



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y

ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
FARMACIA EN LA PARROQUIA DE SAN JOSÉ DE CHALTURA,  
CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”

Previo a la obtención del título de Ingenieros en Contabilidad y Auditoría C.P.A

AUTORES: COLIMBA PUPIALES NELLY CONSUELO

TITO ANGAMARCA JUAN CARLOS

Directora. Ing. Ana Arciniegas

IBARRA, Julio 2016

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente trabajo de investigación denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA EN LA PARROQUIA DE SAN JOSÉ DE CHALTURA, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA” se realizó en base a la ausencia de una farmacia en la parroquia, y los inconvenientes por los que atraviesan los pobladores al tener que trasladarse a los sectores aledaños en busca de medicinas u otros suministros de salud para aliviar sus malestares. Por medio del diagnóstico situacional, se identificó la necesidad de implementar un establecimiento que provea los medicamentos a la población, por tal razón se determinó la oportunidad de implementar el proyecto en la parroquia y a la vez emprender un negocio propio el cual genere fuentes de empleo que contribuyan con el desarrollo del país y genere ingresos. Mediante el estudio de mercado se evidenció que existe demanda a satisfacer. En la ejecución del estudio técnico se estableció la ubicación óptima para la puesta en marcha del establecimiento, lugar que cuenta con condiciones idóneas para la implementación, además se logró obtener información base para brindar un servicio de comercialización de fármacos que se encuentre acorde con los requerimientos y exigencias del mercado, expendiendo productos de excelente calidad contando con un equipo de trabajo calificado, eficiente y en condiciones de asesorar a la población en cuanto al uso consciente y responsable de medicinas con una adecuada organización y cumpliendo con todos los requisitos legales y ambientales establecidos por la ley. Con el estudio financiero se determinó la inversión, misma que es recuperable a mediano plazo y obteniendo rentabilidad. Seguidamente se evaluó las consecuencias positivas y negativas que este proyecto causaría las cuales tendrán un impacto positivo en la sociedad.

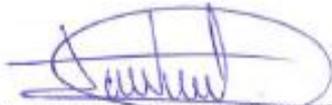
## **EXECUTIVE SUMMARY**

The present research work called **"FEASIBILITY STUDY FOR THE CREATION OF A PHARMACY IN SAN JOSÉ DE CHALTURA, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCE OF IMBABURA"** was realized based on the absence of a pharmacy in the parish and the disadvantages for those who cross the population to have to move to the surrounding areas in search of medicines or other health supplies to alleviate their discomforts. Through the situational diagnosis, it was identified the requirement to implement an establishment that provides the medicines to the population, reason why the opportunity to implement the project in the parish and at the same time it contributes to the development of the country and generate incomes. Through the market study it was evidenced that there is demand to satisfy. In the execution of the technical study, the optimum location for the establishment to start up, the place that has the ideal conditions for the implementation, it was also possible to obtain the base information to provide a marketing service for factories that are located. With the requirements and the demands of the market, expending products of excellent quality with a qualified work team, efficient and able to advise the population on the conscious and responsible use of medicines, with an adequate organization and complying with all the legal and environmental requirements established by law with the financial study the investment was determined, which is recoverable in the medium term and obtaining profitability. Then it was evaluated the positive and negative consequences that this project caused they will have that will have a positive impact in the society.

## AUTORÍA

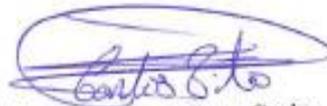
Nosotros, Colimba Pupiales Nelly Consuelo, portadora de la cedula de ciudadanía N° 100288713-9; y Tito Angamarca Juan Carlos, portador de la cedula de ciudadanía N° 100342326-4; declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA EN LA PARROQUIA DE SAN JOSÉ DE CHALTURA, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Firman,



Colimba Pupiales Nelly Consuelo

**C.I. 100288713-9**



Tito Angamarca Juan Carlos

**C.I. 100342326-4**

## CERTIFICACIÓN DEL ASESOR(A)

En mi calidad de Directora del Trabajo de Grado, presentado por los egresados Colimba Pupiales Nelly Consulo y Tito Angamarca Juan Carlos, para optar por el Título de Ingeniería en Contabilidad Y Auditoría C.P.A; cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA EN LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE CHALTURA, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”**, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 7 días del mes de diciembre del 2016

**Firma**



**Nombre de la Directora: Ing. Ana Arciniegas**

**C.I.**



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

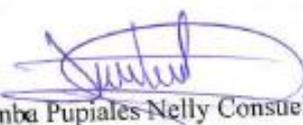
### CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Nosotros, Colimba Pupiales Nelly Consuelo con C.C. 100357590-7 y Tito Angamarca Juan Carlos, con C.C. 100342326-4, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autores del trabajo de grado titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA EN LA PARROQUIA DE SAN JOSÉ DE CHALTURA, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIEROS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA, quedando la Universidad Técnica del Norte facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente en nuestra condición de autores, nos reservamos los derechos morales de la obra antes dada.

