, ya que no se manejará sustancias peligrosas para las personas que laboran en la empresa, pero si se tendrá un volumen alto de cartón por el hecho de que los medicamentos lo contienen, lo más responsable será hacer conocer a las personas sobre el reutilizamiento de todo material biodegradable.

Al momento de la entrega de los medicamentos caducados a los diferentes proveedores se impedirá que estos se desechen como basura común y así evitar el daño al medio ambiente.

La no correcta utilización de los medicamentos caducados en los botiquines de los hogares puede ser negativo por eso se tomará en cuenta la información adecuada para esto.

Otra forma de ayudar con el medio ambiente es la utilización de las fundas donde se recogerá los desechos que correspondan especialmente las de color rojo donde se recogerán los productos contaminantes.

6.03 Impacto Económico

Tabla 93
Impacto Económico

Impacto Económico							
Indicador	Nivel de Impacto						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Rentabilidad					X		
Generación de Impuestos							X
Clientes Nuevos							X
TOTAL					1		6

Investigación Propia
Alexandra Palacios.

$$\text{Nivel de Impacto Económico} = \frac{8}{3} = 2.3 = 2$$

Nivel de Impacto Económico = Alto Positivo

La rentabilidad es muy buena, ya que con esto se podrá invertir en recursos tanto para el mejoramiento del servicio que se presta como para algún factor económico que se necesite en el sector.

Cuando se obtiene medicamentos a bajos costo y el cliente reciba una buena atención, la empresa estará segura de que se fideliza al cliente y gracias a eso se también se obtendrá un ingreso económico para la farmacia.

6.04 Impacto Social

Tabla 94
Impacto Social

Impacto Social							
Indicador	Nivel de Impacto						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Profesionales en el Área de farmacias							X
Genera puesto de trabajo					X		
Disponibilidad de productos							X
TOTAL					1		6

Investigación Propia
Alexandra Palacios.

$$\text{Nivel de Impacto Social} = \frac{7}{3} = 2.33 = 3$$

Nivel de Impacto Social = Medio Positivo.

Análisis.

Dentro de la empresa se cuenta con profesionales calificados para desempeñar mejor el trabajo, esto genera puesto de trabajo, como es el bioquímico y dependiente, que ya se necesita de personal para administrar de mejor manera, además contar con un suficiente stock es importante para la fidelización de los clientes.

Capítulo VII

7.01 Conclusiones.

Luego de los realizados los estudios de factibilidad para la creación de una farmacia en el sector de Pisulí se llega a las siguientes conclusiones:

- El estudio de factibilidad realizado se concluye que si existe un porcentaje de demanda insatisfecha la que se puede cubrir con el proyecto.
- Basados en la información de la escuetas sobre la atención en las farmacias del sector, podemos concluir que la farmacia brindara una atención optima a los usuarios.

7.02 Recomendaciones.

- Tener siempre el stock suficiente ya que es lo que se plantío en el objetivo específico, para poder cubrir las necesidades de los usuarios del sector.
- Fidelizar al cliente, a través de promociones y descuentos especiales, ofreciendo a los clientes gran variedad y calidad de productos farmacéuticos.
- Realizar el proyecto para cubrir la demanda insatisfecha del sector.

-
- Implementar estrategias de marketing para, para lograr posicionar a la farmacia en el sector, como una de las mejores en atención al cliente.
 - Ubicar en la farmacia personal con los conocimientos necesarios, tanto administrativos como farmacológicos para cubrir las necesidades de la población y tener éxito en el proyecto.

ANEXOS

Encuesta

3.- ¿Existe en el sector establecimientos de venta de productos naturales menciónelos?

1.-

2.-

4. ¿Cuánto gasta al mes en productos un producto para el cuidado de su salud cuál es su preferencia?

Medicina Natural

Medicina Convencional

☐

5.- ¿Cuánto gasta al mes en productos de la salud y aseo personal?

\$10 - \$20

☐

\$21 - \$30

☐

\$31- \$40

☐

6.- ¿Cuál es el producto farmacéutico que Ud. más consume en una farmacia?

Medicamentos Genéricos

☐

Medicamentos comerciales

☐

Vitaminas

☐

Productos para bebe

☐

Productos de limpieza

☐

7.- ¿Cuáles son los factores que Ud. aprecia más en la atención farmacéutica?

Buena Atención

☐

Productos de calidad

☐

Precios accesibles

☐

Variedad de stock

☐

8.- ¿Cuántas horas considera que se debe dar atención en las farmacias?

