



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

DIRECCIÓN DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MODALIDAD: PROYECTO DE DESARROLLO

Título:

Creación de una farmacia en la parte sur de la cabecera cantonal de Saquisilí,
provincia de Cotopaxi.

Proyecto de desarrollo previo a la obtención del título de Magíster en
Administración de Empresas

Autora:

Vargas Salazar Raquel de los Angeles Ing.

Tutor:

Yadira Paola Borja Brazales MBA

LATACUNGA –ECUADOR

2022

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “Creación de una farmacia en la parte sur de la cabecera cantonal de Saquisilí, provincia de Cotopaxi”. Presentado por Vargas Salazar Raquel de los Angeles, para poder optar por el título de magister en Administración de Empresas.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y se considera que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación para la valoración por parte del Tribunal de Lectores que se designe y su exposición y defensa pública.

Latacunga, 08 de Febrero, 2022



Ing. Yaira Paola Borja Brazales MBA

DOCENTE TUTOR

C.C. 0502786833

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación: “Creación de una farmacia en la parte sur de la cabecera cantonal de Saquisilí, provincia de Cotopaxi.”, ha sido revisado, aprobado y autorizado su impresión y empastado, previo a la obtención del título de Magíster en Administración de Empresas; el presente trabajo reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la exposición y defensa.

Latacunga, 08 de Febrero, 2022



Dr. Vázquez Erazo Edwin Joselito
C.C. 100130997
Presidente del tribunal



Dr. Salazar Molina Julio Ramiro
C.C. 0501173504
Lector 2



Mag. Díaz Muñoz Darío Javier
C.C. 1802865194
Lector 3

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo de titulación primeramente a mi amado Dios y a la Virgencita del Quinche por darme salud y vida para poder llegar ahora donde estoy, a mis amados padres Carmen y Hernán por ser los pilares fundamentales en mi vida diaria, a mi querido hermano Diego por estar siempre pendiente de mí y de mis estudios, así como a mi amado esposo Santiago por ser la persona quien me impulsa a mejorar día tras día y como no mencionar a mi pequeña hija Monserrath que es mi impulso e inspiración para seguir adelante, este trabajo de titulación se los dedico a ustedes quienes son una parte fundamental en mi vida.

Raquel de los Angeles

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de titulación primeramente me gustaría agradecer a mi Dios y a la Virgencita del Quinche por bendecirme y permitirme llegar hasta donde hoy estoy.

De la misma manera como no agradecer a mis padres Hernán, Carmen, mi querido hermano Diego, mi amado esposo Santiago y mi querida hija Monserrath son todas ellas las personas que quiero agradecer por su apoyo incondicional tanto moral como económico que me han sabido brindar durante todo este tiempo.

A la Universidad Técnica de Cotopaxi quienes me abrieron las puertas para estudiar en tan prestigiosa institución y ser parte de ella, así como a mí querida directora de tesis la Mgs Yadira Borja y a la Mgs. Jirma Veintimilla quienes con sus conocimientos, experiencias, paciencia y su motivación han logrado en mí, que pueda terminar mis estudios con éxito.

Para ellos muchas gracias y mis bendiciones.

Raquel de los Angeles

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Quien suscribe, declara que asume la autoría de los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de titulación.

Latacunga, 08 de Febrero, 2022



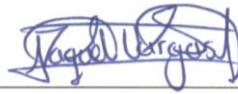
Raquel de los Angeles Vargas Salazar

C.C. 0503586554

RENUNCIA DE DERECHOS

Quien suscribe, cede los derechos de autoría intelectual total y/o parcial del presente trabajo de titulación a la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Latacunga, 08 de Febrero, 2022



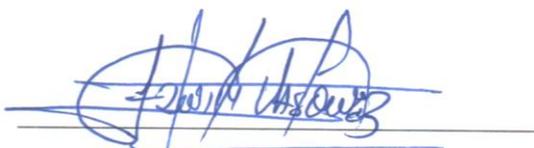
Raquel de los Angeles Vargas Salazar

C.C. 0503586554

AVAL DEL VEEDOR

Quien suscribe, declara que el presente Trabajo de Titulación: “Creación de una farmacia en la parte sur de la cabecera cantonal de Saquisilí, provincia de Cotopaxi.”, contiene las correcciones a las observaciones realizadas por los lectores en sesión científica del tribunal.

Latacunga, 08 de Febrero, 2022



Dr. Vásquez Erazo Edwin Joselito

C.C. 100130997

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
DIRECCIÓN DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Título: “Creación de una farmacia en la parte sur de la cabecera cantonal de Saquisilí, provincia de Cotopaxi.”

Autor: Vargas Salazar Raquel de los Angeles

Tutor: Yadira Paola Borja Brazales MBA

RESUMEN

El presente trabajo de titulación tiene como finalidad proponer la creación de una farmacia en la parte sur de la cabecera cantonal de Saquisilí, provincia de Cotopaxi, en donde se representa por tres etapas, cada uno constituye las actividades realizadas para la implementación de la farmacia, es por ello que en la introducción y en el primer capítulo se detalla la problemática que existe en el sector, la necesidad que tienen los habitantes de Saquisilí y que los mismos no se encuentren perjudicados al gastar un dinero para viajar a un lugar alejado por adquirir un fármaco, considerando que este sector es el paso principal para llegar a la parroquia de Chantilín así como es un paso principal para pasar a Cuicuno, Toacaso y Sigchos, es por ello la importancia de la creación de una nueva farmacia en este sector y para ello se detallan los objetivos a ser alcanzados en el presente proyecto, donde nos facilitara conocer la fundamentación teórica de diferentes autores, así como realizar un estudio de mercado el cual nos permita conocer la situación actual de la oferta y demanda para la creación de la farmacia, es por ello que se determina un método de investigación de campo a través de las encuestas, donde se da a conocer que es necesario la implementación de una nueva farmacia, donde existe un porcentaje alto de compra de vitaminas, útiles de aseo y de productos en marca comercial y natural, siendo esto como referencia para poder desarrollar el proyecto en el Barrio centro del Cantón Saquisilí provincia de Cotopaxi, para ello se desarrollara un análisis de resultados, donde nos permitirá enfocarnos al nicho de mercado, a donde nos dirigiremos. Para el segundo Capítulo consta un Estudio de Factibilidad, donde se considera la importancia de las características del mercado, un estudio técnico donde se especifica la ubicación de la nueva farmacia, el estudio administrativo mismo que se establece la creación de la marca, el personal que va estar involucrado y sus funciones a realizar, el estudio financiero para conocer si es viable o no la inversión en la farmacia considerando que se obtiene una Tasa de Interés de Retorno positivo de 14,26% y un Valor Actual Neto de \$ 733,80 siendo estos resultados favorables y recuperables para la creación de la nueva farmacia y por último sin dejar a un lado y el más importante es el estudio Legal donde se considera la documentación gubernamental que se debe considerar antes de la apertura. Y ya en la parte final se menciona la aplicación o validación de la propuesta establecido por un docente Universitario.

PALABRAS CLAVE: Implementación; Farmacia; Estudio de mercado; Análisis de resultados; Estudio de factibilidad.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
GRADUATE MANAGEMENT
MASTERS IN BUSINESS ADMINISTRATION

Title: “Creation of a pharmacy in the southern Saquisilí cantonal head, in Cotopaxi province”.

Author: Vargas Salazar Raquel de los Angeles

Tutor: Yadira Paola Borja Brazales MBA

ABSTRACT

The current diploma project aims to propose the establishment of a pharmacy in the cantonal head of the south of Saquisilí, in Cotopaxi province, where it is represented in three stages, each of which constitutes the activities conducted for the implementation of the pharmacy, that is why the introduction and the first chapter detail the problems which exist in the sector, the needs of the people of Saquisilí, and that they are harmed by spending money to go somewhere far away to buy a medicine, considering that this area is the principal gate of the parish of Chantilin, Cuicuno, Toacaso and Sigchos, is therefore the importance to create a new pharmacy in this sector and for this, the objectives to be achieved in the project are detailed, where we will know the theoretical basis of different authors, and to perform a market study which allows us to know the current situation of supply and demand for the creation of the pharmacy, that is why a method of fieldwork is determined by means of surveys, where it is made known that is necessary to implement a new pharmacy, where there is a high percentage of a purchase of vitamins, toiletries and products in commercial and natural brand, being this reference to be able to develop the project in the center of the neighborhood of the Saquisilí canton, Cotopaxi province, results analysis will be developed, where we will focus on the niche of the market. For the second chapter, there is a feasibility study, in which the importance of market characteristics is taken into consideration, a technical study specifying the location of the new pharmacy, the administrative study itself, establishing the creation of the brand, the staff to be involved and their functions to be performed, the financial study to know if the investment in the pharmacy is viable or not considering that you get a Positive Return Interest Rate of 14,26% and a Net Present Value of \$733,80 being these results favorable and recoverable in the creation of the new pharmacy and already in the final part is mentioned the application or validation of the proposal established by a University teacher.

KEYWORD: Implementation; Pharmacy; Market study; Results analysis; Feasibility study.

Gabriela Estefanía Pacheco Oñate con cédula de identidad número:050344833-4 Licenciada en: LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA EDUCACION MENCION INGLES con número de registro de la SENESCYT: 1020-2016-1654625; **CERTIFICO** haber revisado y aprobado la traducción al idioma inglés del resumen del trabajo de investigación con el título: “Creación de una farmacia en la parte sur de la cabecera cantonal de Saquisilí, provincia de Cotopaxi.” de: Raquel de los Angeles Vargas Salazar aspirante a magister en Administración de Empresas.

Latacunga, 08 de Febrero, 2022



Gabriela Estefanía Pacheco Oñate
ID. 050344833

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
CERTIFICO	ii
APROBACIÓN TRIBUNAL.....	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA.....	vi
RENUNCIA DE DERECHOS.....	vii
AVAL DEL VEEDOR.....	viii
Título.....	ix
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT	x
ÍNDICE DE CONTENIDOS	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvi
INTRODUCCIÓN	1
Antecedentes.....	2
Campo de acción emprendimiento	5
Emprendedor	6
Planteamiento del problema	6
Formulación del problema.....	9
Objetivo General	9
Objetivos Específicos	9
Tareas	9
Etapas	10
Justificación.....	10
Metodología.....	12
Enfoque y Alcance.....	12
Enfoque cuantitativo	12
Enfoque cualitativo	13
Tipo de investigación.....	13

Investigación de campo	13
Investigación Bibliográfica.....	13
Investigación descriptiva	14
Población y Muestra	14
Técnicas e instrumento de recolección de datos	14
Encuesta.....	14
Herramienta de medición de datos.....	15

CAPÍTULO I.

FUNDAMENTACIÓN TEORICA

1.1. Antecedentes.....	16
1.2. Fundamentación epistemológica	17
1.2.1. Emprendimiento.....	17
1.2.2. Idea de Negocio.....	19
1.2.3. Proyecto de factibilidad.....	19
1.3. Fundamentación del estado del arte.	20
1.3.1. Estudio de Mercado.....	20
1.3.2. Estudio Técnico.....	23
1.3.3. Estudio Administrativo	25
1.3.4. Estudio Económico	27
1.3.5. Estudio Financiero	29
1.3.6. Estudio legal.....	32
1.4. Conclusiones Capítulo I	38

CAPÍTULO II.

PROPUESTA ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

2.2. Caracterización del mercado	40
2.2.1.1. Transporte.....	41
2.2.1.2. Servicios básicos	41
2.2.1.3. Recursos	41

2.2.1.4.	Materia prima	41
2.2.1.5.	Mano de obra.....	42
2.2.5.	Segmentación de Clientes	43
2.2.6.	Análisis del macro y micro entorno	43
2.2.6.1.	Macro entorno:.....	43
2.2.6.1.1.	Análisis Económico.....	43
2.2.6.1.2.	Análisis Político.....	44
2.2.6.2.	Micro entorno.....	44
2.2.7.	Análisis de la competencia.....	45
2.2.8.	Propuesta de valor	45
2.2.9.	Canales	47
2.2.10.	Tipo de relación con el cliente	47
2.2.11.	Fuente de ingresos.....	48
2.2.12.	Recursos claves	48
2.2.13.	Actividades clave	48
2.2.14.	Socios clave.....	49
2.2.15.	Estructura de costos.....	49
2.2.17.	Marketing Mix	60
3.	ESTUDIO TÉCNICO.....	61
3.1.	Localización del proyecto.....	61
3.1.1.	Macro localización.....	61
3.1.2.	Micro localización	62
3.2.	Ingeniería del proyecto	63
3.3.	Distribución de la planta.....	66
4.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	67
4.1.	Nombre:.....	67
4.2.	Logo.....	67
4.3.	Descripción de la farmacia	68
4.4.	Diseño Organizacional	68
4.4.1.	Misión	68
4.4.2.	Visión	68
4.4.3.	Valores corporativos	68

4.5. Requerimiento del talento humano.....	69
5. ESTUDIO FINANCIERO.....	70
6. ESTUDIO LEGAL.....	92
Conclusiones del Capítulo II	95

CAPÍTULO III.

APLICACIÓN Y VALIDACION DE LA PROPUESTA

3. Evaluación de expertos	96
3.1. Selección del evaluador.....	96
3.2. Metodología.....	97
3.3. Resultados de la evaluación.....	99
3.4. Conclusiones del III Capitulo.....	100
CONCLUSIONES GENERALES	101
RECOMENDACIONES	102
Bibliografía	103
IV. ANEXOS.....	107

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Objetivos	9
Tabla 2 Etapas de Objetivos.....	10
Tabla 3 Instrumento	51
Tabla 4 Marketing Mix	60
Tabla 5 Flujograma del Administrador	64
Tabla 6 Flujograma Cajero.....	65
Tabla 7 Resumen de Inversión.....	71
Tabla 8 Inversión Fija	71
Tabla 9 Activos Fijos Detallados	72
Tabla 10 Depreciación de Activos Fijos	73
Tabla 11 Activos Intangibles	74
Tabla 12 Amortización.....	75
Tabla 13 Total de Costos Fijos.....	76
Tabla 14 Sueldos del Personal	77
Tabla 15 Decimos del Personal.....	77
Tabla 16 Beneficios Sociales	78
Tabla 17 Financiamiento del Proyecto.....	79
Tabla 18 Gasto No Operacionales.....	79
Tabla 19 Amortización de Deuda	81
Tabla 20 Índice de Inflación	83
Tabla 21 Flujo de Caja	86
Tabla 22 Costos.....	92
Tabla 23 Ingresos de Costos	92
Tabla 24 Datos del Evaluador	96
Tabla 25 Lista de Validación de Propuesta.....	97
Tabla 26 Componente 2	98
Tabla 27 Componente 3	98
Tabla 28 Calificación del Evaluador.....	99
Tabla 29 Flujograma del Contador	111
Tabla 30 Flujograma del Bioquímico	112
Tabla 31 MODELO CANVAS	119

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Producto Interno Bruto	44
Gráfico 2 Matriz O.A.	46
Gráfico 3 Edad	52
Gráfico 4 Sector	53
Gráfico 5 Venta de medicamentos	53
Gráfico 6 Nueva Farmacia	54
Gráfico 7 Medicamentos a domicilio	54
Gráfico 8 Atención.....	55
Gráfico 9 Preferencia	55
Gráfico 10 Frecuencia de visita.....	56
Gráfico 11 Horario	56
Gráfico 12 Medicamentos que consumen más.....	57
Gráfico 13 Medicamentos de preferencia	57
Gráfico 14 Otro tipo de servicio.....	58
Gráfico 15 Producto adicional	58
Gráfico 16 Tipo de promociones.....	59
Gráfico 17 Forma de pago.....	59
Gráfico 18 Macro localización.....	61
Gráfico 19 Macro localización.....	62
Gráfico 20 Micro localización	63
Gráfico 21 Ubicación	63
Gráfico 22 Distribución de la Planta.....	66
Gráfico 23 Distribución en 3D.....	67
Gráfico 24 Logo	67
Gráfico 25 Punto de Equilibrio	92
Gráfico 26 Encuestas.....	109

INTRODUCCIÓN

La presente investigación que se desarrollara en el presente trabajo tiene como finalidad desarrollar un emprendimiento en la provincia de Cotopaxi, Cantón Saquisilí sector urbano del mismo, hay que mencionar que la evolución de las farmacias ha venido generando grandes cambios a nivel global, ocupando así un sitio muy importante en los mercados mundiales, debido al fenómeno de la globalización, así como en muchos países han creado diversas cadenas farmacéuticas que trabajan en grandes industrias de medicamentos y fármacos. Estas alianzas a su vez se realizaron mediante estrategias de mercado que han cogido gran parte del comercio de medicamentos aprovechando vertiginosamente las economías de escala, lo cual le ha permitido otorgar mejores precios y descuentos en sus productos, obteniendo así ganancias significativas que se les han mantenido en su mercado.

En el Ecuador existen diversas franquicias Farmacéuticas tales son las farmacia Económicas, Sana Sana, Cruz Azul, Fybeca, Comunitarias, entre otras, que ha sabido tener un buen marketing para llegar a los consumidores y esta a su vez ha sabido posicionarse en el mercado de una forma rápido y segura con el fin de tener gente capacitada así como los precios que ofrecen son excelentes y como no decir que son farmacia rentables por la demanda que obtienen.

En el Cantón Saquisilí a pesar de ser un cantón pequeño de acuerdo a (INEC, 2001) existe una población de un total de 20.815 habitantes en donde se distribuye con 5.234 en la parte urbana y 15.581 en la parte rural y esto a su vez hace que 10 farmacias no solventen las necesidades básicas de todo el cantón, hay que mencionar a su vez que existe tres franquicias establecidas en la parte norte del Cantón Saquisilí así como es las farmacias Sana Sana, Cruz Azul y la Económica que han sabido posicionarse en el mercado local satisfactoriamente. Cabe recalcar que a pesar de haber este tipo de farmacias no se ha podido cubrir las necesidades de la población Saquisilense, lo cual genera un malestar y una insatisfacción en la ciudadanía.

Es por ello que analizando lo anterior expuesto sobre las necesidades de la

ciudadanía del Cantón Saquisilí, se considera indispensable crear una nueva farmacia y a su vez que cumpla con todas las necesidades de los habitantes, ofreciendo productos de alta calidad como precios accesibles y cómodos para la ciudadanía.

Para ello se ve la necesidad de realizar un estudio de factibilidad para determinar la viabilidad del negocio a emprender, así como la aceptación y acogida que tendrá la creación y colocación de la nueva farmacia. Al colocar esta nueva farmacia se espera que el cantón se amplíe más y se comercialice en la parte sur del Cantón, mismo que también hay que mencionar que la nueva farmacia va estar ubicada en la parte sur, en el ingreso a la parroquia de Chantilin así como en la vía que se va a Cuicuno, Toacaso y Sigchos.

Antecedentes

Para la presente investigación se desarrolló a través de tres investigaciones realizadas como es *“El Plan de Negocio para la Creación de una Farmacia y Novedades San Miguel en el Ejido de Púcte, Municipio de Othón P. Blanco”*, en donde menciona en su principal objetivo general la elaboración de un Plan de negocio de una farmacia y Novedades en el Ejido de Púcte, Quintana Roo. (Cano, 2015).

De acuerdo a esta investigación realizada se puede señalar que, el proyecto es factible realizarlo en este sector mismo que no existe a sus alrededores una farmacia como se pretenda realizar, para ello en esta investigación se ha utilizado diferentes indicadores financieros para determinar la parte económica del proyecto, por otra parte también en este proyecto se realizó un estudio de mercado para determinar el mercado objetivo al cual se va ayudar con la creación del mismo, en donde se pudo identificar si es rentable o no la creación de la farmacia.

Otro estudio que se asemeja a nuestra investigación es (Mejía, Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia en el canton Pichincha, provincia de Manabí., 2015), en donde en su objetivo general menciona la realización de un estudio de factibilidad para la creación de una farmacia en el cantón Pichincha.

De acuerdo a esta investigación realizada se puede mencionar que para lograr al objetivo planteado se necesitó principalmente de un estudio de mercado para conocer las necesidades del sector donde se va implementar la farmacia, así como un estudio técnico y económico para determinar la inversión de la farmacia y la determinación del proyecto si es factible o no colocar la farmacia en el sitio.

Para finalizar en las investigación también se procedió analizar el “*Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia con franquicia de la cadena farmacéutica cruz azul en el sector de la av. Amazonas del cantón milagro*”, en donde en su principal objetivo general plantea la determinación de los factores que originan la falta de un establecimiento con un variado stock de productos farmacéuticos, hospitalarios y de bazar en el sector, a través de herramientas investigativas que midan el nivel de aceptación de los habitantes de la Av. Amazonas del Cantón Milagro. (Fuentes, 2012)

Como consecuencia de ello se puede mencionar que en esta investigación se llegó a determinar el estudio de mercado a quien se va a vender los fármacos y la competencia que existe en el mismo, también hay que considerar que la infraestructura es muy importante para hacer la colocación de este tipo de negocios en donde ya se ve reflejado la parte financiera para conocer su rentabilidad del negocio en este sector

En función a esto se puede señalar que la presente investigación se debe considerar diferentes factores para determinar si es rentable o no la colocación de una nueva farmacia en el cantón Saquisilí, sector urbano y para ello en la presente investigación se considera la línea de investigación de Administración y economía para el desarrollo social, como la sub línea que es de Emprendimiento orientado de esta manera al Mercadeo (asignatura de Gestión de marketing), finanzas (asignatura de Gestión Financiera), Recursos Humanos (asignaturas de Comportamiento Organizacional y Gestión de Recursos Humanos), Emprendimiento (asignaturas de Legislación para los negocios, Entorno Económico para los negocios e Innovación y Emprendimiento), Planificación estratégica (asignaturas de Planificación

Estratégica y Prospectiva) y Responsabilidad Social Empresarial (asignatura de Responsabilidad Social Empresarial) en donde se considera que en el desarrollo.

En la actualidad en el cantón Saquisilí provincia de Cotopaxi no existe oferta de farmacias ubicadas en el sector sur del cantón, mismo que la mayoría de franquicias o farmacia se han colocado en la parte norte del mismo, a su vez hay que mencionar que no existen más de 10 farmacias en todo el cantón, mismo que esto hace que a los demandantes tengan que acudir a la parte centro norte a comprar un medicamento para mejorar su salud, y no obstante a ello las personas que necesitan de urgencia no encuentran farmacias apertura das las 24 horas excepto al de turno y que esta a su vez no se encuentra con todos los productos o fármacos necesarios para cubrir el 100% de la receta médica.

Desde hace pocos años dicho cantón, tomo gran notoriedad de la colocación de cadenas de farmacias como son Cruz Azul, Sana Sana, Comunitaria y la Económica como farmacias potenciales y ubicadas en la parte centro norte del cantón, pero cabe recalcar que toda la demanda debe asistir para este tipo de lugares lejanos para la compra de las misma y no existe una farmacia cercana y completa en la parte sur del cantón, hay que mencionar también que solo existe la frecuencia de los buses que vienen de Latacunga a Saquisilí o a su vez a Toacaso o a Sigchos mismo que ellos pasan llevando a la gente hacia el centro para poder comprar los medicamentos o a su vez coger un taxi para que puedan llegar al centro de la ciudad, esto a su vez genera otro gasto de dinero pese a que las personas no cuentan con una buena estabilidad económica.

También hay que mencionar que la gran mayoría de negocios que existen en la parte sur del cantón son locales de comidas, mecánicas, repuestos, departamentos para rentar, cabinas telefónicas, cyber, tiendas, pero no existe una farmacia en este sector es por ello que se debe considerar la posibilidad, que en caso de ocurrir un accidente no se tenga dónde acudir a la brevedad para adquirir un medicamento, considerando para ellos que siempre va existir los cambios radicales en los aspectos, sociales, económicos, políticos y en lo educativo. Sin embargo a ello la población sigue creciendo cada día más, pero no se mide en las

consecuencias futuras que esto acarrea como es la inseguridad, la contaminación del medio ambiente, consumo de alcohol, las peleas callejeras, el peligro vehicular. Y a medida que la población como las viviendas han crecido no existe una farmacia en este sector que permita que los habitantes puedan adquirir un fármaco y pueda satisfacer las necesidades de contar con una nueva farmacia en este sector.

No obstante a pesar de todo lo descrito anteriormente tanto en la parroquia Chantilin como en el barrio Unión Panamericano no cuentan con una farmacia que presente sus servicios y productos para toda la colectividad que vive en sus alrededores sean estos niños, jóvenes y adultos del sector, de la misma manera no se puede encontrar farmacias aperturas las 24 horas del día y con un servicio de puerta a puerta que establezca la comodidad de las personas que desean el producto fármaco.

Con la implementación de la nueva farmacia se dotaría de un servicio de calidad en donde se pueda dar la relevancia al sector y hacerle más comercial, por ello es importante realizar el estudio de factibilidad en donde se pueda establecer un proceso para obtener la apertura, conocer la cantidad de personas que necesita una farmacia, los requisitos para la implementación, las normas de higiene y seguridad, así como la logística y muebles a utilizar, entre otros.

Campo de acción emprendimiento

El emprendimiento es un conjunto de competencia, que parte de la actitud de la persona, para captar oportunidades de su entorno, lo cual requiere un pensamiento sistemático, convertirlas en ideas innovadoras con base en su creatividad y generar proyectos productivos en diferentes campos, para beneficios propios y de su entorno. El proceso de formación emprendedora, comienza con la identificación del emprendimiento, luego sigue la orientación hacia diversas opciones, una de las cuales es el empresario, por tanto, es bueno, tener en cuenta la existencia de una cátedra Emprendedora antes de una cátedra empresarial. (Reinoso, 2013)

Desde el concepto del (Buen Vivir, 2013-2017) a creación de nuevos emprendimientos ha contribuido en la generación de puestos de trabajo, al fomento

y despliegue de las energías creativas de la sociedad. Los emprendimientos en Ecuador han sido una de las vías para generar empleo y fortalecer el conjunto de actividades empresariales y de negocios. Los emprendedores con visión son personas que mantienen un alto espíritu de confianza, positivismo, liderazgo, adaptabilidad entre otros, con el propósito de materializar los objetivos institucionales; por tanto, el emprendedor es un colectivo imprescindible que sirve de soporte en la estructura y tejido empresarial.

Emprendedor

Según (Cantillon, 2015) menciona que el emprendedor es un agente económico que compra medios de producción a un determinado precio, con el fin de combinarlos y crear un nuevo producto.

Según (Asuncion, 2001) señala que es cualquier miembro de la economía cuyas actividades son novedosas de alguna forma, así como a personas que, en definitiva, huyen de rutinas y prácticas aceptadas por la mayoría.

Se puede decir que son dos personas que destacan por su capacidad de crear e innovar. Lo que nos quiere decir Ibáñez es que son personas que no se conforman con la forma en que se hacen las cosas, sino que inventan nuevas formas de hacer algo y así, mejorar lo existente.

Planteamiento del problema

Las grandes industrias farmacéuticas establecidas en Ecuador tienen más de 100 años en el mercado, donde se estableció a través de un pequeño emprendimiento familiar donde se realizaban fórmulas magistrales y con el pasar del tiempo se desarrolló las grandes hoy industrias, mismas que se encuentran conformadas por personal ecuatoriano quienes con su capital, talento humano y conocimientos han sabido sobrellevar las industrias farmacéuticas. Cabe mencionar que el poder que ha tenido en el mercado ha sido muy grande puesto que se manejan grandes empresas por su comercialización de productos de escala nacional e internacional y los cuales se han convertido en hábitos de salud, como en los

consumos de la sociedad actual.

Cabe mencionar que en Ecuador existe el mercado cerrado, puesto que existe las ventas en las diferentes farmacias del país, mismo que estas se han ido incrementado con el pasar del tiempo ofreciéndoles un mejor servicio y un mejor precio, es por ello que se debe mencionar que en todo el Cantón Saquisili existen nomas de 10 farmacias que ofrecen un limitado producto farmacéutico como el servicio que ofrecen es déficits, contemplando que se encuentran estas farmacias en la parte centro norte del Cantón.

El cantón Saquisili ha venido creciendo tanto en la parte poblacional como en las edificaciones, mismo que hoy en día gente de las comunidades han decido bajar a la ciudad y construir sus viviendas en la parte sur del Cantón y esto ha generado que el cantón crezca a una gran escala y sus necesidades de igual forma crezcan. Es por ello que se debe mencionar que la única farmacia que existe a una cuadra del parque central al sur, no cuenta con suficientes productos farmacéuticos para cubrir la demanda de los pobladores que se encuentran en la parte sur y este del cantón Saquisili, así como a la parroquia de Chantilin y esto hace que existe una insatisfacción en los moradores ya que se necesita de este medio para conseguir los medicamentos y solventar los malestares de la población.

Por otro lado hay que mencionar que la ciudadanía por adquirir los fármacos deben coger un medios de transporte para llegar al centro norte del Cantón y esto genera un gasto económico a parte de lo que debe gastar en la receta o en el fármaco que va a comprar deben tener un adicional de dinero para poder llegar al mismo y poder adquirir el producto. Otro de los inconvenientes que se puede visualizar es el personal que no es del cantón sino provienen de otros cantones aledaños y esto hace que los profesionales del cantón no tengan las oportunidades de trabajar y que el sueldo que perciben los empleados no exista una circulación del dinero en el mismo cantón y esto afecta al desarrollo del mismo.

Se considera que en las farmacias que hoy existen en el cantón, el personal que vende no está inmiscuida en el área ya que es una persona que por el pasar del tiempo ha ido aprendiendo pero no tiene un conocimiento o un estudio en el área

para medicar y vender los fármacos, se podría manifestar que la persona vende los fármacos empíricamente mas no porque sabe de cómo está compuesto y que beneficios tiene cada producto que ella ofrece, este es uno de los más grandes problemas que tiene esta y muchas farmacias pero el problema mayor que se puede visualizar claramente en la atención al cliente ya que no tiene la forma ni la manera para atender a los clientes y no solo es en una farmacia sino es en general por que la actitud de muchas las personas que tienen las farmacias son pésimas no existe una buena atención al público, pero por falta de otra farmacia la gente debe comprar.