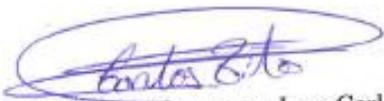
En consecuencia suscribimos este documento en el momento que hacemos la entrega del trabajo final en forma impresa y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

En nuestra condición de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada.

En concordancia suscribimos este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

  
Colimba Pupiales Nelly Consuelo

C.C. 100357590-7

  
Nombre: Tito Angamarca Juan Carlos

C.C. 100342326-4

Ibarra, a los 26 días del mes de julio del 2016



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

### A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

| DATOS DE CONTACTO             |           |  |                                      |
|-------------------------------|-----------|--|--------------------------------------|
| <b>CÉDULAS DE CIUDADANÍA:</b> | <b>DE</b> | 100288713-9  |                                      |
|                               |           | 100342326-4  |                                      |
| <b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>   | <b>Y</b>  | Colimba Pupiales Nelly Consuelo  |                                      |
|                               |           | Tito Angamarca Juan Carlos   |                                      |
| <b>DIRECCIÓN:</b>             |           | Parroquia Chaltura, calle Abdón Calderón                                 |                                      |
|                               |           | Parroquia Angochagua calle S/N   |                                      |
| <b>EMAIL:</b>                 |           | <a href="mailto:jctitoa@utn.edu.ec">jctitoa@utn.edu.ec</a>               |                                      |
|                               |           | <a href="mailto:nellyannetteg@hotmail.com">nellyannetteg@hotmail.com</a> |                                      |
| <b>TELÉFONO FIJO:</b>         |           | 2533-454   | <b>TELÉFONO MÓVIL:</b><br>0969060658 |
|                               |           | 2575-064   |                                      |

| <b>DATOS DE LA OBRA</b>        |  |
|--------------------------------|--|
| <b>TÍTULO:</b>                 | “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA EN LA PARROQUIA DE SAN JOSÉ DE CHALTURA, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA” |
| <b>AUTOR (ES):</b>             | Colimba Pupiales Nelly Consuelo<br>Tito Angamarca Juan Carlos  |
| <b>FECHA: AAAAMMDD</b>         | 2016/07/26   |
| SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO    |  |
| <b>PROGRAMA:</b>               | <input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>   |
| <b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b> | Ingenieros en contabilidad y Auditoría C.P.A.  |
| <b>ASESOR /DIRECTOR:</b>       | Ing. Ana Arciniegas  |

## **2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD**

Nosotros, Colimba Pupiales Nelly Consuelo, con C.C. 100288713-9 y Tito Angamarca Juan Carlos con C.C. 100342326-4, en calidad de autores y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144

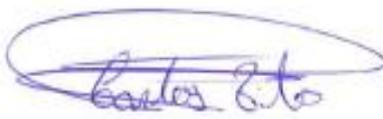
### 3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 26 días del mes de julio 2016

#### LOS AUTORES

(Firma):   
Nombre: Nelly Consuelo Colimba Pupiales  
C.C.: 1003575907

(Firma):   
Nombre: Tito Angamarca Juan Carlos  
C.C.:

Facultado por resolución de Consejo Universitario

## **DEDICATORIA**

A mis padres Julio Tito y María Angamarca quienes han sido la fortaleza a lo largo de mi existencia, que con sus enseñanzas han logrado inculcar en mí los valores de la honestidad, la verdad y del trabajo arduo, que a pesar de los inconvenientes que la vida nos ha puesto en el camino, me han motivado con amor y sabias palabras a continuar con mis estudios superiores, a no dejarme vencer y luchar hasta conseguir los objetivos que me he planteado en el transcurso de estos años, para de esta manera continuar con mi formación personal y profesional, y así alcanzar una meta que se veía muy lejana y que hoy gracias a ellos y a su labor diario con satisfacción la he cumplido.

Juan Carlos Tito

## **DEDICATORIA**

A mi hija Annette Colimba, mi hijo Samy Pilataxi y a mi compañero de mi vida César Pilataxi que han sido una base fundamental en mi vida, gracias a ellos encontré la luz, el amor y felicidad en este camino que ha requerido de sacrificios y de hermosas experiencias.