8 horas

☐

12 horas

☐

24 horas

☐

9.- Se siente a gusto con el trato a la farmacia a la que Ud. acude?

Si

☐

No

☐

10.- Usted recibe información sobre el medicamento que recibe?

Si

☐

No

☐

Cronograma

Tabla n°84
Cronograma

ACTIVIDADES SEMESTRALES	CRONOGRAMA																																	
	NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO					
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
selección del tema	x																																	
Aprobación del tema	x																																	
Indicaciones de Tutorías			x																															
Indicaciones de Normas APA				x																														
CAPÍTULO I					x																													
Justificación					x																													
Antecedentes					x																													
CAPÍTULO II						x																												
Análisi interno y externo						x																												
Análisis FODA						x																												
Objetivos						x																												
Revisión capítulo II, FODA y matrices							x																											
CAPÍTULO III								x																										
Oferta Demanda Encuesta								x																										
aprobación de encuesta									x																									
CAPITULO IV											x																							
Macro y micro localización											x																							
CAPÍTULO V													x																					
Ingresos operacionales y no operacionales														x																				
costos y gastos														x																				
inversiones															x																			
evaluación financiera																x																		
Revisión de capítulo 5																	x																	
revisión de indicadores financieros																		x																
CAPÍTULOVI																			x															
Análisis de Impactos																				x														
CAPÍTULO VII																					x													
Conclusiones y recomendaciones																						x												
Entrega primer borrador al tutor																							x											
Entrega de borrador al lector																								x										
Entrega de correcciones al lector																									x									
Elaboración de Diapositivas																																x	x	
Defensa del proyecto																																	x	x

Alexandra Palacios
Investigación propia

Referencias

- Altamirano, C. (2011). *google* . Obtenido de Ingenieria Rural :
https://previa.uclm.es/area/ing_rural/AsignaturaProyectos/Tema5.pdf
- Altamirano, J. (2012). *google* . Obtenido de Contabilidad de costos :
https://www.google.com.ec/search?q=que+son+costosvariablessegun+autores&hl=es&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwj5r6LZv7PZAhUSVt8KHwWyD5EQsAQIJg&biw=1366&bih=654#imgsrc=d_eZjKVEV3IdTM:
- Amaru Maximiano, A. C. (2008). *google*. Obtenido de Emprendedores :
<file:///C:/Users/WALTER%20FELIX/Downloads/FUNDAMENTOS%20DE%20ADMINISTRACIÓN%20%20-%20AMARU.pdf>
- Antezana, J. (2014). *google* . Obtenido de contabilidad de costos :
<https://www.promonegocios.net/costos/costos-fijos.html>
- Aviles, D. (Noviembre de 2013). *google* . Obtenido de Producto Interno Bruto:
<https://es.slideshare.net/daniamezquita/producto-interno-bruto-pib>
- Berry, C. (1995). *google* . Obtenido de Definiciones de Clientes :
http://www.biblioteca.udep.edu.pe/bibvirudep/tesis/pdf/1_58_123_23_494.pdf
- Cazar, T. (2014). *google* . Obtenido de
<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/4372/1/02%20ICO%20460%20TESIS.pdf>
- Cisneros Portillo, K. G., & Farinango Vinueza , K. A. (Agosto de 2013). *Google*. Obtenido de
<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/3035/1/02%20ICA%20670%20TESIS.pdf>
- Espejo, J. (2014). *google*. Obtenido de Mercadoctenia:
recursosbiblio.url.edu.gt/publicjlg/biblio_sin_paredes/maestria/dir_indus/econom_par_kin/cap/03.pdf
- Espinoza, R. (29 de julio de 2013). *google* . Obtenido de estrategias de marketing :
<http://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>