Otro inconveniente en las farmacias que actualmente se encuentran aperturadas en el cantón, es que no ofrecen un servicio a domicilio y tampoco existe descuentos, ni existe constantes promociones para vender los productos de la farmacia y esto es un problema para la sociedad en esta situación económica que se encuentra atravesando no solo el cantón sino en el país y el mundo entero en relación a la crisis económica que se afronta actualmente se ve la necesidad de optar por tener precio económico y de calidad para que así pueden ser accesible a todos los consumidor que requieran de los fármacos.

Es por esta y mucho más razones la creación de una farmacia en el sector, tiene el fin de solucionar los problemas que tienen los pobladores de la parte sur y este del cantón Saquisilí y sus alrededores del mismo, a su vez cabe mencionar que el lugar donde va estar ubicado es un punto estratégico para el acceso al público que viven en la parte sur y este del cantón, ya que existen personas que salen e ingresan a la parroquia de Chantilin, así como las personas que viajan a diferentes parroquias de Latacunga como son Cuicuno, Toacaso y Sigchos y que tienen que cruzas obligatoriamente por Saquisilí ya estas personas les quedaría más cerca comprar en la nueva farmacia que ingresar al centro por un medicamento y si no existe en la una farmacia dar una vuelta grande para ir en busca de otra farmacia hasta encontrar el fármaco que buscan, considerando que no todas las personas que compran los medicamentos son jóvenes o adultos sino se debe considerar a las personas de la tercera edad que ellos son los más vulnerables y que al no encontrar en una farmacia deberían ir a otra a buscar su medicamento.

Formulación del problema

¿De qué manera la escases de farmacias y la alta demanda insatisfecha que existe en el sector y sus alrededor, inciden en la factibilidad para crear una farmacia en la parte sur de la cabecera cantonal de Saquisilí?

Objetivo General

Proponer la creación de una farmacia en la parte sur de la cabecera cantonal de Saquisilí, provincia de Cotopaxi.

Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente emprendimiento y farmacia desde el punto de vista de varios autores.
- Realizar un estudio de mercado que determine la situación actual de la oferta y la demanda para la creación de una farmacia en la parte sur de la cabecera cantonal de Saquisilí, provincia de Cotopaxi.
- Desarrollar el estudio técnico, administrativo, financiero y legal, para determinar la creación de una farmacia en la parte sur de la cabecera cantonal de Saquisilí, provincia de Cotopaxi.

Tareas

Tabla 1 Objetivos

Objetivo	Actividad (tareas)	Resultado Esperado
Objetivo específico 1: • Fundamentar teóricamente emprendimiento y farmacia desde el punto de vista de varios autores.	• Investigar la bibliografía a ser utilizada en el proyecto.	• Construcción del marco Teórico
Objetivo específico 2: • Realizar un estudio de mercado que determine la situación actual de la oferta y la demanda para la creación de una farmacia en la parte sur de	• Realizar encuestas • Determinar el mercado objetivo • Analizar el entorno • Plantear las Estrategias de mercado	• Estudio Metodológico

la cabecera cantonal de Saquisili, provincia de Cotopaxi.		
Objetivo específico 3: <ul style="list-style-type: none"> • Estructurar el estudio de factibilidad administrativa, financiera y legal, que determine para la creación de una farmacia en la parte sur de la cabecera cantonal de Saquisili, provincia de Cotopaxi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar la distribución de estanterías y modulares en el local (farmacias). • Realizar un estudio administrativo de la empresa. • Realizar el análisis financiero del proyecto • Establecer los requisitos que se necesita para la apertura de la farmacia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Marco Propositivo

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Etapas

Tabla 2 Etapas de Objetivos

Etapas	Descripción
Etapa 1: Construcción del Marco Teórico	Se analizó diferentes autores para conocer el desarrollo del presente proyecto.
Etapa 2: Estudio de Factibilidad	Realización de la metodología para conocer el mercado objetivo al cual nos vamos a desarrollar.
Etapa 3: Marco propositivo	Se analizó los referentes teóricos así como se tomaron la factibilidad del negocio y se desarrolla si el empresa es factible o no

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Justificación

Con el presente estudio se pretende solucionar los problemas que abarca la ciudadanía Saquisilense en especial la parte sur del cantón Saquisili (barrio Unión Panamericano, El camal.), así como el de la parroquia Chantilin (la Parroquia, Unión Narvárez, Chantilin Grande, Chantilin Chico, San Francisco), con la implementación de una nueva farmacia se podrá contribuir al desarrollo del sector tanto en la parte económica, social y en la prestación de un nuevo servicio que contribuya a la colectividad.

Al crear un nuevo emprendimiento se establece una conexión con el desarrollo económico del cantón, no solo para la persona que emprende sino para las demás personas ya que se genera nuevas fuentes de empleo así como nuevos recursos tecnológicos que ayudan a solventar diferentes problemas que la ciudadanía tenga, en este ámbito se podría manifestar que al crear la nueva farmacia estarías contribuyendo al desarrollo socioeconómico del Cantón.

Es importante que exista una nueva farmacia en la parte sur del cantón Saquisilí, ya que la población sigue aumentando y la necesidad que existe en la población por optar un servicio más cerca a su domicilio es cada día más, y que mejor si esta farmacia se encuentra más cerca de las personas con un servicio de calidad y precios acorde al mercado. Cabe mencionar también que en la nueva farmacia existirá gran variedad de fármacos desde el nivel alto al nivel más bajo para así poder estar al alcance de toda la ciudadanía.

Por otro lado hay que mencionar que con una nueva farmacia estaríamos aportando a mejorar la calidad de vida del ser humano donde se ayudara a precautelar la salud y bienestar de las personas estableciendo productos farmacéuticos de calidad y comprobada, siendo este que se encuentre al alcance de la ciudadanía, así como de la misma manera ellos puedan adquirir los fármacos inmediatos y cerca de sus domicilios sin tener que pasar tiempo y gastar más dinero por ir a buscar un fármaco en la parte norte del cantón.

Se debe mencionar que al desarrollar un estudio de factibilidad se podrá determinar la viabilidad y rentabilidad del negocio, es por ello que en el presente trabajo investigativo se determinara la factibilidad de la creación de una nueva farmacia en la parte sur del cantón Saquisilí provincia de Cotopaxi, todo ello a través de los factores que arrojen del estudio técnico, administrativo, financiero y legal para determinar si es rentable la colocación de la nueva farmacia en el sector antes mencionado.

La creación de una nueva farmacia en el Cantón Saquisilí, beneficiara a la población de la parte sur del cantón, como a la ciudadanía de la parroquia Chantilin ya que se podrá ayudar al alivio de sus dolencias así como se estaría contribuyendo

al desarrollo comercial del cantón y el cual permitirá generar más fuentes de empleo.

Metodología

Para cumplir con los objetivos planteados en la presente investigación se utiliza la siguiente metodología, con el fin determinar aspectos necesarios para la realización del presente proyecto de desarrollo, el cual se ha visto oportuno realizar un estudio para identificar si la farmacia es factible o no y que productos se puedan ofrecer en la misma.

Enfoque y Alcance

El enfoque de la presente investigación será cualitativo con un método Inductivo – Deductivo el cual nos ayudara a la generación de la segmentación del mercado, así como en esta investigación se aplicara la investigación aplicada en donde se podrá medir diferentes variables para pronosticar los comportamientos que van a ser útiles al servicio de la empresa que se va a crear, así como se determinara la viabilidad del proyecto.

Enfoque cuantitativo

Según (León, 2004) menciona que es la toma como centro de su proceso de investigación a las mediciones numéricas, utiliza la observación del proceso en forma de recolección de datos y los analiza para llegar a responder sus preguntas de investigación. Utiliza la recolección, la medición de parámetros, la obtención de frecuencias y estadígrafos de la población que investiga para llegar a probar las Hipótesis establecidas previamente.

Mismo que el enfoque cuantitativo busca recolectar hechos, fenómenos y casos actuales que ocurren en el sector urbano del Cantón Saquisilí, provincia de Cotopaxi.

Enfoque cualitativo

Según (Honduras, 2015), menciona que es la recolección de datos sin medición numérica como las descripciones y las observaciones para descubrir o afinar las preguntas de investigación en el proceso de interpretación.

Este tipo de enfoque se utilizara para el análisis e interpretación de resultados de los instrumentos de la investigación, realizado a las diferentes personas involucradas en la parte urbana del Cantón Saquisilí.

Tipo de investigación

Para la presente problemática los tipos de investigación que serán utilizados serán los siguientes:

Investigación de campo

De acuerdo (Arena, 1997) manifiesta que a la investigación de campo, como el área de las ciencias sociales y psicológicas, una de sus técnicas son utilizadas para la recolección de datos complementarios en otras áreas de la ciencia, por ende una de las técnicas que se utiliza en la investigación, es la encuesta ya que la misma ayuda a la obtención de información acerca del tema que se está manejando, es por ello que la presente investigación se realizara en la Provincia de Cotopaxi, Cantón Saquisilí, barrio Centro de la parte Urbana del mismo, mediante una encuesta que se implementara a los habitantes del cantón.

Investigación Bibliográfica

Mediante el estudio bibliográfico se plantea una investigación que busca conocer las contribuciones científicas del pasado, por lo que esto ayudara aportar en los conceptos relacionados a emprendimientos de farmacias, el cual se recurre a fuentes bibliográficas como libros, revistas, folletos así como contenidos de páginas web como son tesis, artículos científicos relacionados al tema propuesto, siendo esto participe del marco teórico.

Investigación descriptiva

Se describe la realidad que se presenta en el sector urbano del cantón Saquisilí, es decir de donde surge la problemática de pocas farmacias en el sector urbano, así como la situación en las que se encuentra las farmacias y cuales son debilidades del mismo para ser mejoradas.

Población y Muestra

Componentes de población o área o sección que se tomaran para la investigación serán los N° de habitantes de la parte Urbana del cantón Saquisilí que son 5.234, que estos datos son tomados del INEC.

Técnicas e instrumento de recolección de datos

La técnica que se utilizara en el presente trabajo será las encuestas.

Encuesta

Según (León, 2004), menciona que los etnógrafos utilizan la encuesta como técnica que le posibilita descubrir los componentes de los mundos de sus participantes y los constructos con arreglo a los cuales esos mundos están estructurados.

Para realizar el análisis del grado de información estadístico que tienen las farmacias en el cantón Saquisilí, es la encuesta ya que se maneja un instrumento como es el cuestionario dirigido a los habitantes y colaboradores de la farmacia.

La misma técnica se utiliza para la recopilación de información sobre el perfil económico, preferencias, conocimientos de los servicios y productos fármacos que más se utilizan, a su vez el modelo de encuesta que será aplicado en la muestra de la población del cantón Saquisilí será tomado de la tesis realizado por (Mejía, Estudio de Factibilidad para la creación de una farmacia en el cantón Pichincha, provincia de Manabí, 2015), considerando que las preguntas serán abiertas y cerradas.

Instrumento

Para (Tamayo, 2005) menciona en su documentó que es importante seleccionar instrumentos seguros de medición con el propósito de cuantificar los comportamientos y atributos que habrán de estudiarse, es por ello que menciona que los instrumentos, son como una ayuda o una serie de elementos que el investigador construye con la finalidad de obtener la información, facilitando así la medición de los mismos.

Herramienta de medición de datos

Para la obtención de información que sustentara el desarrollo de la investigación, se acudirá a través del Programa del SPSS el cual nos facilitara a la tabulación de datos y el análisis del mismo.

Cabe mencionar que la interpretación de los resultados se obtendrá de fuentes directas y verídicas de cada ciudadano, para lo cual se presenta en el anexo imágenes del trabajo en campo que se realizara así como más adelante se presentara la tabulación e interpretación de los resultados obtenidos por las encuestas realizadas.

CAPÍTULO I.

FUNDAMENTACIÓN TEORICA

1.1. Antecedentes

Se procede a describir referencias de estudios realizados en otras instituciones las cuales aportan en el desarrollo de la presente investigación, considerando que estas investigaciones se han realizado en diferentes provincias del Ecuador y se ha obtenido muy buenos resultados al final de la investigación realizada, para ello se presenta tres investigaciones realizadas que a continuación se detallan:

La presente investigación se desarrolló en la ciudad del Loja siendo un *“Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia móvil de servicio a domicilio para la ciudad de Loja”*, investigado por los Ingenieros Rosa Elizabeth Armijos Briceño & Marco Vinicio Chamorro Gómez, con una metodología científica, deductiva, inductiva, analítica y descriptiva, mimas que se pudo demostrar una demanda que no es atendida en la ciudad de Loja; es decir el servicio que se ofrece está de acuerdo a las necesidades y exigencias del usuario en cuanto a calidad y precio.

La presente investigación se desarrolló en la provincia de Manabí siendo un *“Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia en el cantón Pichincha, provincia de Manabí, año 2015.* Investigada por la Ingeniera Narcisa Risible Chávez Mejía, con una metodología Inductiva que lleva a la recolección de información mediante la encuesta, el deductivo en donde se visualiza la parte viable y rentable de la inversión, el analítico donde se analiza la factibilidad de la empresa

y estadístico donde se recogió datos estadísticos en la recopilación de datos a través de la encuesta realizada.

La presente investigación se desarrolló en el cantón Milagro siendo un *“Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia con Franquicia de la cadena farmacéutica cruz azul en el sector de La av. Amazonas del cantón milagro”*, investigada por los ingenieros Miguel Ángel Andrade Herrera & Carlos Francisco Sacoto Fuentes, con una metodología de observación, Inductivo, deductivo, síntesis y estadístico, en donde se recogió premisas lógicas posibles comportamientos del objeto estudiado, generalidades que podrían ser aplicadas en situación futuras así como recopilación de teorías existentes para el análisis de la causa efecto del planteamiento inicial.

1.2. Fundamentación epistemológica

Para fundamentar teóricamente esta investigación, se han revisado algunas variables que aportaran al desarrollo del presente trabajo, considerando que se va a ver reflejado la historia de cómo fue evolucionando el emprendimiento y como está compuesto el estudio de factibilidad:

1.2.1. Emprendimiento

Según (Moreno, 2015) menciona en su libro a Hashimoto, en donde el emprendimiento está relacionado con la transferencia de recursos económicos de un sector de menor productividad a sectores de mayor productividad y un mayor rendimiento.

Por otra parte según Venkatamara que es citado por (Posada, 2017) es aquella persona que es capaz de sospechar una posibilidad futura de empresa dentro de una estructura de macro fuerzas y tendencias, toma las decisiones necesarias para cambiar el futuro en una situación actual, sin registrarse por los recursos que tenga a su disposición.

De acuerdo al autor menciona que emprendimiento es tomar riesgos y empezar algo nuevo en donde se toma peligros, relaciona tiempo, dinero y el trabajo arduo

para que el negocio funcione y tenga un buen éxito, cabe destacar que el hacer un emprendimiento no siempre va hacer viable puesto que después de un determinado tiempo esto ya no puede funcionar y el emprendimiento puede caer.

1.2.1.1. Características

Según Gonzales y Parra que menciona (Posada, 2017), menciona que el despliegue del espíritu empresarial ha convertido el emprendimiento en unos de los factores claves para el desarrollo de las nuevas empresas en la actual economía de la globalización. Este espíritu empresa implica salir del confort, demanda retar el *statu quo*, salirse de los paradigmas preconcebidos que han moldeado la cultura de los pueblos y, por sobre todo, requiere un gran cambio personal, que indudablemente generara las características que diferencian al emprendedor de quien no es. La tarea no es fácil pues exige modificar no solo los comportamientos cotidianos, sino moldear nuevas estructuras mentales que le permitan analizar los problemas desde múltiples perspectivas y pensar en soluciones creativas e innovadoras, para ello la persona debe tener las siguientes características de la actitud emprendedora como es la motivación, optimismo, iniciativa, visión, perseverancia, confianza en sus ideas, proactiva, tolerancia al fracaso, asumir riesgos.

1.2.1.2. Emprendimiento

De acuerdo a la ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación en su Artículo 3 de definiciones menciona que emprendimiento es un proyecto con antigüedad menor a cinco años que requiere recursos para cubrir una necesidad o aprovechar una oportunidad y que necesita ser organizado y desarrollado, tiene riesgos y su finalidad es generar utilidad, empleo y desarrollo. (Asamblea Nacional República del Ecuador, 2020, pág. 4)

1.2.2. Idea de Negocio

Según (Trenza, 2019) “Idea de negocio son un producto o servicio que se puede ofrecer en el mercado, es decir que se puede vender y obtener un beneficio a cambio”.

Según (Barrera, 2013) “La idea de negocio es el producto o servicio que quiero ofrecer al mercado, es el medio para atraer a la clientela y obtener así beneficio económico, construyendo así una oportunidad de negocio y lo que a la hora de llevarla a la realidad la creación de la Pyme.

De acuerdo a los autores mencionan que una idea de negocio es muy importante para iniciar un proyecto empresarial, lo cual dependerá mucho de su éxito o no en el mercado para que pueda la empresa mantenerse en el mercado, ya que la idea es conocer lo que necesita el cliente y que pueda satisfacerse el cliente al momento de comprar el bien o servicio.

1.2.3. Proyecto de factibilidad

Un proyecto debe estar valorada en tres formas principales como es operacional, técnicamente y económicamente, a su vez hay que considerar que el proyecto de factibilidad no es un estudio de sistema completo ya que este estudio de factibilidad se utiliza para obtener datos burdos para la administración y esto a su vez les permita tomar decisiones sobre si se debe continuar con el estudio. (Kendall, 1997)

De acuerdo al autor menciona que el proyecto de factibilidad es la recolección de información de datos los cuales permitan determinar una decisión si es factible o no hacer realidad el negocio o servicio que se está estudiando en su momento.

1.3. Fundamentación del estado del arte.

1.3.1. Estudio de Mercado

Para (Miranda, 2003) El estudio de mercado es la recopilación y análisis de antecedentes que permiten determinar la convivencia o no de ofrecer un bien o servicio para atender una necesidad, además es conveniente tener una noción amplia del mercado incluyendo todo el entorno que rodeara a la empresa, consumidores, usuarios, proveedores, competidores y limitaciones de tipo político, legal, económico o social.

Según el autor el estudio de mercado consiste en analizar y estudiar la viabilidad de un proyecto empresarial mismo que le permite a la persona apuntar bien antes de disparar es decir conocer el mercado donde se va a colocar la empresa o servicio que va a brindar.

1.3.1.1. Demanda

Según (Cabezas, 2005) manifiesta a la demanda de un bien o servicio como la cantidad que requiere los compradores para satisfacer sus necesidades a un precio determinado en el mercado.

1.3.1.2. Oferta

Según (Canelos, 2006), menciona que “Se entiende por oferta a la disposición o el comportamiento del oferente a estar dispuesto a vender su producto o servicio a un precio determinado.

1.3.1.3. Muestreo

El muestreo es el proceso de extraer una muestra a partir de una población, para trabajar con una muestra proporciona muchas ventajas tales son el ahorrar tiempo, reducir costos, posibilita mayor profundidad y exactitud en los resultados sin embargo también tiene algunos inconvenientes ya que es dificultoso, puede ser una muestra mal seleccionada o sesgada en donde distorsiona los resultados, las limitaciones propias del tipo de muestreo. (Arístides Alfredo Vara Horna, 2010)

1.3.1.4. Calculo de la Muestra

De acuerdo a (Arístides Alfredo Vara Horna, 2010) menciona que calcular el tamaño de la muestra depende de qué tipo de investigación se está realizando, si es una investigación cualitativa o cuantitativa, el procedimiento variara.

De acuerdo al autor en la presente investigación se desarrollara una investigación cuantitativa en donde se deberá aplicar la fórmula que consiste en el tamaño de la muestra, el tamaño de la población, el nivel de confianza, el tamaño aproximado de la proporción (p, q), y el error máximo permitido.

1.3.1.5. Estrategia de mercado

Es una forma de ganar ventaja favorable ante las demás farmacias, en donde se pueda llamar la atención del cliente para que pueda acceder a los fármacos de la nueva farmacia considerando que las estrategias deben ser las correctas que se ajusten a las capacidades organizacionales y oportunas del medio externo.

1.3.1.5.1. Precio

Según (Cordova, 2006), menciona que se lo define como la manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios o como la cantidad de dinero que es necesario entregar para adquirir un bien.

1.3.1.5.2. Plaza o distribución

Es el proceso que la farmacia realiza para transportar el fármaco hacia el consumidor o usuario con la intervención de canales de distribución, asegurando de esta manera que el fármaco llegue al lugar adecuado, en el momento y en las condiciones adecuadas.

1.3.1.5.3. Promoción

Según (Thompson, Misión y Visión, 2020), menciona que la promoción es una herramienta táctica-controlable de la mezcla o mix de mercadotecnia (4 p's) que combinada con las otros tres herramientas (producto, plaza y precio) genera una determinada respuesta en el mercado meta para las empresas, organizaciones o personas que la utilizan.

1.3.1.5.4. Publicidad

La publicidad es considerada como una de las más poderosas herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que es utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a su grupo objetivo. (Thompson, Diccionario de Marketing, de Cultura S.A., 2005)

1.3.1.6. Producto

Según (Thompson, Diccionario de Marketing, de Cultura S.A., 2005), menciona que es cualquier objeto, servicio o idea que es percibido como capaz de satisfacer una necesidad y que representa la oferta de la empresa. Es el resultado de un esfuerzo creador y se ofrece al cliente con unas determinadas características. El producto se define también como el potencial de satisfactores generados antes, durante y después de la venta, y que son susceptibles de intercambio. Aquí se incluyen todos los componentes del producto, sean o no tangibles, como el envasado, el etiquetado y las políticas de servicio.

Según el autor menciona que es todo aquello que se ofrece en una empresa al mercado para satisfacer las necesidades de los clientes, y no solo está en la venta sino en el seguimiento del cliente para saber la satisfacción que tuvo el cliente y asegurándose si va a volver.

1.3.1.7.Servicio

Para (Sandhusen, 2002), menciona que los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo.

1.3.1.8.Cliente

Según el (Thompson, Diccionario de Marketing, de Cultura S.A., 2005), menciona que se define a la persona u organización que realiza una compra. Puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro, como el caso de los artículos infantiles. Resulta la parte de la población más importante de la compañía.

1.3.1.9.Mercado

Según el (Thompson, Diccionario de Marketing, de Cultura S.A., 2005), menciona que el mercado son "todos los consumidores potenciales que comparten una determinada necesidad o deseo y que pueden estar inclinados a ser capaces de participar en un intercambio, en orden a satisfacer esa necesidad o deseo.

1.3.1.10. Segmentación

De acuerdo a (Association, 2020), menciona que la segmentación como el proceso de dividir un mercado en diferentes subconjuntos de consumidores que se comportan de la misma manera o tienen necesidades similares.

1.3.2. Estudio Técnico

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita. (Rosales, 2005)

De acuerdo al autor menciona que el estudio técnico se identifica más a la parte operativa de la empresa es decir cómo va hacer operado la elaboración de los productos o servicios que se van a prestar por parte de una empresa.

1.3.2.1. Tamaño

Como lo hace notar (Orozco, 2016) menciona que la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto, y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos para alcanzar un volumen de producción óptimo, la definición del tamaño debe adecuarse a la naturaleza de cada proyecto.

1.3.2.2. Localización

Según (Orozco, 2016), menciona que el objetivo que persigue la localización del proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio, esta parte es fundamental porque una vez localizado y construidas las instalaciones del proyecto no es una cosa fácil para cambiar de domicilio.

1.3.2.2.1. Macro localización

Según (Orozco, 2016) menciona que tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, y debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto.

Micro localización

Abarca la investigación y comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa, se debe indicar el sitio preciso del proyecto en un plano de la ciudad, considerando las variables mencionadas anteriormente en un mayor detalle (costos de terreno, facilidades de acceso a servicios públicos, facilidades administrativas o legales, etc.). Cuando se hace el estudio a nivel de perfil, basta con identificar la zona para efectos de localización. (Orozco, 2016)

1.3.2.3. Ingeniería del Proyecto

Según el mismo autor Orozco menciona que un mismo producto puede producirse de muchas maneras diferentes, desde el extremo de un proceso manual hasta otro totalmente automatizado. Durante la etapa de perfil no se suele definir la tecnología óptima, sin embargo, durante la formulación debe considerarse este problema, de manera tal que la definición concreta del proyecto en su etapa de factibilidad se realice teniendo la certeza que la tecnología adoptada en los análisis previos de factibilidad sea la óptima.

1.3.3. Estudio Administrativo

Es proporcionar las herramientas necesarias para administrar adecuadamente una empresa; cuando esta última se encienda ya en funcionamiento y si aún no se inician las actividades de la misma, marca el rumbo a seguir en su administración. Las empresas que inician operaciones deben comenzar su estudio administrativo con la definición de su misión, visión, metas, objetivos, es decir con la definición de una administración estratégica. (Estudios y Más S.A.)

De acuerdo al autor menciona que el estudio administrativo es ya formar y tener clara las operaciones de la empresa, a donde quieren llegar y como lo van a conseguir siempre y cuando la empresa este bien formada estructuralmente, económicamente y legalmente ya que son estos parámetros muy importantes en una empresa.

1.3.3.1. Organización Legal

La organización legal se refiere al proceso en el cual las personas asumen responsabilidades y toman sus propias decisiones con el fin de llegar a cumplir sus objetivos planteados.

1.3.3.1.1. Nombre de la empresa

Define el nombre o marca con el cual va hacer representada e identificada una institución pública o privada que este ofrezca al público en general un servicio tangible o intangible.

1.3.3.1.2. Logotipo

Según (Morales, Romo, & Montmany, 2016) manifiestan que es la plasmación tipográfica y simbólica del nombre de la empresa y, en cierto modo, también de su filosofía. Forma parte de su identidad visual.

1.3.3.1.3. Slogan o Isotipo

De la misma manera (Morales, Romo, & Montmany, 2016) mencionan que tradicionalmente se refiere a la parte simbólica o icónica de las marcas; son iconos que, o bien se presentan solos o, según algunos autores, pueden acompañar la tipografía llegando a integrar el logotipo.

1.3.3.1.4. Filosofía corporativa

1.3.3.1.4.1. Misión

Son los objetivos que persigue toda empresa misma que en su momento fueron planteados por la organización.

1.3.3.1.4.2. Visión

De acuerdo a (Morales, Romo, & Montmany, 2016) manifiestan que es la idea global que tiene la empresa para la consecuencia de sus objetivos y metas, una especie de principios básicos por medio de los cuales pueden conseguir sus objetivos finales.

1.3.3.1.5. Valores corporativos

Según (Morales, Romo, & Montmany, 2016) mencionan en su libro a Bertrán de 1991 en donde indica que son los ejes de la conducta de la empresa, ya

que sobre estos se fundamenta toda la estructura organizacional. Son las normas y los criterios que se presentan como indiscutibles y que son utilizados por los miembros de la organización para interpretar su realidad.

1.3.3.2. Organización Administrativa

Se refiere a estructurar e integrar recursos y órganos encargados en la administración de la empresa, considerando las relaciones que tienen entre sí, así como atribuirles responsabilidades como funciones que deben cumplir dentro de la misma.

1.3.4. Estudio Económico

Según (Salas, 2008), menciona que es un conjunto de técnicas utilizadas para diagnosticar la situación y perspectivas de la empresa con el fin de poder tomar decisiones adecuadas. De esta forma, desde una perspectiva interna, la dirección de la empresa puede ir tomando las decisiones que corrijan los puntos débiles que pueden ir tomando las decisiones que corrijan los puntos débiles que pueden amenazar su futuro, al mismo tiempo que se saca provecho de los puntos fuertes para que la empresa alcance sus objetivos.

1.3.4.1. Inversión

Es la etapa del ciclo del proyecto en la cual se materializan las acciones, que dan como resultado la producción de bienes o servicios y termina cuando el proyecto comienza a generar beneficios, la inversión se realiza en un periodo de tiempo determinado y generalmente termina con un producto o con los elementos necesarios para prestación de un servicios, en otras palabras el periodo de inversión se inicia en el momento en que se toma la decisión de ejecutar el proyecto y termina cuando el proyecto entra en operación. (Orozco, 2016)

1.3.4.2. Costos

Según (Newton, 1964), menciona que es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado (costos hundidos), en el presente (inversiones), en el futuro (costos futuros) o en forma virtual (costos de oportunidad).

1.3.4.2.1. Inversión Inicial

De la misma manera (Newton, 1964) menciona que la inversión inicial comprende de la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo.

1.3.4.2.2. Costos fijos y variables

Los costos fijos son aquellos que permanecen constantes en la actividad de la empresa, a comparación de los costos variables, ya que estos varían de acuerdo a la producción o actividad que se desarrolla en la empresa.

1.3.4.2.3. Capital de Trabajo

El capital de trabajo se define como la diferencia aritmética entre el activo circular y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar crédito en las primeras ventas y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa. (Newton, 1964)

1.3.4.3. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio se refiere al volumen de ventas en donde se ve reflejado a través de un gráfico en donde se visualiza una línea inclinada y se puede visualizar en la parte de arriba la utilidad y en la parte de abajo se verá reflejado la

perdida, cabe recalcar que los ingresos por ventas son iguales a la suma de los costos fijos como de los variables.

1.3.4.4. Ingresos

Citando al mismo autor menciona que los ingresos con la evolución económica de la organización, se genera ingresos, sean estos por ventas, por interés de dineros prestados a terceros, por actividades que no estén relacionadas con el objeto social de la empresa, los ingresos representan las capacidad de generación interna de recursos y son una fuente natural para la compañía. (Alexander Guzmán, 2005)

De acuerdo al autor menciona que los ingresos es el recurso económico que ingresa a la empresa y estos a su vez incrementa el patrimonio neto de la empresa considerando también que es la recuperación de un activo que en su fue pasivo para empresa.

1.3.4.5. Depreciación

Según el libro (Newton, 1964) menciona en su capítulo cuatro que el termino depreciación tiene exactamente la misma connotación que amortización, pero el primero solo se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos; es decir, se deprecian, es decir que con el uso estos bienes valen menos.

1.3.5. Estudio Financiero

Según (Hernández, 2005), define el análisis financiero como una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, que facilita el diagnóstico de la situación actual y la predicción de cualquier acontecimiento futuro; a su vez está orientado hacia la consecución de objetivos preestablecidos.

De acuerdo al autor es la interpretación de la información contable de una empresa u organización con el fin de diagnosticar su situación actual y proyectar su desenvolvimiento futuro.

1.3.5.1. Financiamiento

El financiamiento no es más que un préstamo que realiza la empresa a otra entidad con el fin de cubrir cualquiera sus necesidades económicas, ayudando de esta manera a cubrir el rendimiento su inversión.

1.3.5.2. Flujo de fondos netos

Los flujos de fondos netos son las cantidades que se usan en la evaluación económica, es decir mientras mayor sea los flujos menor será la rentabilidad de la empresa.

1.3.5.3. Estados Financieros

En este estudio se va a recoger y cuantificar toda la información que ya se viene investigando, en donde se revisara el estudio de mercado, el estudio técnico y el estudio organización, posterior a ello ya se involucra la inversión que se va a realizar en el proyecto y que a continuación en este estudio se detallara más adelante.

1.3.5.4. Estado de Resultados

Según (Newton, 1964) menciona que el estado de resultados son los que calculan la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restado a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que deba pagar.

1.3.5.5. Activos fijos

Según el mismo autor (Alexander Guzmán, 2005), menciona que los activos fijos tienen esencia dos características básicas como son los bienes y derechos de las empresas con carácter de permanencia y está relacionado con el objeto social del negocio; es decir, con la razón de ser del ente económico estudiado.

De acuerdo al autor se puede mencionar que los activos fijos es la parte tangible de la empresa es decir los bienes de la empresa en donde se pueda tocar o palpar y que no pierde su valor por su uso.

1.3.5.6. Valor Actual Neto (VAN)

Según (Herrera, Velasco, Denen, & Radulovich, 1994), menciona que el Valor Actual Neto el criterio es útil para trabajar con planes de producción a largo plazo, ya que los ingresos y desembolsos sufren cambios constantes. El valor actual neto consiste en sumar todos los ingresos y costos futuros debidamente descontados por una tasa de interés.

1.3.5.7. Tasa Interna de retorno (TIR)

La tasa de interés se expresa en forma de porcentaje para un periodo de tiempo determinado, al desarrollar la ecuación, el resultado será un número decimal que se multiplica por 100 para llevarlo a porcentaje, en forma inversa, cuando la tasa de interés, expresada como porcentaje, se utiliza en cualquier ecuación matemática se hace necesario convertirla en número decimal. (Orozco, 2016)

1.3.5.8. Relación Beneficio y Costo

Según (Herrera, Velasco, Denen, & Radulovich, 1994, pág. 43) menciona que esta razón indica el retorno en dinero obtenido por cada unidad monetaria invertida. Por definición, resulta de dividir el ingreso bruto entre el costo total. En el caso de analizar la factibilidad de tecnologías nuevas a través de un presupuesto parcial, este índice se puede calcular tomando en cuenta solo los costos variables y no los costos totales (que incluyen los costos fijos) pues la mayor parte de las veces son los únicos costos que son afectados por la introducción de la tecnología. Cuando la relación es igual a 1 los productos no gana ni pierde al realizar el cambio tecnológico. Relaciones mayores a 1 indican pérdida.

1.3.6. Estudio legal

Busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de los Planes de Desarrollo, Planes de Ordenamiento Territorial, normas relacionadas con localización aspectos presupuestales, ambientales, uso de patentes, legislación tributaria, aspectos laborales y contratación, entre otros. (Salamanca, 2013)

De acuerdo a la (Normativa Técnica Funcionamiento de Farmacias y Botiquines Privados, 2017), menciona en su capítulo III y V lo siguiente:

Art. 4.- Los establecimientos farmacéuticos autorizados para la dispensación y expendio de medicamentos, se clasificarán en:

a. Farmacia

b. Botiquín.

Art. 5.- Toda farmacia para su funcionamiento deberá contar con un responsable técnico; quién será el responsable por cualquier incumplimiento del establecimiento correspondiente al ámbito de sus competencias descritas en esta Resolución.

Art. 6.- Para ser responsable técnico de farmacias, el profesional deberá registrarse en cualquier coordinación zonal de la ARCSA; para lo cual, la ARCSA verificará que su título académico se encuentre debidamente registrado en el MSP, y que corresponda a la denominación descrita en la Ley Orgánica de Salud.

Art. 7.- Los profesionales podrán ejercer la responsabilidad técnica de hasta tres establecimientos farmacéuticos en todo el territorio nacional siempre que la dedicación o carga horaria exigida lo permita, excepto los que sean propietarios de establecimientos farmacéuticos, que sólo podrán responsabilizarse además del propio establecimiento farmacéutico de uno adicional.

El responsable técnico supervisará y asesorará el establecimiento el tiempo que considere necesario a fin de cumplir con los deberes y obligaciones descritas en el presente reglamento.

Art. 8.- La ARCSA autorizará a cada profesional a ejercer la responsabilidad técnica de las farmacias de la zona donde reside, así como de las zonas inmediatamente aledaños al mismo.

Art. 9.- Las farmacias que no estén de turno atenderán al público mínimo doce horas diarias ininterrumpidas de lunes a viernes; y podrán atender sábados, domingos y feriados.

Las farmacias ubicadas en supermercados, comisariatos o que funcionen dentro de centros comerciales, no están sujetas al calendario de turnos establecido por la ARCSA.

Art. 10.- Los preparados oficinales y magistrales deberán ser preparados únicamente en una farmacia. Los preparados oficinales deberán elaborarse en base a lo descrito en las farmacopeas y formularios internacionales. Los preparados magistrales deberán elaborarse acorde a lo descrito en la receta del médico.

Art. 11.- Los responsables técnicos deberán garantizar el cumplimiento de los deberes y obligaciones para las farmacias en todo el territorio nacional, para lo cual deberán contar con un registro actualizado de su gestión y actividades en los establecimientos de los cuales es responsable ante la ARCSA.

Art. 12.- La ARCSA contará con un registro/expediente actualizado de los incumplimientos de las farmacias; así como del desempeño de cada responsable técnico en los establecimientos que representa.

Art. 13.- Las farmacias a través de su responsable técnico deberán reportar mensualmente los datos reales de la compra, existencia y venta de los medicamentos que contengan sustancias catalogadas sujetas a fiscalización dentro de los (10) diez primeros días hábiles del mes siguiente, de conformidad con lo descrito en la Ley Orgánica de Prevención Integral del Fenómeno Socio Económico de las Drogas y de Regulación y Control del Uso de Sustancias Catalogadas Sujetas a Fiscalización.

El reporte del movimiento de dispensación deberá ser enviado al correo electrónico de la Coordinación Zonal de la Agencia a la que pertenece el establecimiento, acorde a los lineamientos establecidos en el instructivo que la Agencia posee para el efecto.

Art. 14.- El permiso de funcionamiento otorgado por la ARCSA a las farmacias previo a su apertura corresponde a la calificación para el manejo de los medicamentos que contengan sustancias catalogadas sujetas a fiscalización.

Art. 15.- Son deberes y obligaciones de todas las farmacias en todo el territorio nacional, a través de la gestión de su responsable técnico:

- a. Brindar atención farmacéutica durante su permanencia en el establecimiento;
- b. Cumplir con las Buenas Prácticas de Farmacia y Dispensación en el establecimiento;
- c. Realizar junto al Representante Legal del establecimiento o su delegado una planificación adecuada para mantener un stock permanente de medicamentos en el establecimiento;
- d. Realizar junto al Representante Legal del establecimiento o su delegado una planificación adecuada para mantener un stock permanente de medicamentos genéricos en el establecimiento, conforme a las necesidades de salud de la población del sector donde se encuentra ubicada la farmacia;
- e. Realizar la supervisión permanente para el cumplimiento de los aspectos técnicos y legales al momento de la adquisición, recepción, almacenamiento, transporte, dispensación y expendio de medicamentos y demás productos sujetos a control y vigilancia sanitaria;
- f. Verificar que en el establecimiento se expendan productos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cuenten con su respectivo Registro Sanitario o Notificación Sanitaria Obligatoria;

- g. Supervisar y controlar que en el establecimiento se expendan únicamente los productos cuyo tiempo de vigencia no haya expirado;
- h. Supervisar que en el establecimiento se dispensen las concentraciones y presentaciones correctas, únicamente previa recepción de la receta médica suscrita por un profesional de la salud autorizado para los medicamentos de prescripción, así como los que contengan sustancias psicotrópicas y estupefacientes;
- i. Responsabilizarse del archivo cronológico, control y custodia de las recetas médicas dispensadas/ despachadas de medicamentos bajo prescripción, preparaciones magistrales y preparaciones oficinales; manteniendo para fines de control y vigilancia evidencia física o digital de las recetas médicas dispensadas por el lapso mínimo de cinco (5) años;
- j. Solicitar anualmente a la ARCSA la autorización para proceder a la destrucción de las recetas del año anterior;
- k. Responsabilizarse del archivo, control y custodia de las recetas físicas específicas de medicamentos que contienen sustancias estupefacientes y psicotrópicas dispensadas; y, reportar dentro de los diez (10) primeros días hábiles del mes siguiente a la ARCSA el movimiento de stocks de estos medicamentos;
- l. Verificar que la elaboración, almacenamiento y el expendio de todas las preparaciones magistrales que se soliciten bajo prescripción de un profesional de la salud autorizado, se realice adecuadamente;
- m. Notificar a sus proveedores en un plazo mínimo de sesenta (60) días previos a la fecha de caducidad de los medicamentos en general, medicamentos biológicos, medicamentos que contengan sustancias catalogadas sujetas a fiscalización, productos naturales procesados de uso medicinal y dispositivos médicos; quienes deberán retirar el producto del establecimiento, ya sea en su presentación comercial completa, envase primario completo, o fracción para proceder con su destrucción;
- n. Notificar a la ARCSA para proceder la destrucción a través del titular del registro sanitario o notificación sanitaria obligatoria de los productos caducados que no

fueron retirados por los proveedores al no cumplir con las condiciones señaladas en el numeral anterior;

o. Notificar a sus proveedores en un plazo mínimo de sesenta (60) días previos a la fecha de caducidad de los medicamentos en general, medicamentos biológicos, o medicamentos que contengan sustancias catalogadas sujetas a fiscalización, quienes deberán retirar el producto del establecimiento, ya sea en su presentación comercial completa, envase primario completo, ristra completa para posterior reposición, en un plazo máximo de treinta (30) días con productos de fecha de elaboración reciente;

p. Garantizar junto al Representante Legal con el cumplimiento por parte de la farmacia de los horarios de turnos que establezca la ARCSA;

q. Colaborar con el Sistema Nacional de Farmacovigilancia y el Sistema Nacional de Tecnovigilancia a través de la identificación, prevención y notificación ante la ARCSA, sobre los riesgos asociados a medicamentos y dispositivos médicos;

r. Ejecutar la capacitación del personal que labora en el establecimiento sobre aspectos técnicos de legislación aplicable, recepción, almacenamiento, dispensación y expendio de medicamentos y demás productos de uso y consumo humano autorizados; así como de las Buenas Prácticas de Farmacia y Dispensación. Se debe elaborar un cronograma de las necesidades de capacitación del personal, y se debe mantener evidencia física de las capacitaciones dictadas al personal;

s. Denunciar ante la ARCSA, cualquier incumplimiento o irregularidad de la normativa vigente y aplicable;

t. Supervisar que el establecimiento realice un control efectivo de plagas;

u. Supervisar que la infraestructura del establecimiento se encuentre en óptimas condiciones, garantizando el desarrollo de las actividades.

Art. 16.- En los supermercados o comisariatos que funcionen en zonas urbanas podrá instalarse una sección de medicamentos de venta libre o una farmacia,

debidamente identificada e individualizada.

La sección de medicamentos de venta libre no deberá estar junto a productos tóxicos, productos de higiene doméstica, alimentos en general y procesados, plaguicidas de uso doméstico u otros productos que puedan generar contaminación cruzada a los medicamentos; estos deberán estar en un área específica debidamente identificada en la que se podrá expender únicamente medicamentos de venta libre.

Art. 17.- Las farmacias que se instalen en estaciones de servicios o gasolineras deberán cumplir con todas los requisitos establecidos en la presente resolución y deberán contar con un área exclusiva e individual con la finalidad de evitar la contaminación de los productos.

De acuerdo al autor el estudio legal se basa a cumplir con las leyes, normativas que establecen en el gobierno, ministerios de Salud así como las que establecen en la ordenanza municipal, con la parte tributaria y con el ministerio de trabajo, con el fin de que la empresa está legalmente formada así como los trabajadores tengan todos los derechos de ley.

1.4. Conclusiones Capítulo I

- Se puede concluir que para conocer la factibilidad de un proyecto se debe considerar diferentes aspectos para poder conocer y tener claro a que se refiere con un estudio de factibilidad, de igual forma se debe colocar palabras claves en este trabajo.
- De la misma manera existen otros trabajos parecidos al que se está realizando y el cual el desarrollo del presente trabajo nos hace más posible con la ayuda del tutor como de los trabajos ya realizados aportar en el desarrollo de la presente tesis.
- De igual forma se concluye con el objetivo planteado de acuerdo al marco teórico, en donde se debía plantear y citar diferentes autores con respecto al tema a desarrollarse, considerando que este capítulo sería un manual para poder desarrollar ya la propuesta de nuestro tema.

CAPÍTULO II.

PROPUESTA ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Para la realización de la presente propuesta nos basaremos principalmente en los recursos claves que nos van ayudar a desarrollar de mejor manera el estudio de factibilidad para la creación de la farmacia en el sector urbano del Cantón Saquisilí, provincia de Cotopaxi, para ello se va a desarrollar la matriz Canvas (Ver Anexo 7) en donde se desglosa cada ítems para tener un desarrollo mejor el estudio de factibilidad de la creación de la farmacia.

Cabe mencionar que en este capítulo se podrá encontrar los factores más relevantes de la parte económica, técnica y organizativa para la creación de la farmacia mismo que se verá reflejado la viabilidad del proyecto así como sus oportunidades y amenazas del mismo, es por ello que se va a dar a conocer cinco parte principales y fundamentales para el desarrollo del mismo como es el estudio de mercado, el estudio técnico, estudio organización, estudio legal y el estudio Financiero.

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Resumen ejecutivo

El estudio de factibilidad se lo implemento con el fin de conocer si es viable o no la creación de una nueva farmacia en la parte sur del cantón Saquisilí, con ello se realizó un estudio de mercado a la oferta y demanda de los productos y servicios farmacéuticos que la farmacia pretende brindar, con el fin de ofrecerles a los ciudadanos productos y servicios que van de acuerdo a la necesidades de las personas.

Actualmente una farmacia es muy importante para la salud de las personas es por ello que en Saquisili existen pocas farmacias y las que se encuentran aperturas se encuentran en la parte céntrica como norte del Cantón y el servicio que prestan no son de una calidad excelente así como los productos que expanden en cada uno de ellos, por ello que la distancia con el gasto económico que realizan las personas para llegar a una farmacia es muy crítico sin contar con la falencia que existe en cada una de ellas es el servicio y la experiencia de las personas.

Dado estos antecedentes se propone la creación de una nueva farmacia en la parte sur del cantón Saquisili en donde se ofrezca un servicio y productos de calidad, con una localización extraordinaria y sus productos y servicios que se ofrecerá exclusivos y completos para que en la farmacia el ciudadano pueda encontrar todo y no tenga la necesidad de irse a otra farmacia a comprar. El nombre que se le dará a la nueva farmacia será MEDIFARMA, en donde se presentara productos y servicios de calidad, donde cada empleado será de acuerdo a su especialidad así como su atención sea de calidad y porque no mencionar los productos que se pretende ofrecer, serán productos al alcance del bolsillo, ofreciéndoles un servicio y promociones para que el usuario se sienta satisfecho al comprar en la farmacia.

2.1.1. Título del Proyecto

Creación de una farmacia en la parte sur de la cabecera cantonal de Saquisili, provincia de Cotopaxi.

2.2. Caracterización del mercado

El nombre de la nueva farmacia será MEDIFARMA, al cuidado de tu salud. Una farmacia que ofrece productos y servicios de calidad, adaptándose al alcance del bolsillo de la ciudadanía.

2.2.1. Localización de la farmacia

MEDIFARMA, está ubicada en la parte sur del Cantón Saquisilí, calle Abdón Calderón y Quito, la localización de la nueva farmacia es un lugar estratégico donde la ciudadanía pueda adquirir sus productos fácil y rápido.

2.2.1.1. Transporte

La nueva farmacia se encuentra ubicada en la mitad de las dos carreteras principales al ingreso del Cantón mismo que esta hace que el ingreso como egreso de la mercadería sea fácil de ubicarlos, así como el ingreso de las personas que laboraran tendrá un buen acceso al mismo.

2.2.1.2. Servicios básicos

El sector donde se pretende colocar la nueva farmacia cuenta con todos los servicios básicos tales son de luz, agua, alcantarillado, internet, tv cable y servicio de seguridad privada.

2.2.1.3. Recursos

Los recursos que se va a utilizar en la nueva farmacia será los recursos humanos que estarán optados por las personas que laboren en la farmacia, los recursos tecnológicos mismo que serán los equipos de cómputos así como de los sistemas que se van a manejar dentro de la farmacia, por otro lado también se ve el recurso económico que los accionistas inyectaran a la farmacia para poder ingresar la mercadería a la farmacia y esta no tenga escases de productos.

Materia prima

Se buscare nuevos proveedores que provengan de fármacos que más se utilizan en el mercado competitivo y las mismas se pueda ofrecer al cliente el momento de la compra.

2.2.1.4. Mano de obra

Para la mano de obra se contratara gente netamente del Cantón Saquisili, mismo que existe muchas personas capacitadas para ocupar estos puestos de trabajo, los mismos que será personas profesionales y de acuerdo al puesto que se va a ocupar deberán tener sus estudios los mismos que se procederá a contratar y a publicar de acuerdo al manual de funciones que se describe más adelante. (Ver Anexo 5)

2.2.2. Sector

El sector donde se va ubicar MEDIFARMA es un lugar estratégico para su apertura mismo que no se encuentra a su alrededor ninguna otra farmacia y la competencia está fuera del sector donde se pretende colocar a nueva farmacia, es por ello que se pretende brindar un servicio completo con alianzas de diferentes ramas medicas de salud.

2.2.3. Mercado

El segmento al que se enfoca MEDIFARMA es a la ciudadanía Saquisilence en general, así como a personas que están de pasada a las parroquias de Chantilin, Cuicuno, Toacaso y Sigchos.

2.2.4. Descripción del producto

Para conocer las necesidades que tienen los ciudadanos Squisilences se realizó una investigación de los productos y servicios que más necesita la ciudadanía, es por ello que se pretende brindar los fármacos más utilizados en la salud de los ciudadanos como es brindar medicamentos como vitaminas, analgésicos, antigripales, anticonceptivos, anti-desparasitarios, entre otros, así como se pretende tener alianzas con consultorios médicos para brindar un servicio completo de medicina.

Para la realización del presente proyecto se procederá a ofertar un farmacia completa en donde se pueda adquirir diferentes fármacos para poder ayudar en la

salud de las personas, esto a su vez se lo hará a través de una persona que se encontrara en la farmacia ayudando en la atención al público en general, cabe señalar que a las personas que van a ser dirigidas son específicamente en la provincia de Cotopaxi, cantón Saquisilí parroquia urbana y barrio centro del mismo.

MEDIFARMA ofrecerá diferentes tipos de medicamentos para el bienestar de acuerdo a la venta de los productos que se realizaran en la farmacia será por medio de las redes sociales tales son Facebook, WhatsApp, Messenger, telegram, twitter e Instagram.

2.2.5. Segmentación de Clientes

Para la segmentación del mercado al cual nos vamos a dirigir es a la Población Económicamente Activa de la parte urbana del Cantón Saquisilí, comprendida entre la edad de 20 a 85 años mismos que estas personas ya son capaces de adquirir un fármaco y toman sus propias decisiones, así como se determinó de acuerdo a las encuestas que se realizó en su momento.

2.2.6. Análisis del macro y micro entorno

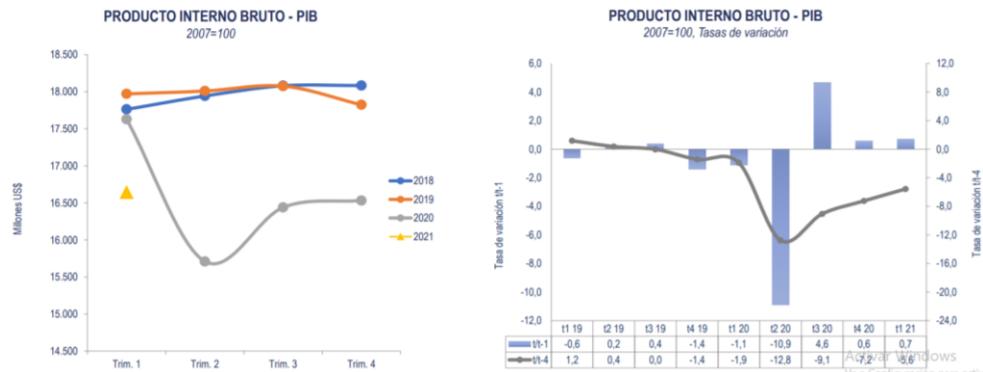
Para el análisis del macro y micro entorno se analizara donde es la mejor opción para ser colocado la nueva farmacia considerando que va hacer en la provincia de Cotopaxi, Cantón Saquisilí.

2.2.6.1. Macro entorno:

2.2.6.1.1. Análisis Económico

En la perspectiva económica se podría mencionar que esto afecta directamente a los ingresos económicos de la población Saquisilense en donde el Producto Interno Bruto del Ecuador indica el aumento o reducción de la producción de los bienes o servicios de las entidades públicas o privadas que posee el país, es por ello que *“En relación al cuarto trimestre de 2020, el PIB creció en 0.7% debido al comportamiento positivo del Gasto de Consumo final de los Hogares (3.5%) y de la Formación Bruta de Capital Fijo FBKF (2.8%)”*. (Banco Central del Ecuador, 2021, pág. 5)

Gráfico 1 Producto Interno Bruto



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2021)

2.2.6.1.2. Análisis Político

El Estado-Nación, es un tipo de organización que posee el monopolio de la fuerza dentro del territorio, supeditado a que sus objetivos sean de integración y homogeneización de la población (Max Weber). En ese sentido, las funciones del Estado desde el punto de vista económico, están identificadas con acciones de regulación, provisión de bienes y servicios, establecimiento de políticas de carácter fiscal, monetario y cambiario, con la finalidad de realizar una adecuada redistribución del ingreso, estabilizando los grandes agregados económicos (evitando fluctuaciones), generando un aumento en el nivel de empleo, procurando alcanzar una tasa positiva de crecimiento económico, al incrementar la capacidad productiva del propio Estado para impulsar su accionar y el de la Nación como un todo. (Quezada, Serrano, & Tapia, 2017, pág. 15)

En este contexto se debe mencionar que el Estado debe ser un instrumento de políticas que ayuden a la realidad económica del país así como de la misma justifiquen los gastos específicamente en el sector público, de la misma manera el estado es el responsable que la ciudadanía pueda vivir bien condicionando reglas y políticas en el mercado laboral.

2.2.6.2. Micro entorno

En este espacio se estudiara en entorno donde va estar ubicada la farmacia por ello hablaremos del Cantón Saquisilí, específicamente del sector urbano del

cantón y que en las mismas la mayoría de farmacias se encuentran en la parte norte del mismo.

Hay que mencionar que el lugar donde va estar ubicado la nueva farmacia no existe competencia alguna en sus alrededores mismo que esto le hace una ventaja para que los usuarios de la parte sur puedan acceder a los fármacos que se va a expender en la nueva farmacia y así pueda ser una competencia fuerte para las demás farmacias que se encuentran en la parte norte del Cantón, en las calles Quito y Abdón Calderón mismo que esto a su vez estaríamos reteniendo a los potenciales clientes no solo con los fármacos sino con una muy buena atención al cliente.

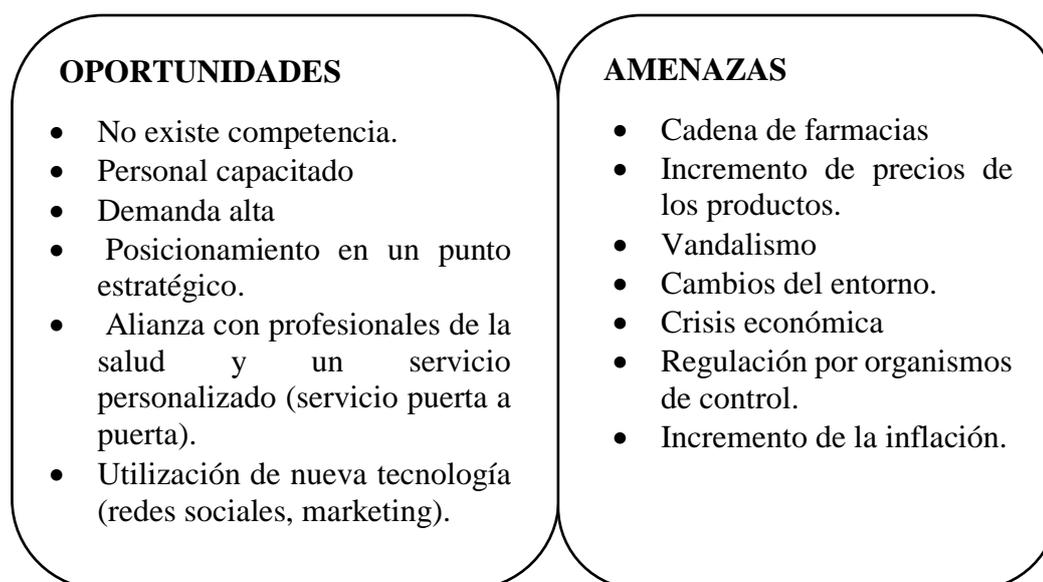
2.2.7. Análisis de la competencia

Se podría mencionar que las farmacias que se encuentran en la parte norte urbana del Cantón Saquisilí, es la Farmacia Oasis, Cruz Azul, Comunitaria, Económica, Sana Sana, Farmacia Marisol y la San Francisco misma que estas farmacias no afectan en la localización de la nueva farmacia ya que esta a su vez se va a colocar en la parte sur del Cantón y que hasta el momento no se encuentra ninguna farmacia en este sector.

2.2.8. Propuesta de valor

Para ingresar al mercado competitivo se va a reconocer las oportunidades y amenazas que tiene por el momento el sector a donde nos vamos apertura con la farmacia.

Gráfico 2 Matriz O.A.



Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

2.2.8.1. Oportunidades

Una vez realizado el estudio se considera que no existe competencia en el sector donde nos vamos a dirigir, así como si existen personas capacitadas para trabajar en farmacia en el Cantón Saquisilí, como existe un gran potencial comercial para que la nueva farmacia pueda desarrollarse sin ningún problema, por otro lado también hay que mencionar que en el cantón existen muchos profesionales con amplios conocimientos administrativos que tranquilamente pueden manejar una empresa sea esta cualquier actividad económica, así como profesionales de la salud que se han puesto sus propios consultorios y se puede generar alianzas con ellos, y por último hay que mencionar que el mundo va cambiando y que ahora el mundo digital está siendo uno de los pioneros para las ventas es por ello que la farmacia irá de la mano con la tecnología.

2.2.8.2. Amenazas

De acuerdo al estudio realizado se puede manifestar que existe amenazas en el sector es decir las cadenas farmacéuticas que quieren apoderarse del mercado, de igual forma el incremento de los precios por parte de los proveedores al dejar la

mercadería existiendo de esta manera un abuso de poder y el más importante que crece todos los días es el vandalismo que existe cada día en todos los sectores del cantón, otra amenaza que puede afectar a la farmacia es la inflación mismo que si sube este índice sube los precios y no se podría ofrecer un producto a un precio cómodo, así como la crisis económica que hoy en día se está viviendo con la pandemia por la escases del trabajo y sin olvidar los organismos de control y vigilancia del ministerio de Salud que hacen sus visitas periódicas y menos pensado.

2.2.9. Canales

Estrategias de distribución que se realizara en la farmacia es por medio de un servicio de puerta a puerta y en el sitio de expendio del producto utilizando un medio de transporte terrestre como es una motoneta, de la misma manera se lo hará a través de la venta directa que se lo hará en el local que va estar ubicado la farmacia y por último y no dejar a un lado se pretende hacer por medio del teléfono sea este convencional o un teléfono corporativo para receptar los pedidos que necesitan las personas

2.2.10. Tipo de relación con el cliente

Para fidelizar a la clientela seria a través de promociones, descuentos y sorteos en productos fármacos así como darles un servicio personalizado con personal capacitado en el área y ofreciéndoles un servicio completo para que el cliente se encuentre satisfecho y contento desde que ingresa a comprar en la farmacia hasta que salga.

De la misma manera como se va a llegar a los clientes será a través de las redes sociales como son Facebook, WhatsApp, telegrama, Instagram y por medio de correos electrónicos, dando así facilidad para que el usuario pueda tener acceso a los productos de la farmacia.

2.2.11. Fuente de ingresos

La fuente de ingreso que tendrá al momento de ingresar al mercado la farmacia será a través de la venta de los fármacos, así como se pretende colocar un servicio adicional para completar la atención y servicio a las personas que se acerquen a la farmacia, de la misma manera hay que mencionar que se utilizara los pagos mediante tarjetas de crédito, transferencias y efectivo, todo ello con el fin de que los usuarios puedan acceder a los medicamentos que ofrecerá la nueva farmacia.

2.2.12. Recursos claves

El recurso clave de la empresa será a través de un community manager quien nos ayudara a impulsar la nueva farmacia, así como nos ayudara a promocionar los productos que ofrece en la misma, por otro lado también hay que mencionar que la infraestructura donde va hacer colocado la farmacia será propio y específicamente para colocar una nueva farmacia, no obstante no hay que dejar a un lado la página web que esta lo va a tener.

De igual forma la farmacia contara con un personal propio así como para el desenvolvimiento del manejo de transacciones será a través de una cuenta con un capital propio para el manejo de la farmacia y por último la parte tecnológica ya que se contara con softwares de últimas versiones y de acuerdo al mercado utilizando aplicaciones con bancas móviles y aplicaciones para manejar de mejor manera el ingreso y egreso de los medicamentos que se encuentran en la farmacia.