-
- Gerencia.com. (2012). *google* . Obtenido de Ingresos operacionales y no operacionales :
<https://www.gerencie.com/ingresos-no-operacionales.html>
- Hernandez, P. (Noviembre de 2008). *google*. Obtenido de Factores Legales .
- Javier, A. (2010). *gestipolos* . Obtenido de <https://factorlegal.com.co/>
- Jimenes, A. (2010). *google*. Obtenido de macroeconomia
- Jimenes, A. (mayo de 2014). *google* . Obtenido de marketing :
<http://www.eumed.net/ce/2012/marketing-mix.html>
- Jimenes, A. (2016). *google*. Obtenido de Index Mundi:
https://www.indexmundi.com/es/ecuador/tasa_de_crecimiento.html
- Lorenzo, C. (01 de Marzo de 2014). *PREZI*. Obtenido de Balance entre la oferta y la demanda: <https://prezi.com/wjkbhdn4jw/balance-entre-la-oferta-y-la-demanda/?webgl=0>
- Negocios, C. (2014). *google*. Obtenido de Conceptos de Administracion Estrategica:
<https://www.crecenegocios.com/la-planeacion-estrategica/>
- Ortiz, A. (Noviembre de 2014). *google*. Obtenido de Factores y Sectores Economicos:
<https://prezi.com/iphpiqykamlk/factores-y-sectores-economicos/>
- Pablo, J. (2010). *google*. Obtenido de google academico:
<https://prezi.com/8ex0fdijpl52/localizacion-optima-del-proyecto/>
- Palacios, A. (2008). *Macro Localizacion*. Obtenido de
<http://cuadromicroymacrolocalizacion.blogspot.com/2013/05/cuadro-comparativo-micro-localizacion-y.html>
- Palaez, F. (2006). *google* . Obtenido de ETRIBUCIÓN DEL FACTOR SOCIAL:
<http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2006/flsp/5m.htm>
- Paredes, J. (2012). *google*. Obtenido de oferta y demanda :
http://recursosbiblio.url.edu.gt/publicjlg/biblio_sin_paredes/maestria/dir_indus/econom_parkin/cap/03.pdf
- Paredes, L. (2015). *matematica financiera*. 36.

-
- Rodriguez, A. (2012). *google* . Obtenido de gestipolis :
<http://macroymicrolocalizacin.blogspot.com/>
- Rodriguez, J. (2012). Obtenido de gestiopolis :
<http://www.dinero.com/empresas/articulo/aspectos-legales-deben-tener-cuenta-emprendimiento/206644>
- Saenz, J. (2009). *goolge*. Obtenido de Innovacion Tecnologica en las empresas:
<http://dit.upm.es/~fsaez/intl/capitulos/2%20-Teor%EDa%20general%20del%20entorno.pdf>
- Safit, U. (2012). *google*. Obtenido de consultorio contable : Tabla del PIB Farmacéutico
- Saludalia. (2017). *google* . Obtenido de Lla evolucion de la industria fsarmaceutica.:
<https://www.saludalia.com/enfermedades/la-evolucion-de-la-industria-farmaceutica>
- Tomas, U. S. (2014). *google* . Obtenido de tamaño del proyecto :
http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20%28Segundo%20Momento%29/necesidades_de_equipo_y_maquinaria.html.

Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS COMPLETA PARA ENVIAR.pdf (D37059366)
Submitted: 3/29/2018 5:34:00 AM
Submitted By: mari_2010_5@hotmail.com
Significance: 5 %

Sources included in the report:

JESSICA JUIÑA ADMINISTRACION DE BOTICAS Y FARMACIAS 16-16 URKUND.docx2.pdf
(D23367962)
<https://www.promonegocios.net/costos/costos-fijos.html>
<https://prezi.com/lphpiqykamlk/factores-y-sectores->

Instances where selected sources appear:





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) **PALACIOS LAPO MARIA ALEXANDRA** portador de la cédula de identidad N°110518899-7 previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 24 de abril del 2018



Sra. ~~Vicente~~ **FINANCIERO**
CAJA



CONSEJO DE CARRERA

Estela A. Montes
Adm. de Boticas y Farmacias

Dra. Estela Montes

DELEGADA DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN



Ing. William Parra

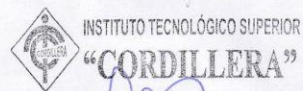
BIBLIOTECA



24 ABR 2018

9.165 *JB*
COORDINACIÓN PRÁCTICAS
Ing. Samira Villalba

PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



DIRECCIÓN DE CARRERA

Jorge López
Adm. Boticas y Farmacias

Dr. Jorge López

DIRECTOR DE CARRERA



24 ABR 2018

Luis Hernández Benavidez

Tglo. Luis Hernández

SECRETARIA GENERAL



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) **PALACIOS LAPO MARIA ALEXANDRA** portador de la cédula de identidad N°110518899-7 previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 24 de abril del 2018



Sra. ~~Visita~~ **Financiero**
CAJA



Dra. Estela Montes

DELEGADA DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN



Ing. William Parra
BIBLIOTECA



PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



Dr. Jorge López

DIRECTOR DE CARRERA



Tglo. Luis Hernández
SECRETARIA GENERAL