2.2.13. Actividades clave

Las actividades claves que tendrá la farmacia será a través de compras de medicamentos, así como las personas que se van a encontrar en la farmacia será de una forma intelectual con conocimientos de acuerdo al área, así como en la parte humana en donde el personal ayudara a las personas a resolver sus problemas de salud y ayudándoles a mejorar, por otra parte no hay que descartar el servicio a domicilio que se va a realizar en la farmacia, considerando que los fármacos que se

van a expender en la farmacia serán genéricos y de marca siempre pensando en el bienestar y al alcance de los usuarios.

2.2.14. Socios clave

Los socios claves en la farmacia serán los distribuidores o proveedores de fármacos siendo estos los principales que ayudaran a surtir medicamentos a la farmacia, así como se ofrecerá descuentos y promociones a nuestros clientes, cabe mencionar que los inversionistas de esta nueva farmacia será de una sola familia.

Otro socio clave hay que mencionar que será la cooperativa de ahorro y crédito Ambato ya que es una entidad que en los últimos años a la familia ha venido ayudando en préstamos para crecer el patrimonio familiar y a desarrollar nuevos emprendimientos.

2.2.15. Estructura de costos

Para la estructura de costos se tendrá costos fijos como costos variables en donde se consideraran todo el presupuesto, así como gastos que se va a desarrollar a través de trámites legales y pagos de servicios básicos así como del personal que va a laborar en la nueva farmacia, más adelante se dará a conocer un balance de comprobación así como un estado de pérdidas y ganancias.

2.2.16. Calculo de la muestra

Para calcular la muestra se procederá a realizar la siguiente la siguiente formula, considerando que el porcentaje de probabilidad de que ocurra o no, se estableció una prueba piloto (ver Anexo 2), en donde se determina:

$$n = \frac{z^2 * PQN}{e^{2(N-1)} + Z^2 * PQ}$$

Donde:

- n= Muestra

- $z^2 =$ Confiabilidad (95%)
- $P =$ Probabilidad de que ocurra (69%)
- $Q =$ Probabilidad de que no ocurra (31%)
- $N =$ Población (5234)
- $E^2 =$ Error de la muestra (5%)

$$n = \frac{1.96^2 * 0.69 * 0.31 * 5234}{0.05^2(5234 - 1) + 1.96^2 * 0.69 * 0.31}$$

$$n = \frac{3.84 * 0.69 * 0.31 * 5234}{0.0025(5233) + 3.84 * 0.21}$$

$$n = \frac{4299.082}{13.89}$$

$$n = 309.51$$

$$n = 310$$

De acuerdo a la población económicamente activa de la parte urbana del cantón Saquisilí es de 5234 habitantes se obtuvo una muestra de 310 personas que van hacer encuestados en toda la parte urbana del cantón, considerando que esto ayudara a determinar el estudio de mercado del proyecto.

2.2.16.1. Instrumento

El instrumento que se utiliza en la presente investigación consta de un cuestionario de 14 preguntas en donde se utiliza en el levantamiento de información a la ciudadanía Saquisilense. (Ver Anexo 1,2)

Tabla 3 Instrumento

Técnica	Instrumento
Encuesta	Cuestionario

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

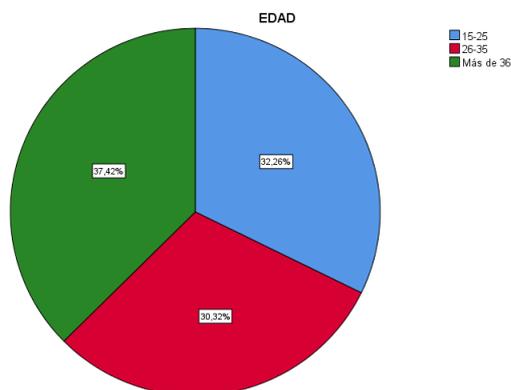
2.2.16.2. Análisis e interpretación de Datos

Establecido los instrumentos de investigación de campo a la población Saquisilense, se procede a realizar el análisis en el programa de SPSS de cada uno de los ítems, mismo que esta información permite establecer conclusiones importantes a las que se llegó en la investigación.

Cabe mencionar que la interpretación de los resultados obtenidos pertenece a fuentes directas y verídicas de cada uno de los Saquisilenses y los cuales nos ayudó a identificar las necesidades que tiene cada persona, a continuación se presenta una tabla con los resultados obtenidos en cada una de las preguntas realizadas a los encuestados, así como un gráfico en el cual se puede observar claramente el porcentaje de las respuestas y el análisis e interpretación de cada una de las preguntas que se desarrolló en el banco de preguntas.

Edad

Gráfico 3 Edad

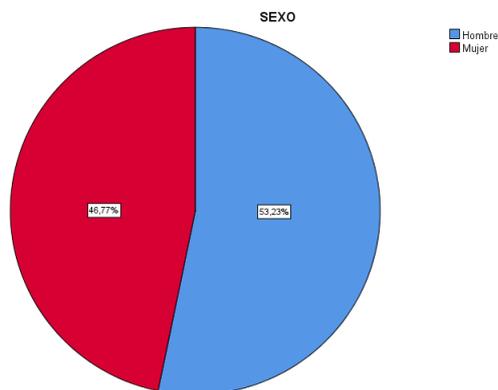


Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Análisis e Interpretación

Del total de las personas encuestadas, el 37,42% de la población tienen una edad comprendida de más de 36 años y un 30,32% son de edad comprendida de 26 a 35 años de edad, lo se puede decir que la investigación de campo fueron desarrolladas a personas adultas.

Sexo



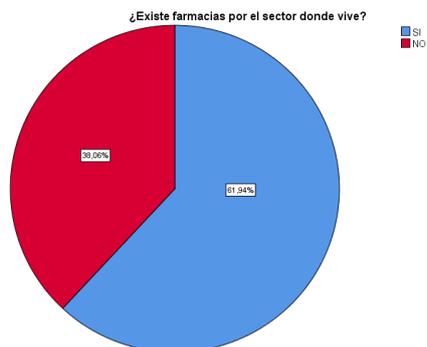
Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Análisis e Interpretación

Del total de las personas encuestadas, el 32,23% de la población fueron encuestados a personas del sexo masculino y un 46,77% son de género femenino, lo se puede decir que la investigación de campo fue desarrollada a personas masculinas que generan más ingresos económicos.

Pregunta 1. ¿Existen farmacias por el sector donde vive?

Gráfico 4 Sector



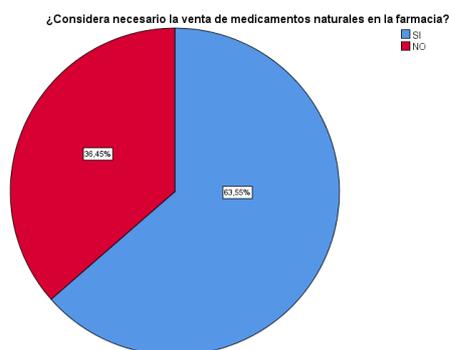
Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Análisis e Interpretación

Del total de las personas encuestadas, el 61,94% de la población menciona que si existe farmacias por el sector donde viven y el 38,06% de la población menciona que no existe farmacia por su sector, lo se puede decir que si existe farmacias por donde las personas viven.

Pregunta 2, ¿Considera necesario la venta de medicamentos naturales en la farmacia?

Gráfico 5 Venta de medicamentos



Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Análisis e Interpretación

Del total de las personas encuestadas, el 63,55% de la población prefieren medicamentos naturales y un 36,45% no los prefieren, lo se puede decir que la mayoría de la población considera necesario de la venta de medicamentos naturales en la farmacia.

Pregunta 3. ¿Le gustaría que se abra una nueva farmacia en el sector donde vive?

Gráfico 6 Nueva Farmacia



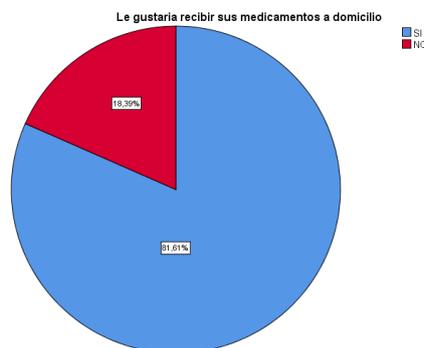
Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Análisis e Interpretación

Del total de las personas encuestadas, el 82,58% de la población si les gustaría que se apertura una nueva farmacia y un 17,42% no les gustaría que se abra una nueva farmacia por el sector donde viven, lo se puede decir que la población encuestada si quieren que se apertura una nueva farmacia.

Pregunta. 4 Le gustaría recibir sus medicamentos a domicilio

Gráfico 7 Medicamentos a domicilio



Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Análisis e Interpretación

Del total de las personas encuestadas, el 81,61% de la población si les gustaría recibir los medicamentos y un 18,39% no les gustaría recibir los medicamentos, lo se puede decir que la mayoría de la población encuestada si les gustaría recibir los medicamentos en su domicilio.

Pregunta 5. En la farmacia que usted ha visitado. ¿Cómo ha sido la atención?

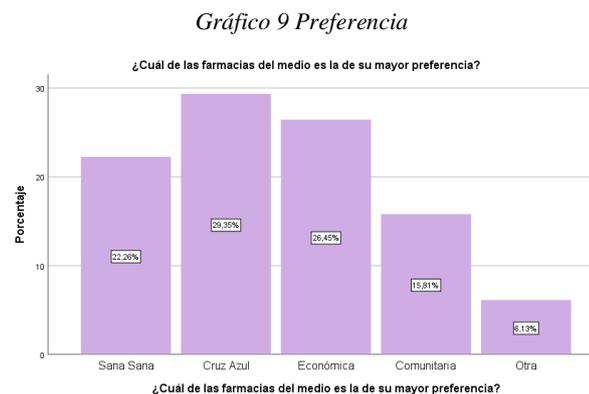


Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Análisis e Interpretación

Del total de las personas encuestadas, el 62,58% de la población mencionan que la atención ha sido bueno y un 10,32% de la población mencionan que no es mala la atención, lo que se puede decir que en las farmacias que han visitados los Saquisilences la atención a sus clientes son buenos.

Pregunta 6. ¿Cuál de las farmacias del medio es la de su mayor preferencia?



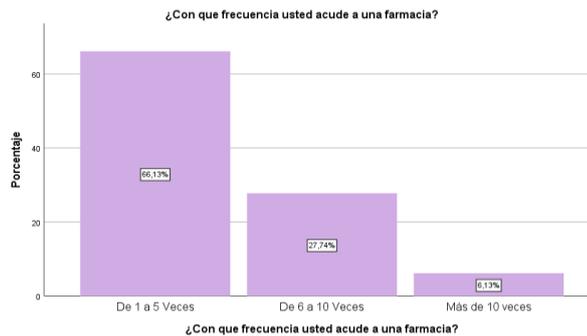
Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Análisis e Interpretación

Del total de las personas encuestadas, el 29,35% de la población prefieren la farmacia cruz azul, un 26,45% prefieren la farmacia Económica y un 6,13% prefieren otras farmacias, lo que se puede decir que la mayoría de las personas asisten a comprar sus medicamentos en la farmacia Cruz Azul.

Pregunta 7. ¿Con que frecuencia usted acude a una farmacia?

Gráfico 10 Frecuencia de visita



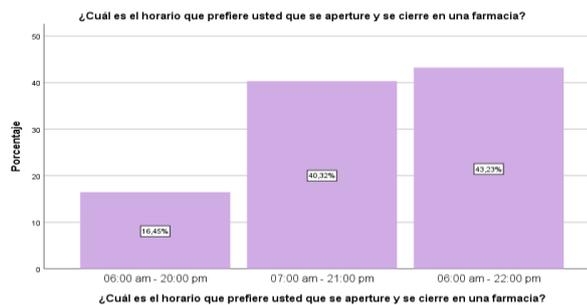
Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Análisis e Interpretación

Del total de las personas encuestadas, el 66,13% de la población asiste a las farmacias de 1 a 5 veces y un 6,13% asisten más de 10 veces, lo que se puede decir que de 1 a 5 veces las personas asisten con frecuencia a una farmacia a comprar sus productos.

Pregunta 8. ¿Cuál es el horario que prefiere usted que se apertura y se cierre en una farmacia?

Gráfico 11 Horario



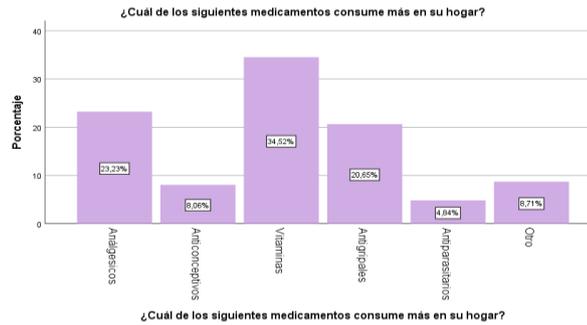
Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Análisis e Interpretación

Del total de las personas encuestadas, el 43,23% de la población prefieren el horario de 06:00 am – 22:00 pm y un 16,45% prefieren un horario de atención de 06: 00 am – 20:00 pm, lo que se puede decir que el horario de preferencia para que se apertura una nueva farmacia es de 06: 00am a 22:00 pm lo que hace que su atención sea más amplia.

Pregunta 9. ¿Cuál de los siguientes medicamentos consume más en su hogar?

Gráfico 12 Medicamentos que consumen más



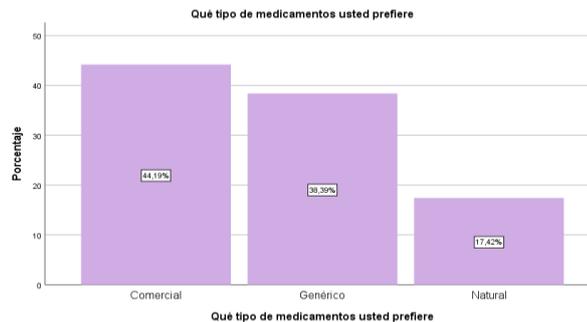
Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Análisis e Interpretación

Del total de las personas encuestadas, el 34,52% de la población asiste a las farmacias a comprar más Vitaminas, el 23,23% de la población adquieren Analgésicos y un 4,84% asisten a comprar antiparasitarios, lo que se puede decir que la población asiste a una farmacia a consumir más medicamentos de vitaminas.

Pregunta 10. Qué tipo de medicamentos usted prefiere

Gráfico 13 Medicamentos de preferencia



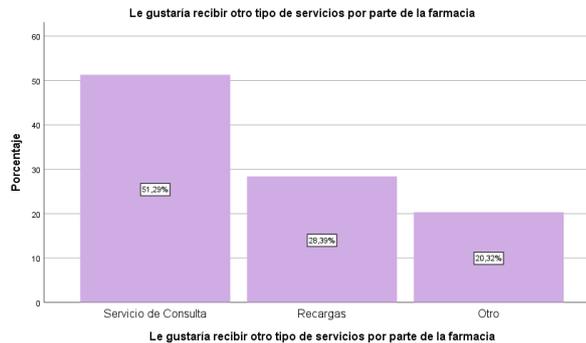
Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Análisis e Interpretación

Del total de las personas encuestadas, el 44,19% de la población prefieren medicamentos Comerciales y un 17,42% adquieren medicamentos naturales, lo que se puede decir que la mayoría de las personas prefieren adquirir medicamentos comerciales ya que pueden ser por la variación de los precios que existe y la eficacia del producto en sí.

Pregunta 11. Le gustaría recibir otro tipo de servicio por parte de la farmacia

Gráfico 14 Otro tipo de servicio



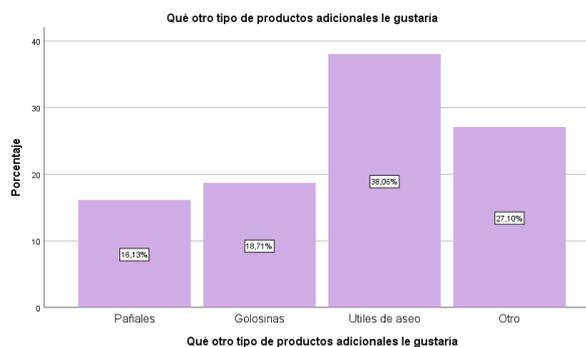
Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Análisis e Interpretación

Del total de las personas encuestadas, el 51,29% de la población les gustaría recibir e servicio de consulta y un 20,32% les gustaría recibir otro tipo de servicio, lo que se puede decir que a la mayoría de la población le gustaría tener un servicio completo desde consulta hasta la compra de su medicamentos.

Pregunta 12. Que otro tipo de productos adicionales le gustaría

Gráfico 15 Producto adicional



Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Análisis e Interpretación

Del total de las personas encuestadas, el 38,06% de la población les gustaría adquirir útiles de aseo en la farmacia, el 18,71% les gustaría adquirir golosinas en las farmacias y un 16,13% de la población le gustaría comprar pañales en la farmacia, lo que se puede decir que la mayoría de la población le gustaría que las farmacias sean completas para poder adquirir sus productos y servicios.

Pregunta 13. ¿Qué tipo de promociones le gustaría tener a usted?

Gráfico 16 Tipo de promociones



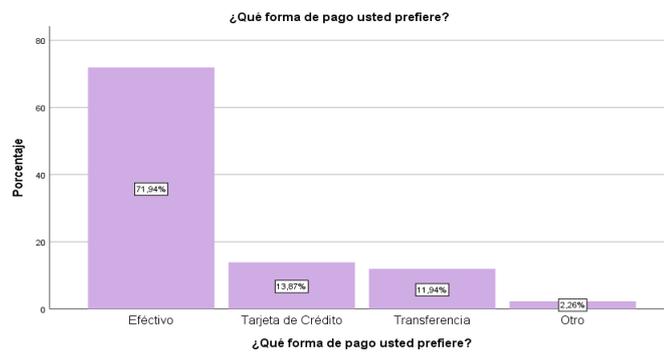
Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Análisis e Interpretación

Del total de las personas encuestadas, el 42,90% de la población les gustaría tener cupones o vales de descuento, el 33,55% les gustaría los descuentos marcados por el mismo producto y un 12,90% preferirían concursos y sorteos promocionales lo que se puede mencionar que a mayoría de las personas les gustaría recibir diferentes promociones y descuentos en los fármacos.

Pregunta 14. ¿Qué forma de pago usted prefiere?

Gráfico 17 Forma de pago



Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Análisis e Interpretación

Del total de las personas encuestadas, el 71,94% de la población prefiere pagar en efectivo, el 13,87% de la población les gustaría pagar con tarjeta de crédito y un 2,26% prefieren otro tipo de pagos, lo que se puede decir que la mayoría de las personas les gusta más los pagos en efectivos.

2.2.17. Marketing Mix

Para el reconocimiento de MEDIFARMA se realizara a través del plan de comercialización en donde se procederá a identificar los objetivos, las estrategias, las acciones, el costo que tienen en las mismas y los responsables que deberán realizar dicha acción a continuación se detalla lo siguiente:

Tabla 4 Marketing Mix

TABLA DE MARKETING MIX				
OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACCION	COSTO	RESPONSABLE
Producto: Identificar los productos que se van a ofrecer en la farmacia.	Clasificar los productos que van hacer vendidos en las diferentes perchas de la farmacia.	Identificar productos genéricos, comerciales, bebidas, golosinas y útiles de aseo.	Desde \$ 2,00 dólares.	Administrador y atención al cliente.
Precio: Establecer precios accesibles.	Establecer alianzas estratégicas con los proveedores para obtener un mejor precio.	Precios más cómodos.	Desde \$ 1,00 dólar en adelante por caja.	Administrador, Atención al Cliente.
Plaza: Posicionar la farmacia dentro de la mente del consumidor	Colocar publicidad en la pantalla grande del parque central, promocionando digitalmente los productos de promoción en MEDIFARMA.	Cotizar e identificar el lugar.	\$ 500 dólares	Personal de atención al cliente y el administrador
Promoción: Incrementar las ventas de los productos farmacéuticos.	Entrega de tarjetas de afiliación a nuestros fieles clientes. Establecer promociones por fechas festivas. (martes día del Niño, todos los productos relaciones a niño tienen el 20% de descuento).	Descuentos por el mismo producto.	\$ 10 dólares.	Administrador, personal de atención al cliente

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

3. ESTUDIO TÉCNICO

En este estudio se va a determinar la localización en donde será ubicada la farmacia en el Cantón Saquisili, así como la estructura como va a ser distribuida la farmacia para expender sus productos.

3.1. Localización del proyecto

3.1.1. Macro localización

La nueva farmacia se encontrara ubicada en la provincia de Cotopaxi, Cantón Saquisili que se encuentra localizado a 13 kilómetros de la Ciudad de Latacunga (cabecera provincial); así como a 6 km de distancia de la vía panamericana, cuyo acceso se lo realiza por tres ingreso como es por aglomerados, la piedra colorada y por la E35. Saquisili tiene una extensión de 20.549,28 ha (3,36% del territorio provincial), con un rango altitudinal de 2.240 a 4.280 m.s.n.m.

Gráfico 18 Macro localización

Provincia	Cotopaxi
Cantón	Saquisili
Parroquia	Saquisili

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Gráfico 19 Macro localización



Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

3.1.2. Micro localización

La farmacia que brindara sus servicios fármacos será ubicada en la parroquia urbana San Juan Bautista, del barrio centro en las calles Abdón Calderón y Quito, en un establecimiento propio y con personal capacitado para ayudar a todas las personas que adquieran sus productos.

El local donde se pretende colocar la farmacia es un lugar específico y a más de ser un lugar adecuado, cuenta con todos los servicios básicos como es alcantarillado, agua potable, energía eléctrica, internet, Tv cable, parqueadero de vehículos y garaje privado. Así como se considera que la vía de acceso para la farmacia es de primer orden y transitada por los ciudadanos Saquisilenses como de otros cantones.

Gráfico 20 Micro localización

Provincia	Cotopaxi
Cantón	Saquisilí
Parroquia	Saquisilí, San Juan Bautista
Calles	Abdón Calderón y Quito

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Gráfico 21 Ubicación



Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Ubicado en el cantón Saquisilí, en el centro del mismo, en las calles Abdón calderón y quito, vía a Chantilin la parroquia.

3.2. Ingeniería del proyecto

A continuación se presentara los flujogramas de las funciones que el administrador va a desarrollar dentro de la farmacia así como de personal de Atención al cliente, para ello se establece 2 flujogramas unos por cada actividad que se desarrolle en la nueva farmacia, de la misma manera se procedió a realizar 2 flujogramas adicionales del personal de apoyo que no es constante en la farmacia (Ver Anexo 3)

Tabla 5 Flujograma del Administrador

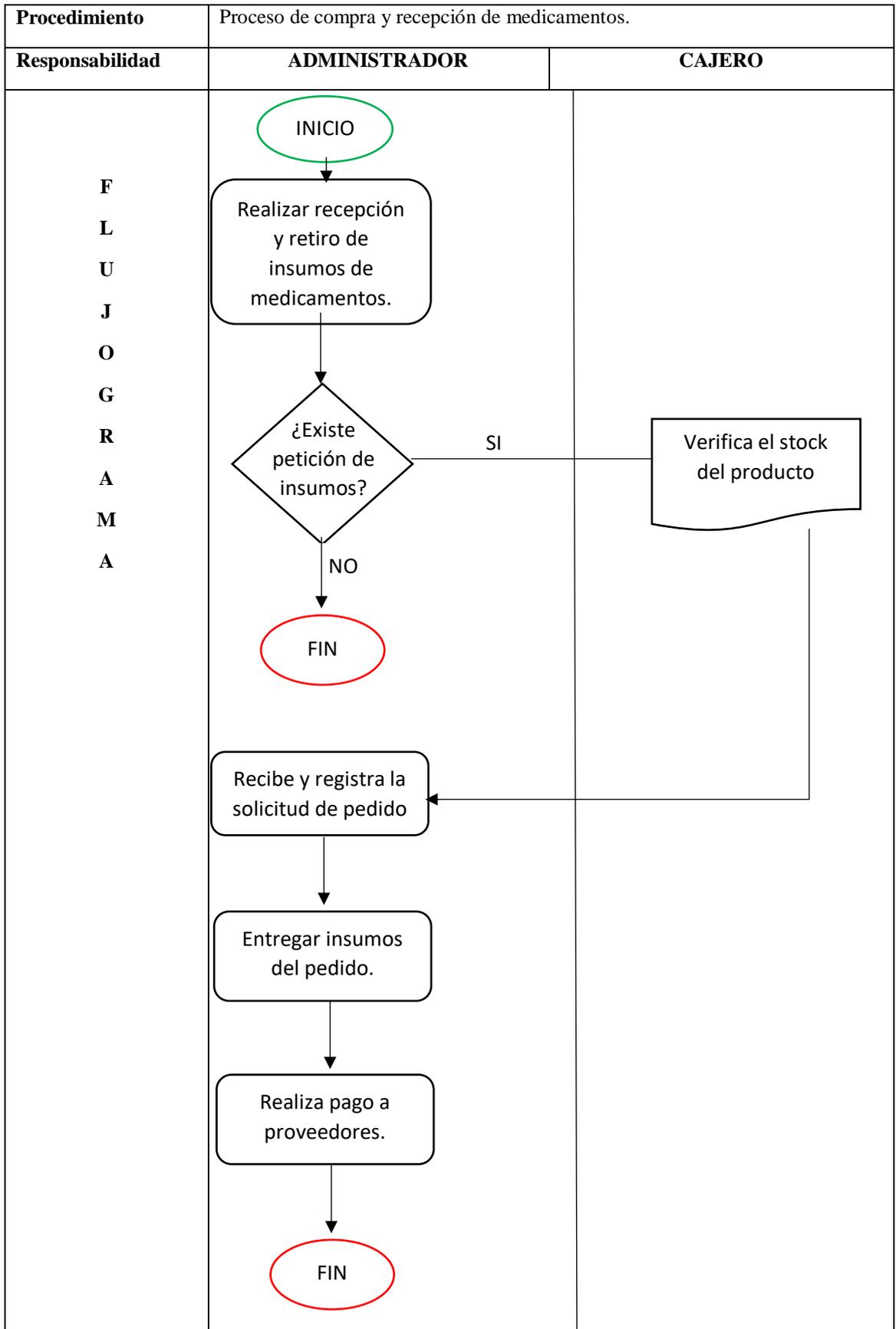
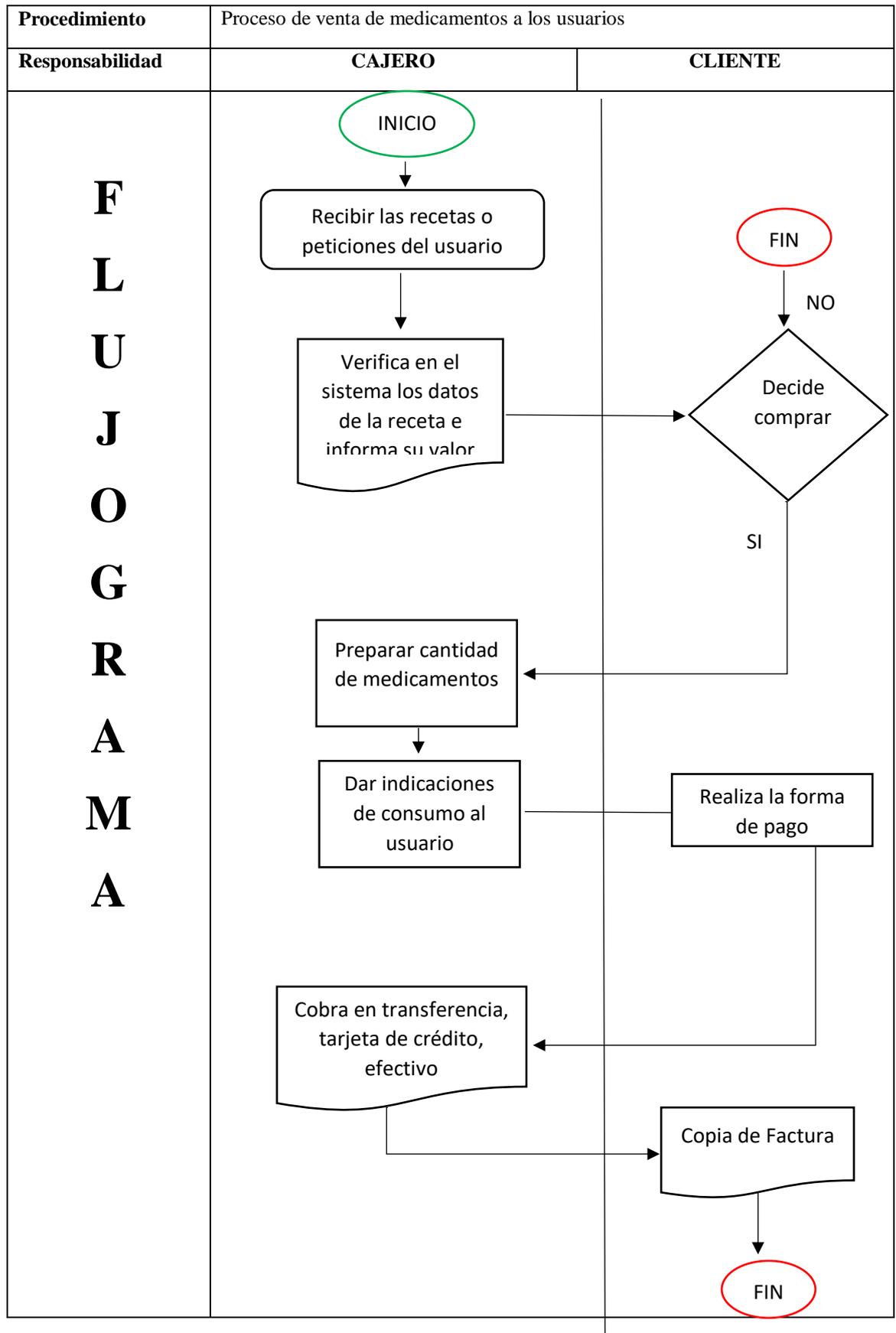


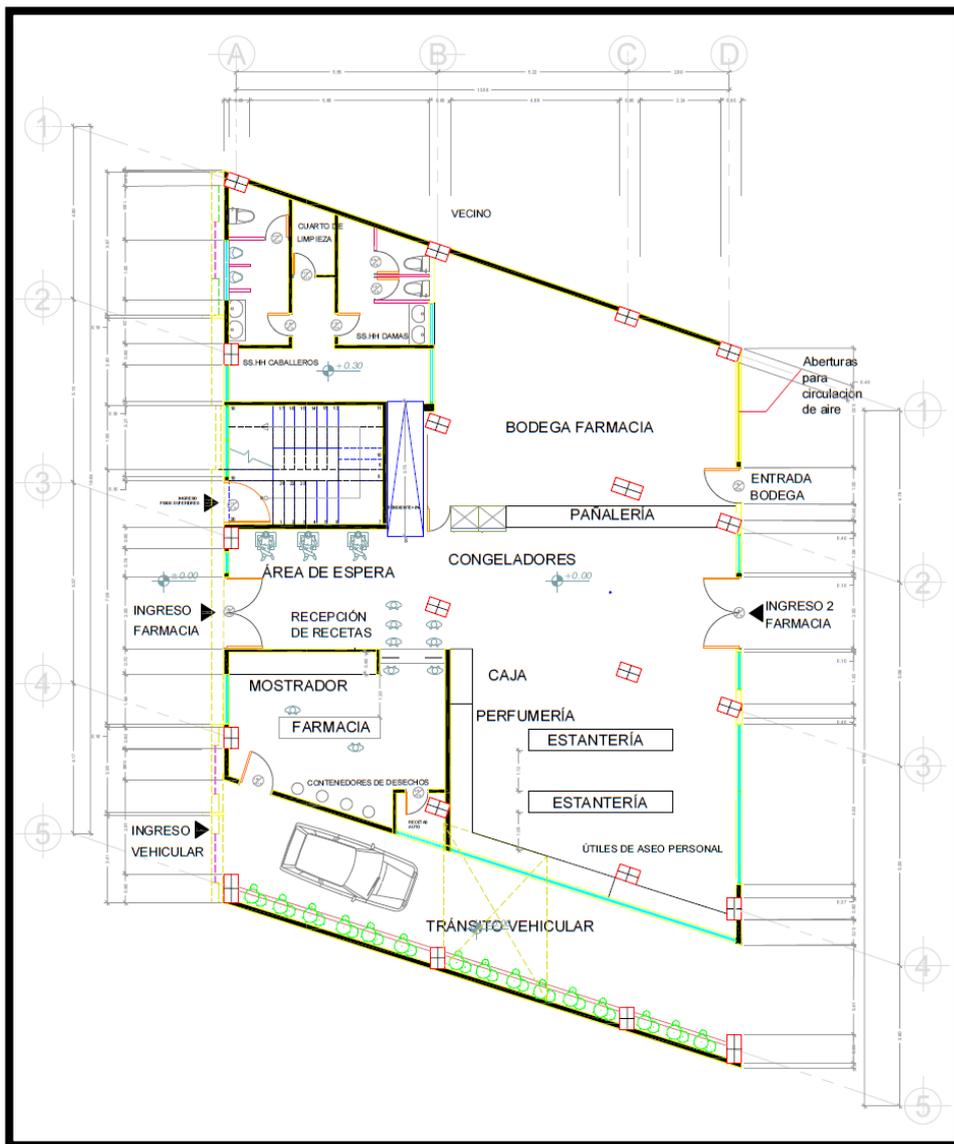
Tabla 6 Flujoograma Cajero



3.3. Distribución de la planta

A continuación se presenta un plano como va estar distribuido la farmacia y que vaya acorde al cliente, donde el cliente pueda ingresar y dirigirse por toda la farmacia visualizando los productos que se les ofrecen, contemplando que en la parte exterior del mostrador se encontraran útiles de aseo y bebidas, por otro lado en la parte de atrás del mostrador se encontraran todos los medicamentos que el cliente solicite.

Gráfico 22 Distribución de la Planta



Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Gráfico 23 Distribución en 3D



Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1. Nombre:

El nombre que se colocara a la nueva farmacia será “*MEDIFARMA*”, ya que esta idea nace de la relación que tienen los medicamentos con las farmacias, y a su vez se podría mencionar que en el cantón Saquisilí no existe otra farmacia con este nombre.

4.2. Logo

A continuación se presenta el logotipo que se va a utilizar en la nueva farmacia.

Gráfico 24 Logo



Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

4.3. Descripción de la farmacia

MEDIFARMA es una marca que se consideró por sus medicamentos y un lugar donde se expanda, la idea se realizó en relacionar la farmacia con medicamentos así como su logo y los colores que los colocamos son por diferentes razones tales como el color azul que significa seguridad, fuerza, así como el color negro donde se identifica la calidad que se va a presentar en los medicamentos que vamos a ofrecer al público, de la misma forma el blanco que representa a la salud.

MEDIFARMA se encontrara ubicada en el cantón Saquisilí en su cabecera cantonal para lo cual se procederá a colocar diferentes medicamentos así como utilices de aseo y recargas ya que estos productos son los principales que se ofrecerá al mercado Saquisilence, mismo que estos tres productos principales se optaron de acuerdo a las encuestas realizadas a la colectividad.

4.4. Diseño Organizacional

4.4.1. Misión

Contribuir a que la ciudadanía mejore su calidad de vida a través de diferentes medicamentos, artículos de cuidado, aseo personal y servicios complementarios a precios acorde al mercado y con una atención profesional y afectuosa.

4.4.2. Visión

Ser una farmacia reconocida en el Cantón Saquisilí por su profesionalismo, su afectuosidad, por los productos de salud que ofrece a precios acorde al mercado y por ayudar al desarrollo comercial del Cantón.

4.4.3. Valores corporativos

- Moral
- Ética
- Disciplina
- Integridad

- Fidelidad
- Amabilidad
- Responsabilidad
- Mejoramiento continuo
- Amor al trabajo

4.5. Requerimiento del talento humano

El requerimiento del personal responsable que estará en la farmacia será en la apertura por 2 personas principales las mismas que cumplirán diferentes funciones, considerando que 2 personas más servirán de apoyo para la inversión inicial del negocio como es el contador y el bioquímico farmacéutico mismo que estos ayudaran a las declaraciones y apertura de la farmacia, cabe mencionar que las personas que pasaran siempre en la farmacia y que serán salariables son:

- Administrador
- Atención al cliente

Las funciones básicas que estas dos personas realizaran serán muy básicas ya que la farmacia por su tamaño no se necesita más personal, es por ello que el Administrador deberá tomar las decisiones en beneficio de la farmacia, el será la persona encargada de aprobar los balances generales que en su momento el contador le ha de emitir, así como hacer que el cajero realice las funciones de atención al cliente en donde el también dará apoyo cuando este lo necesite y la función más importante que realizara el administrador será la realización de los pedidos mismo que tendrá que hacer el inventario e ingreso del mismo a la farmacia.

Por otro lado el personal de caja las funciones que debe desarrollar en la farmacia serán la atención oportuna y eficaz al usuario cuando ingrese a la farmacia, de la misma manera deberá ayudar en el inventario diario de mercadería que se vende, como la realización de los cuadros de caja diario y mensual, el personal de caja deberá administrar las redes sociales tener actualizado la página y deberá realizar la apertura y cierre del local cuando a él le corresponda de la misma manera

el administrador y el cajero deberán turnarse los turnos que dispongan en el Ministerio de Salud Pública.

De la misma manera se procedió a realizar 2 organigramas con el personal de apoyo que ayudara con la firma para la apertura de la farmacia y el personal que ayudara a las declaraciones tributarias ante el estado (Ver Anexo 4).

4.6. Manual de Funciones

El presente manual de funciones va a servir como una guía de las tareas y normas que cada colaborador de la farmacia debe desarrollar en las tareas diarias de la farmacia, el manual se realizó en base a las directrices necesarias para cubrir los puestos principales y requeridos en la farmacia (Ver Anexo 5) se podrá encontrar 4 Manuales que se deben seguir, como para la contratación del mismo que se deberá guiar.

5. ESTUDIO FINANCIERO

Para determinar si el proyecto es factible se procederá a desarrollar un análisis de estudio económico financiero en donde se fijara los recursos económicos para ejecutar la nueva farmacia, en donde se considerara los costos y gastos de la operación de la farmacia, de la misma forma se puede visualizar en Anexos el Inventario Inicial de los productos, así como la venta de los medicamentos Mensuales que se realizan en una farmacia. (Ver Anexos 8)

5.1. Plan de inversión del Proyecto

Para el plan de inversión se considera los activos fijos y diferidos para iniciar con la operación de la farmacia MEDIFARMA, el cual se conforma de la suma de los bienes y servicios para la puesta en marcha de la farmacia, es ahí donde se podrá identificar la parte económica monetaria que se necesitara para su apertura, es por ello que para la apertura de MEDIFARMA se necesita una inversión de \$ 10.138,80 centavos.

Tabla 7 Resumen de Inversión

RESUMEN DE INVERSIONES	
CONCEPTO	RUBRO
Inversión de activos	\$ 9.930,80
Inversión de activos diferidos e intangibles	\$ 208,00
INVERSIÓN TOTAL	\$ 10.138,80

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

5.1.1. Inversión fija

En este espacio se presenta todos los bienes físicamente tangibles que van hacer usados en la farmacia con ello se hay que mencionar que con el transcurrir el tiempo va perdiendo su valor y reduciendo su vida útil.

Tabla 8 Inversión Fija

INVERSIÓN			
ACTIVOS DEPRECIABLES			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
MUEBLES Y ENSERES			\$ 1.245,00
Escritorio de oficina	1,00	\$ 80,00	\$ 80,00
Silla de Escritorio	3,00	\$ 25,00	\$ 75,00
Archivador	1,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Librero	1,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Vitrinas	2,00	\$ 90,00	\$ 180,00
Perchas	9,00	\$ 40,00	\$ 360,00
Caja Registradora	1,00	\$ 200,00	\$ 200,00
EQUIPOS DE OFICINA			\$ 812,00
Gaveta de dinero	2,00	\$ 45,00	\$ 90,00
Teléfono	1,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Nevera	1,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Calculadoras	2,00	\$ 6,00	\$ 12,00
Extintores	2,00	\$ 30,00	\$ 60,00
EQUIPO DE COMPUTO			\$ 1.056,00

Pantalla all in one	2,00	\$	75,00	\$	150,00
Impresora térmica Epson	2,00	\$	48,00	\$	96,00
Lector de Barras	2,00	\$	25,00	\$	50,00
Impresora Epson L555	1,00	\$	210,00	\$	210,00
Laptop	1,00	\$	550,00	\$	550,00
TOTAL INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS				\$	3.113,00
ACTIVOS NO DEPRECIABLES					
MERCADERIA INICIAL				\$	6.817,80
TOTAL INVERSIÓN ACTIVOS NO DEPRECIABLES				\$	6.817,80
TOTAL INVERSIÓN				\$	9.930,80

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

En la anterior tabla se presentó los activos fijos necesarios para la apertura de la farmacia, siendo este una inversión de \$ 9.930,80 centavos y en las siguientes tablas se presentan el Manejo de reposición de Activos Fijos que a continuación se detalla por 3 años consecutivos, considerando que la inflación con la cual se maneja es del 1,51% para su cálculo.

Tabla 9 Activos Fijos Detallados

REPOSICIÓN EQUIPO DE COMPUTO				
PERIODO	VALOR DEL ACTIVO	CÁLCULO DEL VALOR ADICIONAL	RESULTADO DEL INCREMENTO	VALOR ACTUALIZADO
AHORA	\$ 1.056,00			\$ 1.056,00
AÑO 1	\$1071,95 más 1.51% de Inflación	1071,95	\$ 15,95	\$ 1.071,95
AÑO 2	\$1088,13 más 1.51% de Inflación	1088,13	\$ 16,19	\$ 1.088,13
AÑO 3	\$1104,56 más 1.51% de Inflación	1104,56	\$ 16,43	\$ 1.104,56

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

5.1.2. Depreciación de Activos Fijos

A continuación se presenta la depreciación de los activos fijos que van hacer devaluados como son los muebles y enseres, equipos de oficina y los equipos de cómputo que estos son los que con el pasar del tiempo en la farmacia MEDIFARMA mas van hacer devaluados, a su vez para su cálculo se contempla por 5 años consecutivos.

Tabla 10 Depreciación de Activos Fijos

ACTIVO	VALOR TOTAL (\$)	AÑOS DE VIDA ÚTIL	% DE DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN POR AÑOS EXPRESADA EN DÓLARES (\$)					VALOR RESIDUAL
				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Muebles y enseres	\$ 1.245,00	10	10%	124,50	124,50	124,50	124,50	124,50	\$ 622,50
Equipo de oficina	\$ 812,00	10	10%	81,20	81,20	81,20	81,20	81,20	\$ 406,00
Equipo de cómputo	\$ 1.056,00	10	10%	105,60	105,60	105,60	105,60	105,60	\$ 528,00
Reposición equipo de computación	\$ 1.104,56	3	33,33%				368,19	368,19	\$ 368,19
TOTAL DEPRECIACIÓN				311,30	311,30	311,30	679,49	679,49	1.924,69

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

5.1.3. Activos Intangibles

A continuación se describe todos los activos intangibles, los cuales son los que carecen de sustancia física, mismo que se fijan para un periodo de un año, en ello se detalla todo el trámite y gastos que se debe generar para el año de apertura de MEDIFARMA, en ello va ha salir un gasto de \$ 208,00 dólares con un amortización de \$ 20,80 centavos.

Tabla 11 Activos Intangibles

ACTIVOS INTANGIBLES

RUBRO	COSTO TOTAL (\$)
Gastos de Constitución	\$ -
Patentes y Marcas	\$ 208,00
Gastos de Instalación Y Puesta En Marcha	\$ -
TOTAL	\$ 208,00
Amortización Anual	\$ 20,80

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

A continuación se detallan la amortización de los Activos Intangibles de MEDIFARMA, considerado para 5 años consecutivos.

Tabla 12 Amortización

DESCRIPCIÓN	VALOR (\$)	PORCENTAJE DE AMORTIZACIÓN	AÑOS DE AMORTIZACIÓN	AMORTIZACIÓN POR AÑO EXPRESADA EN DÓLARES					VALOR RESIDUAL
				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Gastos de Constitución	\$ -	10%	10	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	\$ -
Patentes y Marcas	\$ 208,00	10%	10	20,80	20,80	20,80	20,80	20,80	\$ 104,00
Gastos de Instalación y Puesta en Marcha	\$ -	10%	10	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	\$ -
TOTAL	\$ 208,00	10%	10	20,80	20,80	20,80	20,80	20,80	\$ 104,00

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Los activos intangibles de MEDIFARMA están basados principalmente en gastos de constitución, patentes y marcas, gastos de instalación y puesta en marcha, mismo que estos gastos se los realiza en su apertura como a cada año hay que seguirlos renovando para que MEDIFARMA pueda seguir operando sin ningún inconveniente legal, es por ello que se ha considerado un valor de \$ 208,00 dólares en gastos con un amortización para 5 años del 10% del valor total.

5.1.4. Costos Fijos

A continuación se detalla el sueldo de los puestos de trabajo que van a desarrollar las personas en MEDIFARMA:

Tabla 13 Total de Costos Fijos

COSTOS FIJOS		
CONCEPTO	MENSUAL	PRESUPUESTO ANUAL
Sueldos y salarios personal	\$ 850,00	\$ 10.200,00
Beneficios Sociales		\$ 3.738,96
Energía Eléctrica	\$ 15,00	\$ 180,00
Servicio Telefónico	\$ 10,00	\$ 120,00
Agua Potable	\$ 5,00	\$ 60,00
TOTAL COSTOS FIJOS		\$ 14.298,96

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede mencionar que mensualmente en sueldos y servicios básicos se va a gastar \$ 830,00 dólares y anualmente se pretende gastar \$ 14.298,96 dólares considerando que estos gastos son fijos por su uso diario y el personal que va a laborar en la farmacia.

A continuación se detalla el sueldo que va a ganar el personal que va a laborar en MEDIFARMA, considerando que el sueldo variara de acuerdo a las funciones y responsabilidades que tendrá cada persona, en este a su vez se detalla los beneficios sociales con el que contara el trabajador.

Tabla 14 Sueldos del Personal

N°	PUESTO	INGRESOS			EGRESOS			LIQUIDO A RECIBIR
		RBU	INGRESOS EXTRAS	TOTAL INGRESOS	APORTE PERSONAL IESS	DESCUENTOS	TOTAL DESCUENTOS	
1	Administrador	\$ 450,00	\$ -	\$ 450,00	\$ 42,08	\$ -	\$ 42,08	\$ 407,93
2	Atención al Cliente	\$ 400,00	\$ -	\$ 400,00	\$ 37,40	\$ -	\$ 37,40	\$ 362,60
	TOTALES	\$ 850,00	\$ -	\$ 850,00	\$ 79,48	\$ -	\$ 79,48	\$ 770,53

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Como se puede visualizar en la tabla se detalla que el Administrador ganara \$ 450,00 dólares los cuales se le descontara los beneficios sociales y líquido a recibir un administrador en MEDIFARMA ganara \$ 407,93 dólares, de igual forma el personal de atención al cliente se le ofrece \$ 400 dólares y se le descontara los beneficios sociales con ello tendrá una remuneración mensual de \$ 362,60 dólares. De igual forma a continuación se detalla los décimos, fondos de reserva y aporte patronal que va a contar el personal que va a trabajar en la farmacia, puesto que ellos van a gozar con todos los beneficios de ley.

Tabla 15 Décimos del Personal

N°	PUESTO	TOTAL INGRESOS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL
1	Administrador	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 400,00	\$ 37,49	\$ 54,68
2	Atención al Cliente	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 33,32	\$ 48,60
	TOTALES	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 800,00	\$ 849,66	\$ 1.239,30

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Cabe mencionar que el personal por contar con todos los beneficios de ley también tendrán sus decimos mismo que es el gozo de la doceava parte de su sueldo y un sueldo básico, los fondos de reserva y su aporte patronal, mismo que el personal gozara de estos beneficios una vez al año.

Tabla 16 Beneficios Sociales

TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	
Décimo Tercero	\$ 850,00
Décimo Cuarto	\$ 800,00
Fondo de Reserva	\$ 849,66
Aporte Patronal	\$ 1.239,30
TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	\$ 3.738,96

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

El valor total de gastos en beneficios sociales será de \$ 3.738,96 dólares, en los cuales están incluidos decimos, fondos de reserva y aporte patronal que MEDIFARMA va a cubrir con estos gastos para el personal que labore en la farmacia.

5.1.5. Capital de trabajo

Para calcular el Capital de trabajo se desarrollara de acuerdo al método del periodo desfase ya que en él nos permitirá conocer los costos operativos para producir y comercializar los servicios, así como recibir los pagos de las ventas realizadas y poder cubrir los gastos de operación en ello no se contemplan las amortizaciones y depreciaciones, así como se multiplica por periodos los desfases y divididos por los 365 días del año.

5.2. Financiamiento del Proyecto

A continuación se detalla el financiamiento de MEDIFARMA, lo cual para conseguir una buena inversión se acudirá a una entidad financiera para solventar una parte de la inversión inicial, es por ello que se ha tomado a la Cooperativa Ambato hacer parte de esta inversión, mismo que cuenta con una tasa de interés más baja a comparación de las demás instituciones financieras.

Tabla 17 Financiamiento del Proyecto

ESTRUCTURA FINANCIERA		
Detalle	Monto de Inversión	Porcentaje De Inversión
Capital Propio	\$ 4.138,80	40,82%
Capital Financiado	\$ 6.000,00	59,18%
TOTAL	\$ 10.138,80	100,00%

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

El prestamos que se va a realizar para la inversión se lo realizara en la Cooperativa Ambato a una Tasa de Interés anual del 14.9% para 5 años, es por ello que se contara con un capital propio de 4.138,80 dólares y un préstamo de \$ 6000,00 dólares.

5.3. Presupuesto de gasto

A continuación se detalla los gastos que se va a realizar en MEDIFARMA, tales son los sueldos, beneficios de ley, servicios básicos, los cuales forman parte de los gastos operativos y administrativos para la creación de la farmacia para lo cual se detalla a continuación:

5.3.1. Gasto operativo

A continuación se presenta los gastos por permisos de funcionamiento.

Tabla 18 Gasto No Operacionales

GASTOS NO OPERACIONALES					
CONCEPTO	1	2	3	4	5
OTROS GASTOS NO OPERACIONALES					
Permisos de Funcionamiento	\$ 50,00	\$ 50,76	\$ 50,76	\$ 50,76	\$ 50,76
TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 50,00	\$ 50,76	\$ 50,76	\$ 50,76	\$ 50,76

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

De acuerdo a la tabla expuesta se puede mencionar que en el primer año se tendrá un gasto no operacional de \$ 50,00 dólares y en los demás años subirá un valor de \$ 0,76 centavos por cada año.

5.3.2. Gasto Administrativo

En esta sección se determinara los gastos que directamente influyen en la producción del servicio que se pretende realizar en ellos se encuentran los sueldos, beneficios sociales, servicios básicos, en MEDIFARMA.

PROYECCION DE EGRESOS

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
CONCEPTO	1	2	3	4	5
Sueldos y salarios personal	\$ 10.200,00	\$ 10.354,02	\$ 10.510,37	\$ 10.669,07	\$ 10.830,18
Beneficios Sociales	\$ 3.738,96	\$ 3.795,42	\$ 3.852,73	\$ 3.910,91	\$ 3.969,96
Energía Eléctrica	\$ 180,00	\$ 182,72	\$ 185,48	\$ 188,28	\$ 191,12
Servicio Telefónico	\$ 120,00	\$ 121,81	\$ 123,65	\$ 125,52	\$ 127,41
Agua Potable	\$ 60,00	\$ 60,91	\$ 61,83	\$ 62,76	\$ 63,71
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 14.298,96	\$ 14.514,87	\$ 14.734,05	\$ 14.956,53	\$ 15.182,38

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

De acuerdo a la tabla expuesta se debe mencionar que anualmente se tendrá el primer año un gasto de \$ 14.298,96 dólares, y en el quinto año se contara con un valor de 15.182,38 dólares ya que siempre existirá variación en los sueldos y es un proyección arrojada para 5 años pese a que al trascurrir el tiempo puede que exista otras variaciones pero se las ira ajustando.

5.3.3. Gasto financiero

Como se mencionó anteriormente el monto de financiamiento externo que se solicitara en la Cooperativa Ambato, se detalla a continuación:

Crédito=6000

Interés= 14.90%

Tiempo= 5 años

5.4. Amortización de la Deuda

A continuación se presenta la amortización de la Deuda que se va a desarrollar en la Cooperativa Ambato:

Tabla 19 Amortización de Deuda

Saldo	Interés	Capital	Pago	Monto Adeudado
6.000,00	894,00	891,66	1.785,66	5.108,34
5.108,34	761,14	1.024,51	1.785,66	4.083,83
4.083,83	608,49	1.177,17	1.785,66	2.906,66
2.906,66	433,09	1.352,56	1.785,66	1.554,10
1.554,10	231,56	1.554,10	1.785,66	-
TOTAL	2.928,29	6.000,00	8.928,29	

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

De acuerdo a los datos obtenidos se puede mencionar que de interés que se va a pagar es de \$ 2.928,29 dólares del capital de \$6000,00 dólares siendo esto que en total se va a cancelar durante el tiempo de 5 años un valor de \$ 8.928,29 dólares.

5.5. Total de Egresos

A continuación se presenta el Total de Egresos que se van a desarrollar en MEDIFARMA considerando que van estar los gastos administrativos, las depreciaciones, las amortizaciones, los permisos de funcionamiento de la farmacia

y para ello se realiza el cálculo para 5 años mismo que a continuación se detalla cada uno de ellos y el valor a ser cancelado por año.

TOTAL EGRESOS

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
GASTOS OPERACIONALES					
Gastos Administrativos	\$ 14.298,96	\$ 14.514,87	\$ 14.734,05	\$ 14.956,53	\$ 15.182,38
Depreciaciones	\$ 311,30	\$ 311,30	\$ 311,30	\$ 679,49	\$ 679,49
Amortizaciones	\$ 20,80	\$ 20,80	\$ 20,80	\$ 20,80	\$ 20,80
GASTOS NO OPERACIONALES					
OTROS GASTOS NO OPERACIONALES					
Permisos de Funcionamiento	\$ 50,00	\$ 50,76	\$ 50,76	\$ 50,76	\$ 50,76
EGRESO TOTAL	\$ 14.681,06	\$ 14.897,73	\$ 15.116,90	\$ 15.707,58	\$ 15.933,42

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

De acuerdo a los resultados obtenidos del cálculo generado para obtener los resultados de gastos operacionales y gastos no operacionales se puede mencionar que en el primer año se va a tener un gasto de \$ 14.681,06 dólares y en el quinto año se obtendrá un gasto de \$ 15.933,42 dólares.

5.6. Presupuesto de ingresos

Para el cálculo de ingreso se basara de acuerdo a la capacidad efectiva que se tenga en donde se asegurara que el primer año se obtenga los siguientes índices de inflación:

Tabla 20 Índice de Inflación

DETALLE	AÑO 2021 (Enero a Octubre)
Inflación	1,51%

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

5.7. Estados financieros

Para obtener la situación económica de MEDIFARMA, se procederá a evaluar los estados financieros, mismo que se realizara cada tiempo contable, realizando este procedimiento se determinara si el proyecto es viable o no para la apertura del mismo.

5.7.1. Situación Financiera Inicial

A continuación se detalla los activos, pasivos, patrimonio así como las diferentes cuentas que son analizadas para el periodo de tiempo.

ESTADO DE SITUACION INICIAL

ACTIVOS		
CORRIENTE		\$ 6.817,80
MATERIA PRIMA	\$ 6.817,80	
NO CORRIENTE		\$ 3.321,00
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 3.113,00	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.245,00	
EQUIPO DE OFICINA	\$ 812,00	
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 1.056,00	
DIFERIDOS E INTANGIBLES	\$ 208,00	
PATENTES Y MARCAS	\$ 208,00	
GASTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA	\$ -	
TOTAL ACTIVOS		\$ 10.138,80
PASIVO		
CORRIENTE		\$ 6.000,00
-	\$ -	
NO CORRIENTE	\$ 6.000,00	
Préstamo bancario a largo plazo	\$ 6.000,00	
PATRIMONIO		\$ 4.138,80
Capital Social	\$ 4.138,80	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$ 10.138,80

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede mencionar que se obtuvo en el estado de situación inicial un valor de \$ 10.138,80 dólares para la apertura de MEDIFARMA.

5.8.Flujo de Caja

A continuación se presenta el flujo de caja hasta el 5 año, después de ello se procederá a determinar si el proyecto es viable o no el proyecto.

DATOS	
Maquinaria (Inversión Inicial)	3113
Crédito	6000
I	14,90%
n (años)	5
m (frecuencia año)	1
Tasa de Impuestos (Tc)	22%
WACC	11,16%
Tasa sustentable de Crecimiento (g)	1,56%
Inflación (f)	1,51%
Tasa Depreciación	10%

WACC	11,16%
Ke	14,90%
Kd	11,00%
%E	41%
%D	59%
Tasa Impositiva (Tc)	22%

Deuda	\$ 6.000,00
Recurso Propio	\$ 4.138,80
Total Financiamineto	\$ 10.138,80

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Para realizar el Flujo de Efectivo se consideran los datos de crédito como los recursos propios que se va a tener para colocar la nueva farmacia en la parte sur del Cantón Saquisilí.

Tabla 21 Flujo de Caja

FLUJO DE EFECTIVO

RUBRO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas		70313,52	71410,41	72524,41	73655,79	74804,82
- Costos Variables		50425,8	51187,23	51960,16	52744,76	53541,20
- Costos Fijos		14298,96	14514,87	14734,05	14956,53	15182,38
= Utilidad Operativa		5588,76	5708,31	5830,21	5954,51	6081,25
- Depreciación		311,30	311,30	311,30	679,49	679,49
= UAI		5277,46	5397,01	5518,91	5275,02	5401,76
- Gastos Financieros		894,00	761,14	608,49	433,09	231,56
= UAImp (Base Imponible)		4383,46	4635,86	4910,42	4841,93	5170,20
- Impuestos		964,36	1019,89	1080,29	1065,22	1137,44
= UDImp		3419,10	3615,97	3830,13	3776,70	4032,76
+ Depreciación		311,30	311,3	311,3	679,4875868	679,4875868
+ Valor de Rescate						
- Capital Financiero		\$891,66	\$1.024,51	\$1.177,17	\$1.352,56	\$1.554,10
- Capital de Trabajo		0	0	0	0	0
= Flujo de Efectivo	\$(10.138,80)	\$2.838,74	\$2.902,76	\$2.964,26	\$3.103,63	\$3.158,15

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Periodo	0	1	2	3	4	5
Saldo	6000	\$5.108,34	\$4.083,83	\$2.906,66	\$1.554,10	\$0,00
Capital		\$891,66	\$1.024,51	\$1.177,17	\$1.352,56	\$1.554,10
Interés		\$894,00	\$761,14	\$608,49	\$433,09	\$231,56
Pago		\$1.785,66	\$1.785,66	\$1.785,66	\$1.785,66	\$1.785,66

MEDIFARMA

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

DESCRIPCIÓN	PERIODOS				
	2021	2022	2023	2024	2025
Antivirales	\$ 6.187,08	\$ 9.651,84	\$ 15.056,88	\$ 23.488,73	\$ 36.642,42
Antibióticos	\$ 28.581,60	\$ 44.587,30	\$ 69.556,18	\$ 108.507,64	\$ 169.271,92
Antiinflamatorios	\$ 20.403,72	\$ 31.829,80	\$ 49.654,49	\$ 77.461,01	\$ 120.839,17
Útiles de Aseo	\$ 12.449,52	\$ 19.421,25	\$ 30.297,15	\$ 47.263,56	\$ 73.731,15
Bebidas y Golosinas	\$ 2.691,60	\$ 4.198,90	\$ 6.550,28	\$ 10.218,43	\$ 15.940,76
TOTAL INGRESOS	\$ 70.313,52	\$ 109.689,09	\$ 171.114,98	\$ 266.939,37	\$ 416.425,42
(-) Costos de Mercadería					
Antivirales	\$ 4.447,32	\$ 6.715,45	\$ 10.140,33	\$ 15.311,90	\$ 23.120,98
Antibióticos	\$ 21.527,40	\$ 32.506,37	\$ 49.084,62	\$ 74.117,78	\$ 111.917,85
Antiinflamatorios	\$ 13.587,24	\$ 20.516,73	\$ 30.980,27	\$ 46.780,20	\$ 70.638,10
Útiles de Aseo	\$ 8.759,64	\$ 13.227,06	\$ 19.972,86	\$ 30.159,01	\$ 45.540,11
Bebidas y Golosinas	\$ 2.104,20	\$ 3.177,34	\$ 4.797,79	\$ 7.244,66	\$ 10.939,43
TOTAL COSTO DE VENTAS	\$ 50.425,80	\$ 76.142,96	\$ 114.975,87	\$ 173.613,56	\$ 262.156,47
(=) Utilidad Bruta en Ingresos	\$ 19.887,72	\$ 33.546,13	\$ 56.139,12	\$ 93.325,81	\$ 154.268,95
(-) Gastos Operacionales	\$ 15.525,06	\$ 23.442,84	\$ 35.398,69	\$ 53.452,02	\$ 80.712,55
Gastos Administrativos	\$ 14.298,96	\$ 21.591,43	\$ 32.603,06	\$ 49.230,62	\$ 74.338,23
Gastos Financieros (14.90%) Tasa Activa Mensual	\$ 894,00	\$ 1.349,94	\$ 2.038,41	\$ 3.078,00	\$ 4.647,78
Gasto Depreciación y Amortización	\$ 332,10	\$ 501,47	\$ 757,22	\$ 1.143,40	\$ 1.726,54
(=) Utilidad antes de Impuestos	\$ 4.362,66	\$ 10.103,29	\$ 20.740,43	\$ 39.873,79	\$ 73.556,40
(-) 25% Impuesto A la Renta	\$ 1.090,67	\$ 2.525,82	\$ 5.185,11	\$ 9.968,45	\$ 18.389,10
(=) Utilidad antes de reparto	\$ 3.272,00	\$ 7.577,47	\$ 15.555,32	\$ 29.905,34	\$ 55.167,30
(-) 15% Participación Trabajadores	\$ 490,80	\$ 1.136,62	\$ 2.333,30	\$ 4.485,80	\$ 8.275,09
(=) Utilidad Neta del Ejercicio	\$ 2.781,20	\$ 6.440,85	\$ 13.222,02	\$ 25.419,54	\$ 46.892,20

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

De acuerdo a los resultados obtenidos en el flujo de efectivo se obtuvo un resultado negativo de \$ 10.138,80 dólares mismo que es un gasto de inversión y para los demás años establecidos ya existe un crecimiento de saldo positivo de \$ 2.838,74 dólares y para el quinto año se espera un saldo de \$ 3.158,15 dólares.

De la misma manera de acuerdo al estado de resultados proyectados se puede mencionar que en el año 2021 se obtiene una utilidad neta del ejercicio de \$ 2.781,20 dólares y para el año de 2025 se espera obtener una utilidad neta de \$ 46.892,20 dólares.

Cabe mencionar que para realizar la elaboración de estos ejercicios se realizó de acuerdo a la venta de los productos que se detallan en el Anexo, así como de igual forma se detalla los productos a venderse en MEDIFARMA.

5.9. Indicadores de evaluación financiera

Se debe considerar que la evaluación financiera nos ayudara a determinar si es viable el proyecto, para ello se realizara el análisis del Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, el Periodo de Recuperación de la Inversión, los Indicadores de Costo Beneficio y el Punto de Equilibrio.

5.9.1. Valor Actual Neto (VAN)

Para calcular el Van se conocerá si vamos a ganar o perder a través del tiempo y para ello se procederá a realizar la siguiente formula en donde se determinara el VAN:

$$VAN = \sum_{n=0}^x \frac{F_n}{(1 + I)^t} - I_0$$

Donde:

F_n = Flujo neto

t = número de periodos 1, 2, 3, 4, 5

I = Tipo de Interés

I_0 = Inversión inicial

$$\text{VAN} = \$ 4828,73 - 11.16\%$$

$$\text{VAN} = \$ 733.80$$

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede mencionar que se obtiene un Valor Neto de \$ 733,80 positivo siendo esto mayor que cero, cabe destacar que al salir positivo este valor MEDIFARMA es rentable y que con el pasar del tiempo se puede recuperar el capital invertido así como obtener ganancias en los próximos años.

5.9.2. Tasa interna de Retorno (TIR)

Una vez obtenido el resultado del Valor Actual Neto, se debe evaluar la Tasa Interna de Retorno, mismo que se calcula con el VAN en cero y despejando la tasa de interés, a continuación se realiza la siguiente formula:

$$\text{Formula VAN} = 0$$

Y despejando la tasa de interés:

$$\text{TIR} = 14,26\%$$

$$\text{TIR} > \text{TD}$$

De acuerdo a los resultados obtenidos del TIR se puede mencionar que es un valor positivo y siendo este mayor que la Tasa de descuento, se refleja una factibilidad económica del proyecto a desarrollarse en el Cantón Saquisilí, siendo esto la apertura de MEDIFARMA.

5.9.3. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Para conocer el periodo de recuperación de inversión de MEDIFARMA se procede a realizar la siguiente formula:

$$PRI = \frac{I_0}{\frac{\sum F_n}{\alpha}}$$

Donde:

I_0 = Inversión Inicial

$\sum F_n$ = Sumatoria del flujo neto

α = número de años

$$PRI = 1433,04/\$258,64$$

$$PRI = 3,54 \text{ meses}$$

Siendo el PRI 3,54 meses se debe mencionar que se desarrollara en tiempo que tomaría recuperar esta inversión para ello se considera lo siguiente:

$$3,54 = 3 \text{ años, } 5 \text{ meses}$$

$$0,54 * 30 / 1 = 16 \text{ días}$$

Una vez arrojado estos resultados, se puede mencionar que se recuperaría la inversión en 3 años, 5 meses con 16 días.

5.9.4. Indicador Costo/Beneficio

Para calcular el Costo Beneficio se realiza la siguiente formula:

$$\begin{aligned} \text{Beneficio/Costo} &= \frac{\sum \text{Flujos de Caja Libres}}{\text{Inversión Inicial}} \\ \text{B/C} &= \frac{\$733,80}{- \$ 10.138,8} \\ \text{B/C} &= \$ 0,07 \end{aligned}$$

Una vez realizado el cálculo del Costo Beneficio se puede mencionar que se obtuvo una respuesta del \$ 0,07 ctvs, siendo este un valor favorable que ingrese de recuperación por cada producto que se venda en MEDIFARMA.

5.9.5. Punto de Equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio se considera que es difícil determinar el punto de equilibrio en cantidad, ya que en una farmacia en donde se vende varios productos con diferentes precios, es por ello que se toma el tiempo como cantidad es decir los 360 días del año.

Para realizar el Cálculo del Punto de Equilibrio se considera las siguientes formulas:

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES

$$\begin{aligned}
 & \text{PE} = \frac{\text{COSTO FIJO}}{\text{PRECIO UNITARIO} - \text{COSTO VARIABLE UNITARIO}} \\
 & \text{PE} = \frac{14298,96}{195,32 - 140,07} \\
 & \text{PE} = \frac{14298,96}{55,24} \\
 & \text{PE} = \mathbf{259 \text{ Unidades}}
 \end{aligned}$$

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES

$$\begin{aligned}
 & \text{PE} = \frac{\text{COSTO FIJO}}{\text{PRECIO UNITARIO} - \frac{\text{COSTO VARIABLE UNITARIO}}{\text{PRECIO UNITARIO}}} \\
 & \text{PE} = \frac{14298,96}{1 - \frac{140,07}{195,32}} \\
 & \text{PE} = \frac{14298,96}{1 - 0,71715653} \\
 & \text{PE} = \mathbf{\$ 50554,32 \text{ Pe Dólares}}
 \end{aligned}$$

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Para determinar el punto de equilibrio se considerara la cantidad en días, puesto que son varios productos que no se pueden calcular uno por uno, es por ello que se detalla a continuación:

PVP	
Ingresos	70313,52
Cantidad	360

Tabla 22 Costos

	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	PRECIO
TOTAL	\$ 14.298,96	\$ 140,07	195

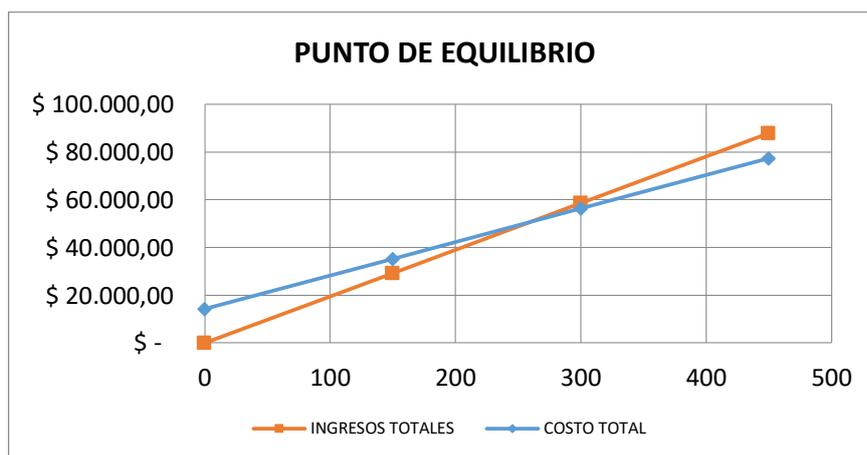
Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Tabla 23 Ingresos de Costos

CANTIDAD	INGRESOS TOTALES	COSTO FIJO ANUAL	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
0	\$ -	\$ 14.298,96	\$ -	14.298,96
150	\$ 29.297,30	\$ 14.298,96	\$ 21.010,75	35.309,71
300	\$ 58.594,60	\$ 14.298,96	\$ 42.021,50	56.320,46
450	\$ 87.891,90	\$ 14.298,96	\$ 63.032,25	77.331,21

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Gráfico 25 Punto de Equilibrio



Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

6. ESTUDIO LEGAL

En este espacio se podrá identificar todas la normativa legal que se debe ejecutar durante el proyecto de creación e implementación de la farmacia para ello se deberá conocer las normativas técnicas del producto que se va adquirir, la

localización del proyecto es decir permisos de construcción municipal, permisos de uso de suelo así como permiso de los bomberos para desarrollar el proyecto.

En este sentido hay que mencionar toda la parte legal que se debe cumplir con las diferentes entidades públicas para poder colocar la farmacia en el cantón, así como la parte legal de contratación de las personas que van a laborar en la farmacia, es por ello que a continuación se detalla requisitos que se debe tener para la colocación de una nueva farmacia en el cantón, contemplando que los requisitos para apertura es muy diferente a los requisitos que solicitan en la municipalidad.

- Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Título del responsable técnico (Químico Farmacéutico o Bioquímico Farmacéutico) registrado previamente en el Ministerio de Salud Pública y en la ARCSA es quien autoriza o no si se apertura la farmacia o no
- Contrato de trabajo con el profesional Químico Farmacéutico o Bioquímico Farmacéutico, cuando estos laboren como mínimo cuarenta (40) horas semanales, debidamente registrado ante la autoridad competente; en el caso de los profesionales que laboren por menos horas se podrán presentar: contrato de trabajo, o el contrato de prestación de servicios profesionales en el ámbito legal correspondiente. (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2021)

Cabe mencionar que de acuerdo al Ministerio de Salud mencionan que se deben cumplir los siguientes requisitos para apertura una nueva farmacia.

- Permiso de funcionamiento en donde se otorgará en base al cumplimiento de requisitos de carácter legal y técnico que deben ser consignados durante el proceso de autorización.
- EL Representante Legal deberá solicitar el respectivo permiso de funcionamiento en un plazo no mayor a ciento veinte días.
- La ARCSA emitirá el respectivo permiso de funcionamiento de nuevas farmacias y previo cumplimiento a través del sistema automatizado de todos los requisitos descritos a continuación:

- a. Solicitud para la apertura de una farmacia.
- b. Registro del título del responsable técnico en el MSP.
- c. Contrato de prestación de servicios profesionales en el ámbito legal correspondiente.

En el caso de expendir otros productos de uso y consumo humano, se deberá obtener el permiso de funcionamiento respectivo para dicha actividad, además de contar con un espacio separado y definido para el almacenamiento y expendio de dichos productos. Se debe mencionar que el ARCSA realizará una inspección de forma prioritaria al establecimiento, con el objetivo de verificar la veracidad de la información proporcionada a esta agencia.

Por otro lado hay que mencionar que los requisitos que solicitan en el municipio son de acuerdo a la Patente municipal y permiso de bomberos estos requisitos se lo ara después de la apertura de la farmacia para proceder a pagar el impuesto para la apertura de un establecimiento cualquiera que sea así como el permiso de los bomberos en el municipio.

Conclusiones del Capítulo II

- Conocer la segmentación del mercado al cual nos vamos a dirigir es fundamental puesto que una vez colocado la farmacia se podrá tener claro cuál es nuestro mercado objetivo y al cual nos debemos dirigir, considerando que es entre las edades de 25 a 80 años de edad mismo que ellos son los que consumen más medicamentos ya sea por sus enfermedades o por cuidar su salud.
- Contar con un administrador y un personal de servicio al cliente para el funcionamiento de MEDIFARMA es de vital importancia ya que con este personal fijo se podría tener una atención eficaz en la farmacia, de la misma manera se debe considerar a dos personales auxiliares que ayudaran en la apertura y las declaraciones tributarias como son el químico farmacéutico y el contador que serán personal de apoyo en la farmacia.
- Para implementación de MEDIFARMA se requiere una inversión de \$ 10.138,80 dólares americanos mismo que se considera un capital propio de \$ 4138,80 dólares y un crédito en la cooperativa Ambato de \$ 6000 dólares.
- De la misma forma se puede mencionar que de acuerdo a los indicadores financieros con un resultado de \$ 733,80 obtenido en el VAN, un 14,26% obtenido en el TIR, un Periodo de Recuperación Interna de 3 años, 5 meses y 16 días, un Beneficio Costo de 0.07 centavos por cada venta que se realice y el punto de equilibrio se pudo conocer que el proyecto es factible y viable para la colocación de MEDIFARMA en la parte sur del cantón Saquisilí.

CAPÍTULO III.

APLICACIÓN Y VALIDACION DE LA PROPUESTA

3. Evaluación de expertos

Para la evaluación de expertos de la propuesta “Creación de una farmacia en la parte sur de la cabecera cantonal de Saquisilí, provincia de Cotopaxi.”, se obtuvo el aval de una persona especialista en el tema, quien certifica la validez y pertinencia de la factibilidad del proyecto.

3.1. Selección del evaluador

Para recabar una evaluación contundente se seleccionó a un profesional que cumpla con el siguiente perfil:

- Título de cuarto nivel en el área
- Poseer una experiencia de 3 a 5 años comprobada

Para ello se considera los siguientes parámetros para ser seleccionada la persona

Tabla 24 Datos del Evaluador

DATOS DEL EVALUADOR	
Nombres Completos	JIRMA ELIZABETH VEINTIMILLA RUIZ
Cargo	Docente; Directora del Programa de Maestría MBA
Empresa	Emprendedora
Experiencia	11 años
Título de pregrado	Ingeniera Comercial
Título de posgrado	Msc. En Administración de Empresas
Teléfono celular:	0984555994

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

3.2. Metodología

La metodología que se utilizara será en base a otros proyectos de factibilidad en donde se describirán la parte cualitativa que a continuación se presenta:

Tabla 25 Lista de Validación de Propuesta

LISTA DE VALIDACIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y PLANES DE NEGOCIO POR EXPERTO Y USUARIO				
La siguiente matriz de "LISTA DE VALIDACIÓN" establece los criterios básicos a ser considerados por los expertos y usuarios de la presente propuesta en el Trabajo de Titulación cuyo tema es: “CREACIÓN DE UNA FARMACIA EN LA PARTE SUR DE LA CABECERA CANTONAL DE SAQUISIL, PROVINCIA DE COTOPAXI” . Autor: Vargas Salazar Raquel de los Angeles. Cohorte: 2020 del programa de Maestría en: Administración de Empresas				
1) PRESENTACION DEL INSTRUMENTO		30%		
2) CALIDAD DEL CONTENIDO		40%		
3) FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA		30%		
TOTAL		100%		
COMPONENTE 1 : PRESENTACIÓN DEL INSTRUMENTO				
ITEM	CRITERIOS: Otorgar 1 punto si se cumple, 0 puntos si es no.		RESPUESTA	
			SI	NO
Método de aplicación de encuestas	1	La metodología para establecer el trabajo de campo es el adecuado	1	
	2	El instrumento va acorde a la información que se requiere	1	
	3	La información obtenida ayuda a desarrollar el proyecto propuesto	1	
VALORACION DEL ITEM			3	
ITEM	CRITERIOS: Otorgar 1 punto si se cumple, 0 puntos si es no.		RESPUESTA	
			SI	NO
Método de aplicación del instrumento de validación	1	La presentación del instrumento de validación es aceptable	1	
	2	¿El contenido de Información es la adecuada para poder calificar todo los parámetros?	1	
	3	¿La información de cada componente es clara y precisa?	1	
VALORACION DEL ITEM			3	
TOTAL DEL COMP			6	

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Tabla 26 Componente 2

COMPONENTE 2: CALIDAD DEL CONTENIDO				
ITEM	CRITERIOS: Otorgar 1 punto si se cumple, 0 puntos si es no.		RESPUESTA	
			SI	NO
Fundamentación Teórica	1	Están bien definidos de acuerdo al tema	1	
	2	El proyecto tiene una aplicación directa al Cantón Saquisilí	1	
	3	Contempla información suficientes para la aplicación del mismo	1	
VALORACION DEL ITEM			3	
TOTAL DEL COMP			3	

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Tabla 27 Componente 3

COMPONENTE 3. FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA				
ITEM	CRITERIOS: Otorgar 1 punto si se cumple, 0 puntos si es no.		RESPUESTA	
			SI	NO
Estudio de Mercado	1	La metodología aplicada es la adecuada	1	
	2	Tiene relación y concordancia con la Propuesta	1	
	3	Las estrategias de marketing son las adecuadas	1	
VALORACION DEL ITEM			3	
ITEM	CRITERIOS: Otorgar 1 punto si se cumple, 0 puntos si es no.		RESPUESTA	
			SI	NO
Estudio Técnico	1	La localización del proyecto es la adecuada	1	
	2	La ingeniería del proyecto es aceptable para la ejecución del mismo	1	
	3	La distribución de la planta es la adecuada para la venta de los productos	1	
VALORACION DEL ITEM			3	
ITEM	CRITERIOS: Otorgar 1 punto si se cumple, 0 puntos si es no.		RESPUESTA	
			SI	NO
Estudio Administrativo	1	Cumple con la identificación de la farmacia	1	
	2	Cumple con el personal que se requiere en el mismo	1	
	3	Cumple con la información adecuada para contratar al personal	1	
VALORACION DEL ITEM			3	
ITEM			RESPUESTA	

	CRITERIOS: Otorgar 1 punto si se cumple, 0 puntos si es no.	SI	NO
Estudio Financiero	1 Cumple con los parámetros Financieros	1	
	2 Es aceptable el TIR Y el VAN	1	
	3 Es viable el proyecto	1	
VALORACION DEL ITEM		3	
ITEM	CRITERIOS: Otorgar 1 punto si se cumple, 0 puntos si es no.	RESPUESTA	
		SI	NO
Estudio Legal	1 Cumple con los requisitos para su apertura	1	
	2 Tiene relación los requisitos con el tema propuesto	1	
VALORACION DEL ITEM		2	
TOTAL DEL COMP		8	

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

3.3. Resultados de la evaluación

De acuerdo a la metodología presentada, el evaluador emitió su análisis, teniendo el siguiente resultado:

Tabla 28 Calificación del Evaluador

Nombre del Proyecto: “CREACIÓN DE UNA FARMACIA EN LA PARTE SUR DE LA CABECERA CANTONAL DE SAQUISILI, PROVINCIA DE COTOPAXI”		
Nombre del Evaluador : Mg. Jirma Veintimilla		
Firma :		
Fecha de Entrega : 28/12/2021		
EXPERTO (X)	USUARIO ()	
EXPERTO	EXPEFRTO 1	
	PUNTAJE X COMP	% X COMP
COMPONENTES A EVALUAR		
COMPONENTE 1 : PRESENTACION DEL INSTRUMENTO	6	30%
COMPONENTE 2: CALIDAD DEL CONTENIDO	3	40%
COMPONENTE 3. FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA	8	30%
TOTAL	17	100%

PROMEDIO GENERAL	PROMEDIO PUNTAJE X COMPONENTE	PROMEDIO % X COMPONENTE
		17

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

De acuerdo a la calificación establecida en la tabla se da un promedio de un 100%, ya que la persona que evaluó la viabilidad del proyecto, deliberaron el proyecto propuesto siendo esto como “ACEPTABLE” y a su vez esto califica para que pueda ser ejecutado el mismo.

3.4. Conclusiones del III Capitulo

- Se considera parámetros importantes para el desarrollo de la calificación en cada uno de los ítems establecidos en el instrumento de validación de la propuesta.
- A través de la evaluación de expertos se puede obtener un aval que certifica la valides y pertinencia de la propuesta expuesta.
- De acuerdo a la calificación obtenida del 100% se puede conocer la aceptación del proyecto establecido con una calificación de 17 puntos.

CONCLUSIONES GENERALES

- La metodología de trabajo que se presentó ayudo a resolver muchos inciertos que se encontraba en el transcurso del proyecto que se desarrollaba días tras día, se debe considerar que al realizar la metodología y el trabajo en campo se pudo llegar a conocer la realidad de las personas, así como la metodología que va hacer utilizada en MEDIFARMA consiste en brindar un servicio de calidad con precios acorde al mercado competitivo.
- Para la segmentación del mercado se tomó en cuenta a la población económicamente activa de la parte urbana del cantón Saquisilí, donde se aplicó a 310 personas y la aceptación que tuvo del instrumento (encuesta) fue muy aceptada por las personas mismo que se arrojaron datos reales ya que se pudo llegar a las personas presencialmente y la información fue verídica e importante para la toma de decisiones en la apertura de MEDIFARMA.
- En el presente proyecto se desarrolla el método inductivo donde nos ayudó a la obtención de información y análisis para la toma de decisiones de lo más macro hasta lo más micro, por otro lado también se utilizó el método cuantitativo donde nos permitió recoger y analizar los datos que se obtuvieron en el trabajo de campo, considerando que para la tabulación e interpretación de datos se utilizó el programa Spss 20 mismo que fue una herramienta que nos ayudó y facilito a tener unos resultados más claros y precisos para tener una interpretación eficaz.
- Se estableció un manual de funciones para conocer el perfil adecuado para ser contratado en MEDIFARMA, así como las funciones que deben desarrollar en sus funciones diarias para ofrecer un servicio de calidad.
- Finalmente una vez desarrollado la parte financiera se pudo llegar a conocer la viabilidad y rentabilidad de la implementación de MEDIFARMA en la parte sur del cantón Saquisilí, ya que se cuenta con los recursos necesarios tanto en la parte económica como infraestructura propia para la puesta en marcha de la nueva farmacia.

RECOMENDACIONES

- Una vez concluida la investigación se puede recomendar ejecutar las estrategias de marketing mismo que estas ayudaran a que MEDIFARMA sea reconocida en el mercado Saqusilense.
- Al ser una farmacia que ofertara un servicio a la ciudadanía se debe considerar que el servicio al cliente debe ser muy minucioso y creativo para poder tener la aceptación en el mercado y su fidelidad.
- Para conocer si es factible la implantación de un nuevo emprendimiento es necesario realizar un estudio de factibilidad mismo que nos ayudara a conocer si es factible o no la colocación del mismo, puesto que con la variación del tiempo y el cambio de vida que día a día transcurre se debe estar seguro la implementación de un nuevo negocio.

Bibliografía

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2021). *Permisos de funcionamiento*. Obtenido de <http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>
- Alexander Guzmán, D. G. (2005). *Contabilidad Financiera*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Arena, S. Z. (1997). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGraw-Hill.
- Arístides Alfredo Vara Horna. (2010). *¿Cómo hacer una Tesis en Ciencias Empresariales? Mnaual breve para los tesistas en Administración Negocios Internacionales, Recursos Humanos y Marketing*. Lima-Perú.
- Asamblea Nacional República del Ecuador. (2020). *Ley Organica de Emprendimeinto e Innovación*. Quito.
- Association, A. M. (18 de Agosto de 2020). *El poder de la segmentación de mercado*. Obtenido de <https://forbescentroamerica.com/2020/08/18/poder-segmentacion-de-mercado-marketing/>
- Asuncion, I. M. (2001). *Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la CAPV*. Espana.
- Banco Central del Ecuador. (2021). *Cuentas Nacionales Trimestrales del Ecuador*. Quito.
- Banco Central del Ecuador,. (Noviembre de 2021).
- Barrera, V. (21 de Febrero de 2013). *La idea de negocio*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/crear-empresa/idea-de-negocio> (2013-2017). *Buen Vivir*. Quito, Ecuador.
- Cabezas, R. H. (2005). *Recursos Elementos de Economía*. Trillas.
- Canelos, R. (2006). *Formulación y Evaluación de un Plan de Negocios*. España: Fernández S., Marcelo.
- Cano, A. P. (Diciembre de 2015). *Plan de negovioid para la creacion de una farmacia y novedades San Miguel en el Ejido de Púcte, Municipio de Othón P. Blanco*. Obtenido de http://www.itzonamaya.edu.mx/web_biblio/archivos/res_prof/ige/ige-2015-21.pdf

- Cantillon, R. (2015). *Emprendiendo Historias. Emprendiendo Historias*, <https://www.emprendiendohistorias.com/que-es-un-emprendedor/>.
- Cordova, M. (2006). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos*.
- Díaz, I. A. (2006). *Finanzas Corporativas en la Práctica*. Madrid, España: Delta Publicaciones.
- (s.f.). *Estudios y Más S.A.* Guatemala. Obtenido de http://www.actiweb.es/estudiosymas/manuales_administrativos.html
- Fuentes, M. A. (Julio de 2012). *Estudio de factibilidad para la creacion de una farmacia con franquicia de la cadena farmaceutica cruz azul en el setor dde la av. Amazonas del canton milagro*. Obtenido de [http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/1018/3/Estudio%20de%20factibilidad%20para%20la%20creaci%C3%B3n%20de%20una%20farmacia%20con%20franquicia%20de%20la%20cadena%20farmac%C3%A9utica%20Cruz%20Azul%20en%20el%20sector%20de%20la%20av.%200Amazonas%](http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/1018/3/Estudio%20de%20factibilidad%20para%20la%20creaci%C3%B3n%20de%20una%20farmacia%20con%20franquicia%20de%20la%20cadena%20farmac%C3%A9utica%20Cruz%20Azul%20en%20el%20sector%20de%20la%20av.%200Amazonas%20)
- Gómez, H. S. (2006). *Concepto Basicos*. Obtenido de En servicio al clinete: <http://importacionesan.blogspot.com/2011/05/marco-teorico.html#:~:text=Seg%C3%BAn%20el%20autor%20HUMBERTO%20SERNA,expectativas%20de%20sus%20clientes%20externos..>
- Gómez, N. T. (2006). *Enfoque cuantitativo, Cualitativo y mixto*.
- Gutiérrez, D. M. (2005). *La elaboración del plan estrategico y su implantación a traves del cuadro de mando integrado*. España.
- Hernández, J. L. (2005). *Analisis Financiero*. Obtenido de www.gestiopolis.com/canales5/fin/anfinancier.htm
- Herrera, F., Velasco, C., Denen, H., & Radulovich, R. (1994). *Fundamentos de Análisis Económico*. Costa Rica: CATIE.
- Honduras, U. A. (2015). *Enfoque cuantitativo y cualitativo en la investigación científica*. Honduras.
- INEC. (2001). *Instituto Nacional de Estadisticas y Censos*. Saquisilí.
- James C. Van Horne & Jhon M. Wachowicz, J. (2002). *Fundamentos de Administración Financiera*. Mexico: Maritsa de Ana.
- Kendall, K. E. (1997). *Análisis y diseño de sistemas*. México.

- León, M. E. (2004). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación*. Del Carmen, Campeche, México.
- López Tapía, J. (1992). *Tus raíces*. Saquisilí.
- Mejía, N. R. (2015). Obtenido de Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia en el cantón Pichincha, provincia de Manabí.: <https://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/3160/1/T-UTEQ-0114.pdf>
- Mejía, N. R. (2015). *Estudio de Factibilidad para la creación de una farmacia en el cantón pichincha, provincia de Manabí*. Quevedo.
- Miranda, J. J. (2003). *Gestión de Proyectos, Evaluación Financiera Social y Ambiental*. Bogotá: Colombia.
- Morales, M. J., Romo, Z. G., & Montmany, E. B. (2016). *¿Cómo aplicar los conceptos básicos de la publicidad?* Barcelona: UOC.
- Moreno, J. A. (2015). *El Emprendimiento Empresarial*. Quality.
- Newton, A. R. (1964). *Estudio Económico*. Obtenido de Capítulo cuatro: <http://biblio3.url.edu.gt/Libros/2011/eva-elePro/4.pdf>
- Normativa Técnica Funcionamiento de Farmacias y Botiquines Privados. (2017). *Ministerio de Salud Pública*. Guayaquil.
- Orozco, J. d. (2016). *Evaluación financiera de proyectos*. Bogotá: Buena Semilla Carrera 28A N° 64A - 34.
- Posada, M. P.-G.-L. (2017). *Emprendimiento y Creatividad*. Bogotá: ECOE EDICIONES.
- Quezada, T. S., Serrano, L. L., & Tapia, L. B. (2017). *La Política Económica en la Gestión Empresarial*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14307/1/Cap.2-Factores%20pol%C3%ADticos%20y%20econ%C3%B3micos%20que%20influyen%20en%20el%20desarrollo.pdf>
- Raga, S. R. (2017). *Finanzas personales su mejor plan de vida*. Bogotá: Kimpres S.A.S.
- Reinoso, M. U. (2013). *Emprendimiento y Empresarismo*. Bogotá, Colombia.
- Rosales, F. (2005). *Estudio Técnico*.
- Salamanca, M. S. (2013). *Gestión de la Inversión Pública*. curso virtual gestión de la inversión pública, (pág. 2.2.2). Colombia.

- Salas, O. A. (2008). *Análisis Económico - Financiero*. Barcelona: Gestión 2000.
- Sandhusen, R. (2002). *Servicio*. Obtenido de <https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADAM0000618/C1.pdf>
- Solis, C. (2021). *Mapas Owje*. Obtenido de <https://mapas.owje.com/16215/cotopaxi.html>
- Tamayo, M. T. (2005). *Tipos de Investigación*. Obtenido de <http://online.aliat.edu.mx/adistancia/InvCuantitativa/LecturasU6/tecnicas.pdf>
- Thompson, I. (2005). *Diccionario de Marketing, de Cultura S.A.* Obtenido de Definición de Publicidad: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-definicion-concepto.html>
- Thompson, I. (2020). *Misión y Visión*. Obtenido de <http://www.colegio-isma.com.ar/Secundaria/Apuntes/Mercantil/4%20Mer/Administracion/Mision%20y%20Vision.pdf>
- Trenza, A. (23 de Agosto de 2019). *Idea de Negocio: Definicion, como desarrollaria y ejemplos*. Obtenido de <https://anatrenza.com/idea-de-negocio/>
- Uribe, J. A. (2015). *Plan de Negocio para pequenas empresas*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Zárate, F. (2018). *Concepto de Farmacia*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/95176308/concepto-de-farmacia>

IV. ANEXOS

4.1. Modelo de Encuesta

ENCUESTA PARA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Estimado Sr/Sra. la información que proporcione en el siguiente cuestionario será usada para conocer el grado de conocimiento sobre las farmacias del cantón Saquisilí. Gracias por su colaboración y su tiempo, sus opiniones son muy importantes para nosotros.

Instrucciones: Señale con una (x) la respuesta que considere usted cumple.

Edad

- 15-25
- 26-35
- Más de 36

Sexo

- Hombre
- Mujer

UBICACIÓN		
PREGUNTA	SI	NO
1. ¿Existen farmacias por el sector donde vive?		
2. ¿Considera necesario la venta de medicamentos naturales en la farmacia?		
3. ¿Le gustaría que se abra una nueva farmacia en el sector donde vive?		
4. Le gustaría recibir sus medicamentos a domicilio		

ATENCIÓN			
PREGUNTA	EXCELENTE	BUENO	MALO
5. En la farmacia que usted ha visitado. ¿Cómo ha sido la atención?			

6. ¿Cuál de las farmacias del medio es la de su mayor preferencia?				
Sana Sana	Cruz Azul	Económica	Comunitaria	Otra

7. ¿Con que frecuencia usted acude a una farmacia?		
De 1 a 5 veces	De 6 a 10 veces	Más de 10 veces

8. ¿Cuál es el horario que prefiere usted que se apertura y se cierre en una farmacia?		
06:00 am – 20:00 pm	07:00 am – 21:00 pm	06:00 am – 22:00 pm

9. ¿Cuál de los siguientes medicamentos consume más en su hogar?					
Analgésicos	Anticonceptivos	Vitaminas	Antigripales	Antiparasitarios	Otros

10. Qué tipo de medicamentos usted prefiere		
Comercial	Genérico	Natural

11. Le gustaría recibir otro tipo de servicio por parte de la farmacia		
Servicio de consulta	Recargas	Otro

12. Que otro tipo de productos adicionales le gustaría			
Pañales	Golosinas	Útiles de aseo	Otro

13. ¿Qué tipo de promociones le gustaría tener a usted?			
Cupones o vales de descuento	Descuento marcado por el mismo producto	Concursos y sorteos promocionales	Otro

14. ¿Qué forma de pago usted prefiere?			
Efectivo	Tarjeta de crédito	Transferencia	Otro

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

4.2. Fotos de trabajo de campo

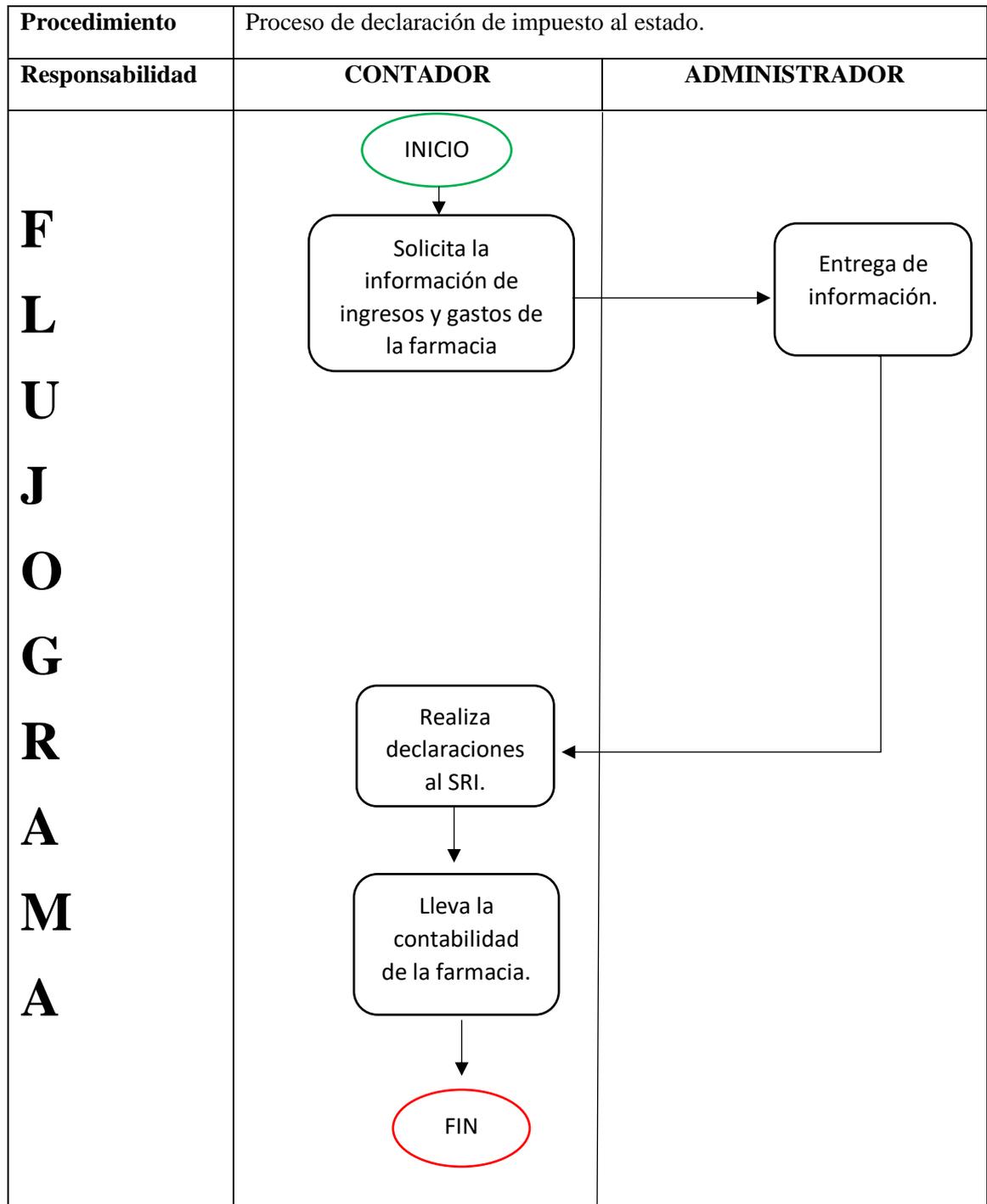
Gráfico 26 Encuestas





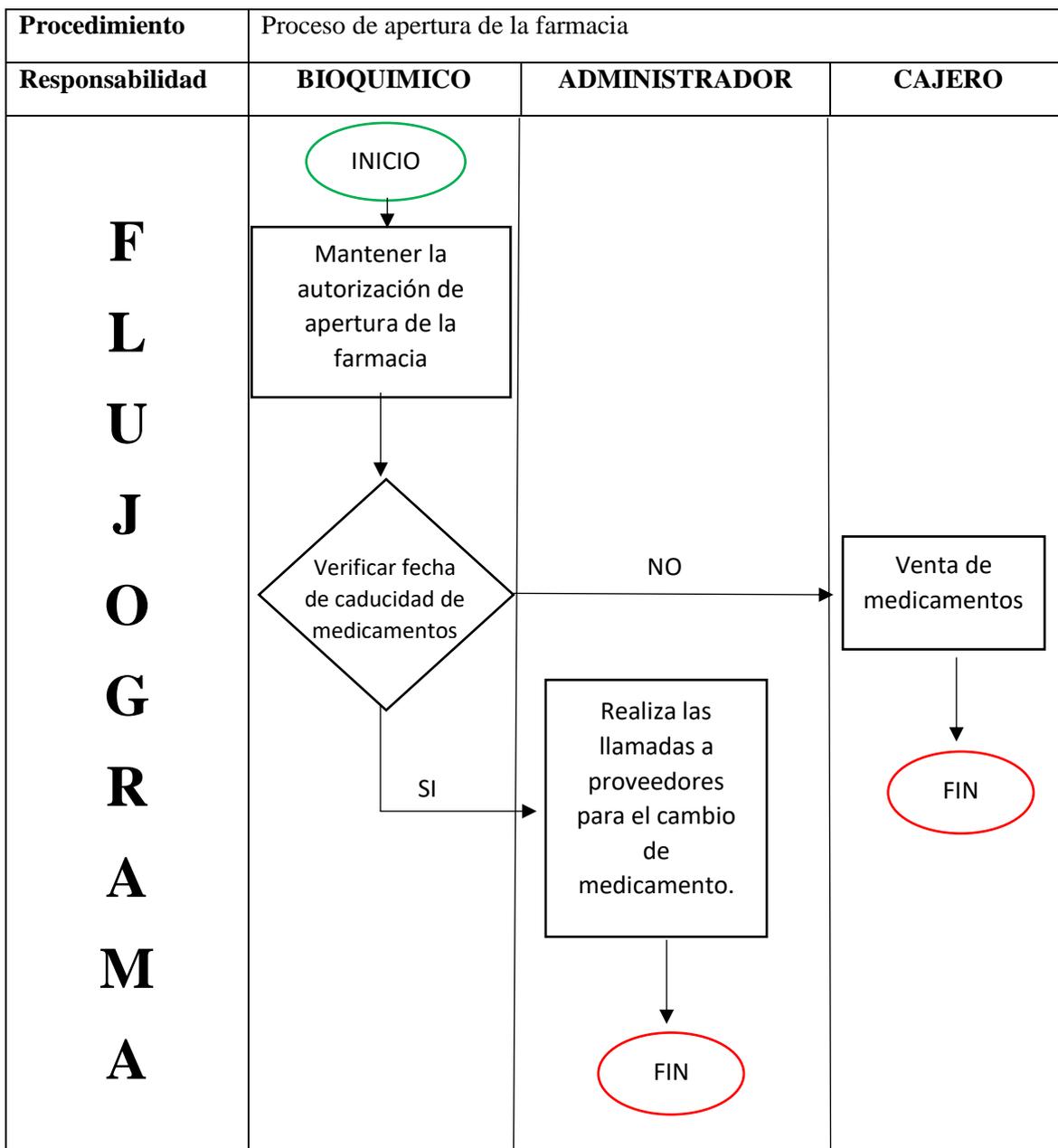
4.3. Flujogramas del personal Auxiliar

Tabla 29 Flujograma del Contador



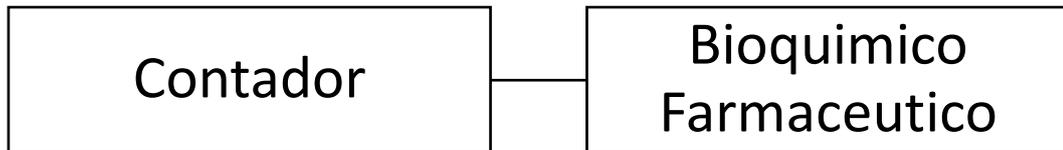
Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

Tabla 30 Flujoograma del Bioquímico

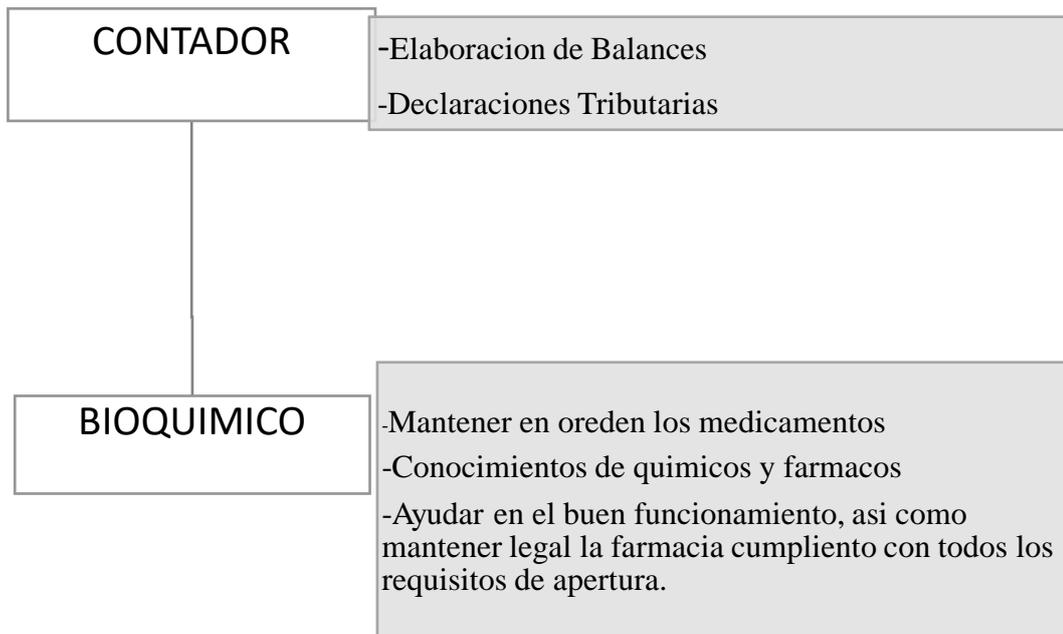


Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

4.4. Auxiliares del personal



Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar



Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

4.5. Manual de funciones

MANUAL DE FUNCIONES	COD: 001
<u>AREA</u> Administrativa	
1.- Cargo: Administrador	
2.- Subalternos: Ninguno	
3.- Objetivo: Administrar la farmacia para el buen funcionamiento del mismo.	
4.- Funciones: <ul style="list-style-type: none">• Administrar la farmacia tanto en la parte legal como en la parte operativa.• Hacer el seguimiento del desarrollo de la ventas de a farmacia a su cargo con el fin de cumplir con el presupuesto de venta asignado.• Maximizar la productividad del punto de venta.• Obtener anualmente el carnet de salud tanto propio como de todo el personal del Punto de Venta, siendo estos necesarios para que el local obtenga el permiso de funcionamiento.• Administrar y publicar de forma veraz, en base a fuentes de primera mano, la información de los fármacos, así como las promociones y descuentos que existirán en el mismo.• Dirigir, controlar y evaluar el desarrollo de los empleados que laboran en la farmacia.• Coordinar, ejecutar y evaluar la política de la farmacia.• Presidir las reuniones para mejora continua de la farmacia.	
5.- Perfil: Ingeniera en Administración de Empresas.	
5.1. Educación: Universitario, Pos grado	
5.2. Experiencia: 2 Años de Experiencia en Farmacias	
5.3 Características Personales: <ul style="list-style-type: none">• Amable• Educado• Responsable• Honrado• Honesto	
5.4. Sexo: Masculino y Femenino Estado civil: Cualquiera	
5.5. Competencias: Ser emprendedor	
5.6. Conocimientos de programas utilitarios e idiomas: Español e ingles	

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

MANUAL DE FUNCIONES	COD: 002
<u>AREA</u>	
Administrativa	
1.- Cargo: Contador	
2.- Subalternos: Ninguno	
3.- Objetivo: Llevar los registros diarios, mayores, inventarios, cuentas de bancos proveedores, estados financieros e indicadores financieros.	
4.- Funciones: <ul style="list-style-type: none"> • Declaraciones legales y trámites municipales. • Establecer estrategias de inversiones y relaciones con instituciones financieras. • Llevar las actividades contables y financieras de la farmacia. • Asesorías en la toma de decisiones económicas. • Determinar el flujo de efectivo mensual y anual. • Determinar gastos fijos y variables 	
5.- Perfil: Ingeniera en Contabilidad y Auditoría (CPA)	
5.1. Educación: Universitario, Pos grado	
5.2 Experiencia: 2 Años de Experiencia en Farmacias	
5.3 Características Personales: <ul style="list-style-type: none"> • Responsable • Educado • Transparente • Honesto 	
Sexo: Masculino y Femenino Estado civil: Cualquiera	
5.4 Competencias: Manejo de la plataforma de Tributación (SRI)	
5.5 Conocimientos de programas utilitarios e idiomas: Español e ingles	

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

MANUAL DE FUNCIONES	COD: 003
<u>AREA</u>	
Operativa	
1.- Cargo: Atención al Cliente	
2.- Subalternos: Ninguno	
3.- Objetivo: Contribuir a cumplir con las ventas asignadas así como atender las necesidades que tienen los clientes.	
4.- Funciones: <ul style="list-style-type: none"> • Atención personalizada a los clientes • Solventar las necesidades de los clientes • Salvaguardar el dinero que ingresa a la farmacia. • Hacer cuadros de caja. • Realizar el aseo de las estanterías, medicamentos y la farmacia en sí. • Realizar el inventario de los fármacos que se encuentran stock, así como recibir el medicamento de los proveedores. • Ofrecer promociones y descuentos de los medicamentos. • Entregas de medicamentos a domicilios. 	
5.- Perfil: Bachiller	
5.1. Educación: Secundaria.	
5.2 Experiencia: 1 Años de Experiencia en Farmacias	
5.3 Características Personales: <ul style="list-style-type: none"> • Amable • Responsable • Honrado • Honesto 	
Sexo: Masculino y Femenino Estado civil: Cualquiera	
5.4 Competencias: Ser Transparente	
5.5 Conocimientos de programas utilitarios e idiomas: Español	

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

MANUAL DE FUNCIONES	COD: 004
<u>AREA</u>	
Administrativa	
1.- Cargo: Bioquímico	
2.- Subalternos: Ninguno	
3.- Objetivo: Responsable técnico del establecimiento	
4.- Funciones: <ul style="list-style-type: none"> • Controlar que las fechas de los medicamentos no estén vencidas • Verificar que los productos que se encuentren en el orden establecido por el ministerio de salud. • Establecer el orden de medicamentos en las perchas. • Adquirir el permiso de funcionamiento de la farmacia a través de su firma. 	
5.- Perfil: Bioquímico farmacéutico.	
5.1. Educación: Universitario, Pos grado.	
5.2 Experiencia: 2 Años de Experiencia en Farmacias	
5.3 Características Personales: <ul style="list-style-type: none"> • Amable • Educado • Responsable • Honrado • Honesto 	
Sexo: Masculino y Femenino Estado civil: Cualquiera	
5.4 Competencias: Ser Respetuoso, emprendedor.	
5.5 Conocimientos de programas utilitarios e idiomas: Español e ingles	

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

4.6. Ficha de Validación



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
MESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO



TEMA: CREACION DE UNA FARMACIA EN LA PARTE SUR DE LA CABECERA CANTONAL DE SAQUISILI, PROVINCIA DE COTOPAXI.

OBJETIVO GENERAL: Proponer la creación de una farmacia en la parte sur de la cabecera cantonal de Saquisilí, provincia de Cotopaxi.

Ítem	Respuestas del ítem	Correspondencia de las preguntas con los objetivos, variable e indicadores		Calidad técnica y representativa					Lenguaje		Observaciones
		P= Pertinente	NP= No Pertinente	O= Óptica					A= Adecuado		
				B= Buena					R= Regular		
				D= Deficiente					I= Inadecua		
P	NP	O	B	R	D	A	I				
Existen farmacias por el sector donde vive?	Si No	x									
¿Considera necesario la venta de medicamentos naturales en la	Si No	x									
¿Le gustaría que se abra una nueva farmacia en el sector donde vive?	Si No	x									
Le gustaría recibir sus medicamentos a domicilio	Si No	x									
En la farmacia que usted ha visitado, ¿Cómo ha sido la atención?	Excelente Bueno Malo	x									
¿Cuál de las farmacias del medio es la de su mayor preferencia?	Sana Sana Cruz Azul Comunitaria Económica Otra	x									
¿Con qué frecuencia usted acude a una farmacia?	De 1 a 5 veces De 6 a 10 veces Mas de 10 veces	x									
En las farmacias que ha visitado, ¿Cuál de las siguientes promociones le han ofrecido?	Descuentos Ofertas Otros	x									No es pertinente por cuanto existen N posibilidades de Ofertas y Promociones
¿Cuál es el horario que prefiere usted?	06:00am-20:00pm 07:00am-21:00pm 06:00am-22:00pm	x									Esta pregunta debe se completada. El horario que prefiere para qué
¿Cuál de los siguientes medicamentos consume más en su hogar?	Analgésicos Anticonceptivos Vitaminas Antigripales Antiparasitarios Otros										
¿Qué tipo de medicamentos usted prefiere	Comercial Genérico Natural	x									
¿Qué servicio le gustaría que se implementen en la farmacia?	Terapia respiratoria Aplicación de sueros e inyecciones Toma de presión Otro										Algunas de las alternativas no estan permitidas por la Ley, como por ejemplo sueros e inyecciones
Le gustaría recibir otro tipo de servicio por parte de la farmacia	Servicio de consulta Recargas Otros	x									
¿Que otro tipo de productos adicionales le gustaría	Pañales Golosinas Útiles de Aseo Otros	x									
¿Qué tipo de promociones le gustaría tener a usted?	Cupones o vales de descuento Descuento marcado por el mismo producto Concursos y sorteos promocionales Otro										
¿Qué forma de pago usted prefiere?	Efectivo Tarjeta de crédito Transferencia Otro	x									
DATOS DEL EVALUADOR	NOMBRE: Dr. Edwin Vásquez Erazo							C.I.1001303997			
	PROFESION: Docente Investigador							CARGO: Docente			
	FECHA: 16/07/2021										

4.7. Tabla 31 MODELO CANVAS

SOCIOS <ul style="list-style-type: none"> • Inversionistas • Proveedores • Cooperativas 	ACTIVIDAD CLAVE <ul style="list-style-type: none"> • Compra de medicamentos • Personal capacitado • Servicio a domicilio • Fármacos genéricos o de marca 	PROPUESTA DE VALOR <ul style="list-style-type: none"> • Servicio a domicilio. • Alianza con médicos privados (consultas) • Atención los 7 días de la semana. • Productos de marcas de farmacéuticas reconocidas. • Variedad de productos y fármacos. • Precios justos al mercado • Entregas a tiempo 	RELACIÓN CON CLIENTES <ul style="list-style-type: none"> • Buen trato a los clientes ofreciendo atención personalizada. • Venta en tiendas y por medio de Redes sociales • Correo electrónico 	SEGMENTO DE MERCADO <ul style="list-style-type: none"> • Población económicamente activa del Cantón Saquisilí, de la zona urbana desde los 20 años hasta los 80 años.
	RECURSOS CLAVE <ul style="list-style-type: none"> • Community Manager • Infraestructura (local y la página web) • Capital (Aporte) • Tecnología • Personal 		CANALES <ul style="list-style-type: none"> • Almacén • Teléfono • Motoneta 	
ESTRUCTURA DE COSTES <p>Costo fijo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pago de internet y servicios básicos por mes. • Compra de medicamentos • Permisos de funcionamiento • Impuestos <p>Costo variable</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sueldos y Salarios • Transporte 			FUENTE DE INGRESOS <ul style="list-style-type: none"> • Venta de medicamentos • Servicio adicional • Pago mediante tarjeta de crédito • Transferencias • Efectivo 	

Elaborado por: Raquel de los Angeles Vargas Salazar

4.8. Inventario Inicial

PRODUCTO POR CAJA	UNIDAD	COSTO FARMACIA	VALOR TOTAL
ANTIVIRALES			
Aciclovir genfar susp 100mg/5ml fco	12	3,80	45,6
Aciclovir genfar tabletas 200 mg	12	7,29	87,48
Eurovir suspensión	12	11,43	137,16
Baltrez tableta recubierta de 500 mg	12	20,8	249,6
Acronistina suspensión 120ml	12	7,5	90
Acronistina suspensión 30ml	12	1,79	21,48
Aciclovir genfar tableta de 800 mg	12	8,17	98,04
Aciclovir dengefar oung 5% tubo	12	4,1	49,2
Zovirax crema 5%	12	3,48	41,76
Poviral crema 5%	12	3,74	44,88
Damvir crema 5%	12	3,35	40,2
TOTAL			905,4

PRODUCTO POR CAJA	UNIDAD	COSTO FARMACIA	VALOR TOTAL
ANTIBIOTICOS			
Biconsilina suspensión inyectable 1,20000	12	2,91	34,92
Cipran caja x10 de 500mg	12	7,42	89,04
Trifamox iblduo 875/125	12	22,28	267,36
Sefirax recubierto de 200 mg	12	19,5	234
Cefrin de 500 caja por 20	12	7,72	92,64
Curan suspensión 312,5mg/5ml	12	11,9	142,8
Amobal 500 comprimido caja por 21	12	4,72	56,64
Acitrex comprimido cajas por 3 unidades	12	6,3	75,6
Binosyz caja por 6	12	8,15	97,8
Cefur suspensión 250/5	12	14,92	179,04
Clanil 125/5mg 60ml	12	8,03	96,36
Megasilina suspensión iny de 40000	12	1,97	23,64
Altacef tabletas recubiertas de 500*16u	12	15,7	188,4
Clabinez duo Forte suspensión 800/57mg	12	17,74	212,88
Unasyn 7,50 cx10	12	22,58	270,96
AKIM solución inyectable /2ml	12	4,18	50,16

Cefulan Suspencion250/5	12	10,8	129,6
Proflox de 500mg cx10	12	13,34	160,08
Claricit tableta de 500 x 10	12	28,53	342,36
Azitrom 500mg x 3u	12	4	48
ampicilina capsula de 500 cajax100	12	12,24	146,88
Aumenting es suspensión 600/5ml	12	10,6	127,2
Levocina tableta de 500 mg cx10	12	7,75	93
Furacam suspencion250/5ml	12	12,8	153,6
TOTAL			3312,96

PRODUCTO POR CAJA	UNIDAD	COSTO FARMACIA	VALOR TOTAL
ANTINFLAMATORIOS			
Apyral jarabe	12	1,52	18,24
Celebrecey 200mg cx10	12	14,96	179,52
Profinal capsuña de 600mgcx20	12	9,83	117,96
tenvalin forte 200mg/5mg	12	5,83	69,96
umbral 500mg cx50	12	10,42	125,04
Artren 100mg cx10	12	3,59	43,08
Berifen Retar 100mg cx20	12	13,53	162,36
Flanax tabletas 550mg cx20	12	6	72
Paralgem Jarabe 150mg/5ml	12	3,41	40,92
Diclofenaco la cente capsula 100mg	12	3,7	44,4
ibuprofeno de genfar 400ml cx100	12	5,54	66,48
Odontogesic tabletas de 500mg cx20	12	6,88	82,56
Zaldiar cx20	12	6,67	80,04
Adorlan cx30	12	6,76	81,12
Apronax de 550mg cx20	12	6,25	75
Buprex falsh 400mg cx10	12	3,33	39,96
Multidol capsula 800mg cx10	12	6,5	78
TOTAL			1376,64

PRODUCTO POR CAJA	UNIDAD	COSTO FARMACIA	VALOR TOTAL
UTILES DE ASEO			
Shampoo savital colageno y savila 50 ml	12	4,72	56,64
Cepillo Colgate dental premiun plean x1	12	0,71	8,52
enciden pasta	12	5,15	61,8

Pañalin clasico puls extra grande	12	3,95	47,4
pañalin conforseco grande x100	12	15,48	185,76
pañal panolini mediano x100 confor	12	12,94	155,28
pañal confor xtg x32	12	6,82	81,84
Pañal pañalin delicare recién nacido	12	2,91	34,92
Toallas Sanitarias basicas x10	12	1,1	13,2
Jabon Dove barra original	12	1,12	13,44
Shampoo Pantene	12	6,91	82,92
Talco Rico pie 150g	12	2,8	33,6
Shaliscaca 120 ml anticaspa	12	13,53	162,36
Listerine 350ml	12	2,9	34,8
Listerine total 12 700ml	12	7,75	93
TOTAL			1065,48

PRODUCTO POR CAJA	UNIDAD	COSTO FARMACIA	COSTO PUBLICO
BEBIDAS Y GOLOSINAS			
Agua tesalian	12	0,28	3,36
Gatorade	12	0,88	10,56
Cola Pepsi	12	0,19	2,28
Trident	12	5,9	70,8
Chocolates Kit kat	12	0,8	9,6
Bebida 220v	12	0,89	10,68
Chocolate Jet	12	0,22	2,64
Guitig 1lt	12	0,9	10,8
gutig 500ml	12	0,4	4,8
Tesalias 1lt	12	1,2	14,4
Chocolate Galac	12	0,4	4,8
Tango	12	0,2	2,4
Huevos Kinder	12	0,85	10,2
TOTAL			157,32
Total de Inventario Inicial			\$ 6.817,80

4.9. Ventas Mensuales

PRODUCTO POR CAJA	UNIDAD	COSTO	PVP	TOTAL COSTO	TOTAL PVP
ANTIVIRALES					
Aciclovir genfar tabletas 200 mg	10	7,29	10,2	72,9	102
Eurovir suspensión	5	11,43	16,71	57,15	83,55
Baltrez tableta recubierta de 500 mg	5	20,8	24,1	104	120,5
Acronistina suspensión 120ml	7	7,5	10,67	52,5	74,69
Aciclovir genfar tableta de 800 mg	8	8,17	12,8	65,36	102,4
Poviral crema 5%	5	3,74	6,49	18,7	32,45
TOTAL MENSUAL				370,61	515,59
TOTAL ANUAL				4447,32	6187,08

PRODUCTO POR CAJA	UNIDAD	COSTO	PVP	TOTAL COSTO	TOTAL PVP
ANTINFLAMATORIOS					
Apyral jarabe	8	1,52	2,22	12,16	17,76
Celebrexy 200mg cx10	13	10,71	14,96	139,23	194,48
tivalin forte 200mg/5mg	10	5,83	9,75	58,3	97,5
umbral 500mg cx50	18	10,42	14,5	187,56	261
Flanax tabletas 550mg cx20	15	6	8,25	90	123,75
Diclofenaco la cente capsula 100mg	20	3,7	5,62	74	112,4
ibuprofeno de genfar 400ml cx100	20	5,54	8,65	110,8	173
Adorlan cx30	12	6,76	10,16	81,12	121,92
Apranax de 550mg cx20	50	6,25	9,75	312,5	487,5
Buprex falsh 400mg cx10	20	3,33	5,55	66,6	111
TOTAL MENSUAL				1132,27	1700,31
TOTAL ANUAL				13587,24	20403,72

PRODUCTO POR CAJA	UNIDAD	COSTO	PVP	TOTAL COSTO	TOTAL PVP
BEBIDAS Y GOLOSINAS					175,35
Agua tesalian	30	0,28	0,5	8,4	15
Gatorade	20	0,88	1,25	17,6	25
Cola Pepsi	20	0,19	0,3	3,8	6
Trident	15	5,9	7	88,5	105
Chocolates Kit kat	10	0,8	1	8	10
Bebida 220v	25	0,89	1	22,25	25
Chocolate Jet	15	0,22	0,25	3,3	3,75
gutig 500ml	18	0,4	0,6	7,2	10,8
Chocolate Galac	12	0,4	0,5	4,8	6
Tango	15	0,2	0,35	3	5,25
Huevos Kinder	10	0,85	1,25	8,5	12,5
TOTAL MENSUAL				175,35	209,3
TOTAL ANUAL				2104,2	2691,6

PRODUCTO POR CAJA	UNIDAD	COSTO	PVP	TOTAL COSTO	TOTAL PVP	
ANTIBIOTICOS						
Biconsilina suspensión inyectable 1,20000	15	2,91	5,69	43,65	85,35	
Cipran caja x10 de 500mg	5	7,42	10,95	37,1	54,75	
Trifamox iblduo 875/125	10	22,28	26,74	222,8	267,4	
Sefirax recubierto de 200 mg	9	19,5	23,43	175,5	210,87	
Cefrin de 500 caja por 20	5	7,72	10,26	38,6	51,3	
Curan suspensión 312,5mg/5ml	10	11,9	15,28	119	152,8	
Amobal 500 comprimido caja por 21	7	4,72	7,65	33,04	53,55	
Acitrex comprimido cajas por 3 unidades	4	6,3	9,56	25,2	38,24	
Binosyz caja por 6	5	8,15	13,78	40,75	68,9	
Cefur suspensión 250/5	3	14,92	20,9	44,76	62,7	
Clanil 125/5mg 60ml	5	8,03	11,64	40,15	58,2	
Megasilina suspensión iny de 40000	6	1,97	3,36	11,82	20,16	
Altacef tabletas recubiertas de 500*16u	5	15,7	20,08	78,5	100,4	
Clabinez duo Forte suspensión 800/57mg	8	17,74	23,99	141,92	191,92	
Unasyn 7,50 cx10	6	22,58	27,1	135,48	162,6	
AKIM solucion inyectable /2ml	4	4,18	7,2	16,72	28,8	
Cefulan Suspencion250/5	11	10,8	13,96	118,8	153,56	
Proflox de 500mg cx10	4	13,34	17,78	53,36	71,12	
Claricit tableta de 500 x 10	5	28,53	34,24	142,65	171,2	
Azitrom 500mg x 3u	10	4	7,8	40	78	
ampicilina capsula de 500 cajax100	5	12,24	16,3	61,2	81,5	
Aumenting es suspensión 600/5ml	3	10,6	14,7	31,8	44,1	
Levocina tableta de 500 mg cx10	5	7,75	10,3	38,75	51,5	
Furacam suspencion250/5ml	8	12,8	15,36	102,4	122,88	
				TOTAL MENSUAL	1793,95	2381,8
				TOTAL ANUAL	21527,4	28581,6

PRODUCTO POR CAJA	UNIDAD	COSTO	PVP	TOTAL COSTO	TOTAL PVP
UTILES DE ASEO					729,97
Shampoo savital colageno y savila 50 ml	25	4,72	6,65	118	166,25
Cepillo Colgate dental premiun plean x1	40	0,71	1	28,4	40
enciden pasta	25	5,15	7,16	128,75	179
Pañalin clasico puls extra grande	10	3,95	6,75	39,5	67,5
pañal confor xvg x32	5	6,82	10,84	34,1	54,2
Pañal pañalin delicare recién nacido	17	2,91	4,35	49,47	73,95
Toallas Sanitarias basicas x10	100	1,1	1,5	110	150
Jabon Dove barra original	25	1,12	1,5	28	37,5
Shampoo Pantene	20	6,91	10,12	138,2	202,4
Talco Rico pie 150g	6	2,8	3,61	16,8	21,66
Listerine total 12 700ml	5	7,75	9	38,75	45
TOTAL MENSUAL				729,97	33351,13
TOTAL ANUAL				8759,64	12449,52

4.10. Inventario Total de Productos

- ABAXON-AP
TABX0.5MGX30
- ABAXON-AP TABX1MGX30
- ACEPRAN TABX0.5MGX20
- ACEPRAN TABX2MGX20
- ACESTAR TABX500MGX20
- ACETAGEN COMX1GRX20
PAG1LLE2
- ACIDO BORICO
SOBX20GRX20
- ACROZOL CAPX250/200MGX10
- ACYVIR CAPX200MGX20
- AGUA ROSAS WEIR
FCOX500ML
- ALBAPAX COMX10MGX20
- ALBEN TABX40MGX2
- ALBENSTAR TAB-
MASX200MGX10
- ALCOHOL
ALCANFORADOX120MLX12
- ALCOHOL ANTISEP
DROCARAS FCOX1000ML
- ALERGIN-PLUS COM-
RECX5/120MGX30
- ALGIFENO SUSX60ML
- ALGINOX TABX500MGX100
- ALKA-SELTZER LIMA
LIMON TABX30
- ALKA-SELTZER TAB-
EFERX12
- ALPRAZOLAM
TABX0.5MGX30 GENF
- AMAZINA-D CAPX10
- AMIKACINA SOL-
INYX500MG/2MLX10 BAGO
- AMLODIPINO
TABX5MGX10
- AMLODIPINO
TABX5MGX30
- AMOXIBETT
CAPX500MGX50
- AMOXICIL+CL POL-
INYX1000/200MGX20ML
- AMOXICILINA
SUSX250MG/MLX100ML
- AMOXICILINA+CLAV
TABX625MGX10
- AMOXISTAR
CAPX500MGX50
- AMPICHER
TABX500MGX100
- AMPICILINA
CAPX250MGX20
- AMPICILINA
CAPX500MGX20
- AMPICILINA+SULB P-SO-
INYX1/0.5GRX10
- AMPILAN CAPX1GRX100
- AMPILAN CAPX500MGX100
- AMPISTAR AMPX1GRX10
- ANSAN TABX5MGX100
- ANSIOLIT TABX0.5MGX30
- APROXEN TABX275MGX2
- APYRAL PLUS
TABX300/275MGX20
- APYRAL TABX1GRX12
- ARKOGRAS
CAPX325MGX45+15GRATIS
- ASAREL COMX10/10MGX30
- ASCAROL TABX200MGX20
- ASMAFILINA
JBEX533MGX240ML
- ATENOLOL
TABX100MGX30
- ATORCROSS
TABX10MGX30
- ATORCROSS
TABX20MGX30
- ATROPINA SOL-
INYX1MG/1MLX10 BAGO
- AZISTAR TABX500MGX3
- AZITREX TABX250MGX6
- AZITROMICINA POL-
SUSX200MG/5MLX30ML
- AZITROMIN TABX500MGX3
- AZITROMIN-G
TABX500MGX2
- BAKNYL CAPX500MGX100
- BENEURIL TABX100MGX60
- BENEURIL TABX300MGX20

- BICARBONATO SODIO
SOBX15GRX20 WEIR
- BI-GLICEM
TABX1.25MGX30
- BIOCOBAL
CAPX500MCGX20
- BIOFREE TABX1MGX20
- BIOGENTA AMPX80MGX3
- BIOMEZOL CAPX20MGX20
- BIOMEZOL CAPX40MGX20
- BISOPROLOL TAB-
CUBX5MGX30 MK
- BLOQ SUNCARE GEL-
100X60GR+KIDS 60GR
- BONEDRAT TAB-
RECX150MGX1
- BUCLIXIN TABX25MGX36
- BUCOSEPT FCOX240ML
- BUPIROP-SE
AMPX0.5%X10MLX3
- BURTEN
AMPX30MGX2MLX3
- CAMISETA COMUNITARIA
POLO T-XL
- CARAMELO DR LOOK
REDUKTX28GRX10
- CARAMELO MENTOS DUO-
BLACK ROLLX12
- CARBASTAR
COMX200MGX30
- CARDIOVASC
TABX100/12.5MGX30
- CARDIOVASC
TABX100MGX30
- CARDIOVASC
TABX50MGX30
- CARDIOVASC-H
COMX50MGX30
- CARTIDOL PLUS POLV-
GRAX8GX10
- CARVEDILOL
TABX12.5MGX30 JASP
- CARVEDILOL
TABX25MGX30 JASP
- CEBION TAB-MAS LIGHT
FRESAX12(12)
- CEBION TAB-MAS
LIMONX500MX12(12)
- CEBION TAB-MAS
MARACX500MGX12(12)
- CEFACHER
CAPX500MGX100
- CEFALEXINA
CAPX500MGX20 HG
- CEFAPORIN
CAPX500MGX50
- CEFRADINA TABX1GRX6
GENF
- CEREAL NESTLE
GOLDX38GRX15
- CHENAMOX
CAPX500MGX100
- CHONDRO AID RESTRUCT
SOBX12+3GRAT
- CHUPETE DR LOOK DEDO-
ACID FRESX10
- CIFLEX COMX250MGX10
- CIPROCAP CAPX750MGX10
- CIPROFLOXACINA TAB-
RECX500MX20 CAPL
- CIPROKRON
TABX250MGX20
- CIPROVAL UNG-
OFTX3.5GR
- CIPROXACIL-T
TABX500MGX12
- CIPROXINA-XR
TABX1GRX3 HOSP
- CLARITROMICINA
TABX500MGX10
- CLARITYNE-D 24HORAS
TABX10
- CLARITYNE-D
REPETABX5/120MGX50
- CLINDACIN
CAPX300MGX24
- CLINDANA DUO
OVUX100/400MGX7
- CLONEX COM-
DISPX0.5MGX30
- CLONEX COM-
DISPX1MGX30

- CLONEX COM-DISPX2MGX30
- CLORURO POTASIOX10% X10MLX10
- CLORURO SODIO AMPX10% X10MLX10
- COD LIVER TABX20MGX100
- COLAGENO PLUS POTEX200GR
- COMBO 24EXACTA+24 ULTRABARBA
- COMPACLOVIR TABX200MGX20
- COMPACLOVIR TABX800MGX10
- COMTREX DIA&NOCHE DOSISX16
- COMTREX-C SOBRESX48
- COMTREX-FORTE TABX100
- CONEXINE COM-RECX100MGX30
- CREMA SECALIA DS P-SECAX40ML
- CREON CAPX20
- CURITA BAND-AID BOB-ESPONJAX20
- CURITA COVERPLAST ELASTX20
- CURITA COVERPLAST STANDX20
- CURITA NEXCARE INCREIBLESX30
- DERMASIL CREX5% X15GR
- DEXMAZOL COMX150MGX2
- DIAZEPAM SOL-INYX10MG/2MLX100 PHARM
- DICLOFENACO AMPX75MGX3MLX10 SAN
- DICLOFENACO SOD AMP-INX75MG/3MLX100
- DICLOFENACO SOD AMP-INX75MG/3MLX100
- DICLOFENACO TABX50MGX60
- DICLOXACIL CAPX500MGX20
- DICLOXACILINA CAPX500MGX100 KRO
- DIESTET TABX1MGX48
- DIFLAM-K TABX40
- DIGERIL FORTE SUSX960/250MGX300ML
- DILTIAZEM R CAPX90MGX10 GENF
- DILUTOL AMP-PRELLX80MG/0.8MLX2
- DIPEMINA SOBX1000MGX30
- DIPEMINA SOBX1000MGX30
- DISOFRIN JBEX0.31/6MGX60ML
- DISWAR TABX1GRX14
- DITRO-24 COMX5MGX20
- DOLOGINEX-M COMX125/1MGX20
- DOLONEX TABX275MGX30
- DOLONEX TABX550MGX36
- DOLO-OCTIRONA TABX200/300MGX100
- DOLORFIN TABX500MGX100
- DOLORGESIC FORT SUSX200MG/5MLX120ML
- DOLVEX TABX100MGX30
- DORMICUM COMX7.5MGX10
- DOXAZOSINA TABX4MGX14 MERCK
- DRISTAN CALIENTE DIA SOBX6
- DRISTAN CALIENTE SOBX24
- DRONAVAL COMX150MGX1+1
- DUALTEN TABX12.5MGX30
- DUALTEN TABX25MGX30
- DULCOLAX PERLAS CAP-BLX2.5MGX30

- PRODYNAPAR AQ SOL-INY X 75MG/MLX5
- DYNAPAR EC TAB-CUB-ENTX50MGX20
- DYNAPAR QPS SOL-TOPX40MG/MLX30ML
- DYNAPAR SR100 COM-RECLIB-SOSX10
- ECUVIR TABX200MGX20
- EDULCO COMX5MGX30
- EFFICOL-PLUS TABX200/165MGX100
- ENALAPRIL TABX20MGX30
- ENBRACE SOPA POLLO CURRY FCOX200ML
- ENOPLAX SOL-INYX40MG/0.4MLX10
- ENTEROGERMINA AMP-BEBX5ML PACKX4+1
- ENTERO-KRON TABX100
- ESMALTE MASGLO KIT CAVIAR MORADO
- EUROGESIC-INF SUPX50MGX6
- EUTRADIC TABX25/25MGX30
- EVAPRIL TABX20MGX30
- EVEREST TAB-MASTX10MGX30
- FENTANYL AMPX50MCGX10MLX10
- FINALIN-GRIPE TABX12
- FINALIN-GRIPE TABX48
- FINAPROSS TABX5MGX30
- FINASTERIDE TABX5MGX30
- FINEX TABX250MGX14
- FITOMENADIONA AMPX10MGX1MLX10
- FITOMENADIONA SOL-INYX10MGX1MLX100
- FLENAC SOL-INYX75MG/3MLX10
- FLEXEN SUP-PEDX5
- FLUCOMICON CAPX150MGX2
- FLUHALT CAPX75MGX10
- FLUNAZOL CAPX150MGX6
- FLUNAZOL CAPX50MGX6
- FRISIUM COMX10MGX20
- FRISIUM COMX20MGX20
- FURAPILL TABX100MGX24
- GALLETA HONY-BRAN-MIELX297GRX9
- GALLETAS SILUET INT-AJONJOLIX252GX9
- GALLETAS SILUET INT-FROJOSX252GRX9
- GALLETAS SILUET INT-LINAZAX252GRX9
- GASA NITY JEL VASEL-PARAFX10
- GASTROPLUS CAPX20MGX24
- GEL EGO BLACK F-MX200GR P10LLE14
- GEL WEIR TRANSPX500GRX4
- GENTAMICINA AMPX20MGX10
- GENTAMICINA AMPX80MGX10
- GENTAMICINA AMPX80MGX2MLX10 SAND
- GINGIVIT NFX112GR
- GINGIVIT NFX56GR
- GLICENEX SR COM-LIB-PROLX1000MGX30
- GLIMEPAX COMX2MGX15
- GLUCERNA VAI-LIQX4PAX220M PROMO-20%
- GORITEL TABX10MGX20
- GORITEL TABX5MGX20
- GRELIX TABX75MGX14
- GRIFOALPRAM COMX0.25MGX30
- GRIFOALPRAM COMX0.50MGX30
- GRIPOTON-FORTE JBEX120ML
- HAPECO-PLUS CAPX20

- HELADO PING CROCANTINOX50
- HELADO PING FRUTTARE TAMARINDOX42
- HELADO PING GEMELOX50
- HELADO PING SANDUCHEX55
- HEMOR PLUS SUPX27/100MGX5
- HEMOVIT FOLIC CAPX1000MCGX20
- HEMOVIT FOLIC CAPX1000MCGX24HEPASIL-FORTE CAPX150MGX36
- HEPASIL-Q CAPX24
- HIDROFEROL CAPX0.266MGX5
- HILO CATG SIM HUAI PTP263X123-0
- HILO SEDA NEG 2-0 SC26 185TX24
- HUMORAP COMX20MGX28
- IBUPROTOFIS TABX400MGX50
- IBUPSTAR TABX400MGX100
- IBUTRON FLASH CAP-BLANDX400MGX16
- INFAGEL PLUS SUSX240ML
- INFAGEL SUSX240ML
- ISOBLOC TABX12.5MGX30
- ISOBLOC TABX25MGX30
- ISOBLOC TABX6.25MGX30
- ITALBENZOL TABX400MGX20
- ITALCLAR TABX500MGX10
- ITALPRODIN TABX500MGX10
- ITALPYD CAPX20MGX20
- ITALPYD-DISPER TABX20MG X20
- IT-ERICHEM TABX600MGX20
- ITRAFUNG CAPX8
- JABON PROTEX AVENAX110GR PAG5LL6
- JERINGA BD PICO-CORTOX60CCX40
- JERINGA NIPRO 5CCX22X100
- JERINGA TGR GUYON 2ONZX25
- JERINGA TGR INSUL #29 40-80X100
- KATALEN TABX3MGX36
- KETOCONAZOL-R TABX200MGX60
- KETONAZOL CAPX200MGX20
- KLARSTAR TABX500MGX10
- LACTULOSA SOL-ORALX65GR/100MLX200ML
- LANSOPRAZOL CAPX15MGX10 NIFA
- LANSOPRAZOL CAPX30MGX11
- LECHE NIDO CREC 1+ DHAX800GR
- LECHE PROMISE GOLD TARX250GR PROMO
- LEMBIRAX GRAGX100
- LEMONFLU TABX120
- LETUX SOLX6MG/MLX180ML
- LEUMONT COMX25MGX30
- LINEZOLID SOL-INFX2MG/300MLX10 FKAH
- LIPENAN COMX10MGX20
- LITRECAN SOL-INYX600MGX300ML PROHIB
- LORATADINA JBEX5MGX120ML ROCN
- LORATADINA TABX10MGX36 ROC
- LOREXIN-D TABX30
- LOSEC-MUPS TABX20MGX14
- LOWDEN TABX20MGX30
- LUMINAL CAPX20MGX30

- MASCARILLA KN95 NIÑOSX1
- MEBADIOL TABX500MGX30
- MEDICOBEX-F TABX30
- MEGACOX TABX50MGX5
- MELOXICAM TABX7.5MGX10
- MEMANTINA CAPX10MGX10 RIVE
- MEROPENEM AMPX500MGX1 VITL
- METOCLOPRAMIDA TABX30
- METOPROLOL TABX100MGX10
- METOPROLOL TABX50MGX10
- METRONIDAZOL TABX500MGX100 LSTE
- MIBLOC-FT COMX7.5MGX10
- MIDAZOLAM SOL- INYX50MG/10MLX20 FKAH
- MOBILISIN GELX40GR
- MONOPRIL TABX20MGX15
- MONTECROSS TABX10MGX28
- MONTECROSS TABX4MGX28
- MONTECROSS TABX5MGX28
- MUCOXIN JBEX30MGX120ML
- MULGATOL JALEA PACK NJA+NJA+OBSEQ
- NAPROFLEX TABX550MGX30
- NEBULASMA-F JBEX2/100MGX120ML
- NEO-FLOX 500MG TABX30
- NEOGRIPAL TABX100
- NEO-PIL PLACENTA AMPX24
- NESSUCAR COMPLEMENTX500GR
- NEUROZAN CAPX30
- NEURYL COMX0.25MGX50
- NEURYL COMX1MGX50
- NIASPAN TABX1000MGX28
- NIMESULIDA TABX100MGX30
- NORDIPAX TABX10MGX30
- NORMOTEMP GOTX100MGX30ML
- NORMOTEMP JBEX160MG/5MLX120ML
- NOVENCIL TABX1GRX30
- NOVOFINE AGUJAS 30GX100
- NOVOLIN-R PENFILX3MLX5
- OKITA FORTE TABX10
- OLEOVAC AMP- INYX0.004GRX2ML
- OMEGAESSENS CAPX60
- OMEPRASTAR CAPX20MGX10
- OMEPRAZOL POLV- INYX40MGX1 INVE
- OMNICAL-D FORTE TAB- MASX30
- OMNIMOX TABX400MGX6
- OMNIPRESS TABX10MGX30
- OMNIPRESS-HCT TABX30
- ORQUICEF CAPX500MGX50
- ORQUINAPROX TABX550MGX20
- OSMOFLOX TABX250MGX10
- OSTEOMIX TABX10MGX10
- OXIDREN COM- REC150MGX1
- OXIPAN TAB- RECX15MGX10
- OXITOPISA AMPX1MLX50
- OX-PENTIN CAPX300MGX30 PROHIB SU VE
- PANCREOL COM- RECX160MGX30

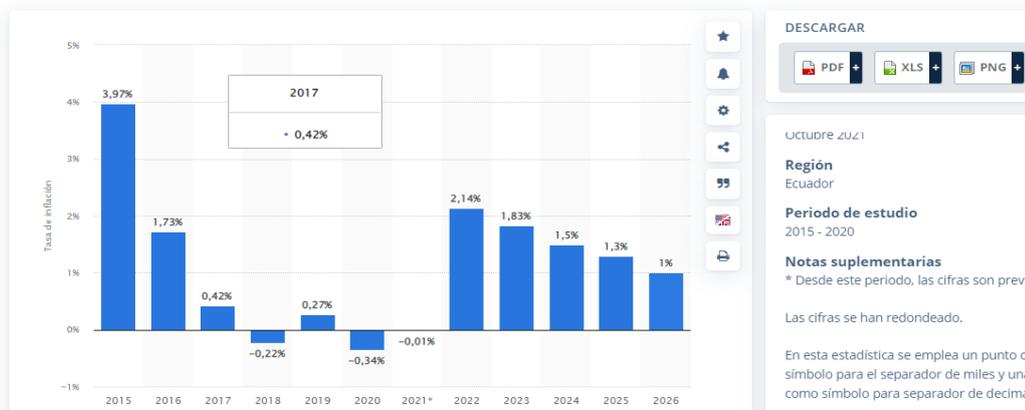
- PAÑAL PEQUEÑIN EX-CONF E3X1
- PAÑAL PICCOLIN F1X48 JUMBO
- PAÑAL PICCOLIN F2-3X24 MEDIANO
- PAÑAL POMPIS GDEX50
- PAÑAL WINNER EXGRANDE T-TX24
- PARACETAMOL SOL-INFX1000MG/100M GLO
- PARACODINA TABX10MGX20
- PEDIASURE PLUS VAIN-LIQX200MLX1
- PEDIASURE TRI VAI LIQX200M PAG6LLE8
- PEDIASURE TRI VAI LIQX200M PAG9LL12
- PEDIASURE TRIP FRES-LIQX6PACKX200ML
- PEDIASURE TRIP VAIN-LIQX6PACKX200ML
- PEDIASURE VAI-LIQX4PAX200M PROM-20%
- PEDIASURE VAIN-LIQ TETRAX6PACKX200M
- PENTREXIL AMPX1GRX2MLX3
- PILORFAST CAPX40MGX18
- PILORFAST TABX20MGX20
- POLIFERRO FOLIC TABX30
- PREGABALINA CAPX300MGX30 MK
- PROPILAN CAPX30MGX30
- PROPOFOL EM-INYX200MG/20MLX5
- PROSTATE COMPLEX TABX30
- PROTECXIN TABX500/10MGX50
- PULMOCODEINA JBEX0.20/2GRX120ML
- QUINOBIOT COMX500MGX7
- RANICID TABX150MGX20
- RANICID TABX300MGX20
- RANITIDINA COMX150MGX48
- RANITIDINA SOL-INYX50MGX2MLX100
- RASERPAMIL TABX80MGX30
- RASERPRIL TABX10MGX30
- RASERPRIL TABX20MGX30
- REFRIANEX COMX10
- REGENESIS TABX70MGX4
- RELMEX NF COMX15MGX30
- RENOVART SOBX11.6GRX1 PROMO
- RESVERADOX CAPX30+15GRATIS
- RINOZOL COMX14
- RIOCEL COMX50MGX30
- ROHYPNOL COMX1MGX30
- ROSUCOL TABX10MGX3
- ROWESTIN COMX40MGX10
- ROXETIL TABX10MGX20
- SACARIN TABX100
- SAL ANDREWS MANZANILLA SOBX12
- SERTRALINA TAB-RECX50MGX30 MK
- SHAMP KONZIL T-TIPO SACHX15MLX10
- SIBHOR TABX10MGX10
- SILDENAFIL MASX50MGX2 COMBO1+1 LSTE
- SILLA RUEDAS DESMONTABLE
- SILLA RUEDAS STANDARD
- SIMILAC EYE-Q PLUS-3X400G+LATX400GR
- SIMVASTATIN TABX10MGX20
- SIMVASTATIN TABX80MGX20
- SIMVASTATINA TABX10MGX10
- SINUTAB BEBIDA-ANTIGRIPALX25

- SINUTAB-F
TABX200/30MGX96
- SIP TABX500MGX100
- SLENDER POWER-
PLUSXCAPX90
- SOLIQUA SOL-
INYX100U/33MGX3ML 30-60
- SOLIQUA SOL-
INYX100U/50UGX3ML 10-40
- SOMNIL TABX5MGX100
- SOMNO COMX10MGX30
- SOMNO COMX5MGX30
- SOMNO TABX5MGX20
- SOSEGON AMPX30MGX5
- STILNOX COM-
RECX10MGX10
- SULFATALPIN
TABX400MGX20
- SULFATO FERROSO
GOTX125MGX30ML
- SWISS-COX
TABX100MGX20
- SWISS-COX
TABX200MGX10
- TACROLIMUS
CAPX0.5MGX50 NOSA
- TADALAFILO
TABX20MGX1 CAPL
- TALONERA SUAVE LIWIX1
- TE SNAPPLE LIMON-
DIETX473MLX24
- TELLMI
COMX40/12.5MGX30
- TELLMI COMX40MGX30
- TELLMI
COMX80/12.5MGX30
- TELLMI COMX80MGX30
- TEMGESIC TAB-
SUBX0.2MGX10
- TEMPDOL-LETIC
TABX500MGX100
- TEMPRA COMX750MGX30
- TENIBEX OVUX10
- TENIBEX TABX1GRX12
- TENVALIN FLU FORT
SUSX200/30MGX100M
- TEOPRIM TABX500MGX4
- TERBIFUNG TABX16
- TETRACICLINA
TABX500MGX100
- TETRECU CAPX500MGX50
- TIAMINA TABX300MGX250
GENF
- TICLOPIDINA
TABX250MGX10 GENF
- TIROFIBAN SOL-
INYX12.5MGX50ML ZELKR
- TOFRANIL GRAX10MGX60
- TOFRANIL GRAX25MGX50
- TONOPAN
CJAX25BLISTX4GRAG
- TONOPAN GRAX10
- TOXEDIN
SUSX250MGX70ML
- TRANQUINAL COM-
SUBLX0.50MGX30
- TRANQUINAL
COMX0.25MGX30
- TRANQUINAL
COMX0.50MGX30
- TRANQUINAL
COMX1MGX30
- TRANXENE CAPX5MGX30
- TRICOXIN-DC SUSX120ML
- TRIMETROPRIM SULF
160/800MX100
- TRIMETROPRIM SULF
TABX400/80MGX100
- TUSSOLVINA FORTE FIT
CE-M JBEX120ML
- ULCELAC TABX40MGX30
- ULCIUM CAPX20MGX14
- ULCOZOL CAPX10MGX28
- UMBRAL GRIPGEL CAP-
BLX20
- UNASYN TABX375MGX12
- URFADYN TABX24
- UROKRON CAPX100
- URORELAX TAB-
RECX100MGX20
- VALACICLOVIR TAB-
CUBX500MGX10 MK

- VALIUM AMPX10MGX10
- VALIUM AMPX10MGX5
- VAPOMENTOL CAJX8GRX15
- VAPOMENTOL CAJX8GRX30
- VARICOSOL TABX30
- VARTAZ COM-RECX160MGX30
- VARTAZ COM-RECX320MGX30
- VARTAZ COM-RECX80MGX30
- VASO ALEGRIA TERMICO 4ONZX24
- VASONORM TABX10MGX30
- VENDA SCOTCHCASTPLUS 3X4"X10
- VENDA SCOTCHCASTPLUS 4X4"X10VENDA SCOTCHCASTPLUS 5X4"X10
- VERMECTIN PA TABX6MGX60
- VERMINTEL TABX200MGX25
- VETISOL CAPX500MGX50
- VETISOL SUPX500MGX30
- VICTAN COMX2MGX20
- VICTAN COMX2MGX30
- VIFORTAN CAPX30
- VILAMAX-D CAPX50 12 HORAS
- VINAGRE AROMATICO FCOX120CCX12
- VIROXIAL TAB-RECX600/300MGX30VITAGIN CAPX32
- VITAMINA-E CAPX400UIX40
- VITIVEN CAPX210MGX30+10GRATIS
- XOLOF UNG-OFTX3.5GR
- ZEOPAM TABX2MGX30
- ZOLPIDEM TABX10MGX10 NOSI
- ZOLTRIM TABX400/80MGX50
- ZOMAN-D CAPX10

4.11. Inflación

Evolución anual de la tasa de inflación en Ecuador desde 2015 hasta 2026



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2021)