Al ser supremo DIOS, que gracias a sus bendiciones me ha permitido alcanzar y cumplir el objetivo que tanto he anhelado y trabajado por conseguirlo.

Asimismo, dedico a todos mis compañeros y amigos con los que he compartido momentos inolvidables en esta etapa de mi vida.

Nelly Consuelo Colimba

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por la grandeza de su corazón y la virtud de la vida que se nos ha dado, y de manera muy especial a la majestuosa Universidad Técnica del Norte por haberme brindado la oportunidad de estudiar en sus aulas con maestros que me han formado académica y moralmente para enfrentar la realidad del mundo y actuar con sabiduría.

A mis hermanos y hermanas que me han apoyado en todo momento desde la niñez con sus palabras de aliento, motivación y fortaleza quienes han sido parte fundamental para alcanzar esta valiosa meta.

A mi directora de tesis, la Ingeniera Ana Arciniegas por sus enseñanzas transmitidas y a todos aquellos que colaboraron para que este proyecto se lo realice de la mejor manera y pueda culminar así una etapa más en mi vida.

Juan Carlos Tito

## **AGRADECIMIENTO**

Deseo expresar mi mas sincero agradecimiento a mis padres Maria Esther Pupiales y Juan Manuel Colimba Tito, por haberme dado cada día la fortaleza para enfrentar las adversidades durante los años de mi estudio universitario.

A mi familia, por su apoyo incondicional, confianza y voluntad, que han hecho que hoy culmine con éxito mi carrera.

Asimismo, a mis profesores que han sido parte de mi vida estudiantil y que sin egoismo alguno, han compartido sus conocimientos y sus experiencias, para formarme como profesional.

Nelly Consuelo Colimba

## **PRESENTACIÓN**

El proyecto consiste en realizar un estudio de factibilidad para la creación de una farmacia en la parroquia de San José de Chaltura perteneciente al Cantón Antonio Ante, la cual venda medicamentos a la población en general.

Con el diagnóstico situacional se inició el estudio actual de la parroquia de San José de Chaltura, que permitió evaluar las condiciones existentes en el sector y determinar si cuenta con las características necesarias para la implementación del proyecto. Con la revisión y consulta en textos académicos y sitios web se elaboró el marco teórico el cual contiene conceptos necesarios para la comprensión de términos utilizados en el trabajo realizado. El estudio de mercado da a conocer la demanda a satisfacer en el sector a la cual se podría cubrir con el servicio. Con el estudio técnico se identificó la macro y micro localización del proyecto, diseño de las instalaciones, fuentes de financiamiento y personal requerido. El estudio financiero está compuesto por balances y proyecciones que determinarán resultados de la investigación, esta información ayudará a identificar la factibilidad económica del proyecto. En el estudio administrativo se establece la estructura organizacional, además se plasmaron valores, misión, visión; con el propósito de llevar un adecuado trabajo y alcanzar el éxito empresarial. Y se identificó y analizó cada uno de los impactos derivados de la implementación del proyecto mediante matrices, para determinar su grado de importancia y grado de afectación. Para concluir con la investigación se redactó conclusiones y recomendaciones a las que se llegó una vez culminadas las etapas del proyecto investigado.

## ÍNDICE GENERAL

|   |                                      |
|---|--------------------------------------|
| <b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>  | <b>ii</b>                            |
| <b>SUMMARY .....</b>  | <b>iii</b>                           |
| <b>AUTORÍA.....</b>   | <b>¡Error! Marcador no definido.</b> |
| <b>CERTIFICACIÓN DEL ASESOR .....</b>   | <b>¡Error! Marcador no definido.</b> |
| <b>CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....</b> | <b>¡Error! Marcador no definido.</b> |
| <b>IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA .....</b>  | <b>vii</b>                           |
| <b>AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD .....</b>  | <b>viii</b>                          |
| <b>CONSTANCIAS .....</b>  | <b>¡Error! Marcador no definido.</b> |
| <b>DEDICATORIA.....</b>   | <b>x</b>                             |
| <b>DEDICATORIA.....</b>   | <b>xi</b>                            |
| <b>AGRADECIMIENTO .....</b>   | <b>xii</b>                           |
| <b>AGRADECIMIENTO .....</b>   | <b>xiii</b>                          |
| <b>PRESENTACIÓN.....</b>  | <b>xiv</b>                           |
| <b>JUSTIFICACIÓN .....</b>  | <b>xxix</b>                          |
| <b>OBJETIVOS.....</b>   | <b>xxx</b>                           |
| <b>OBJETIVO GENERAL .....</b>   | <b>xxx</b>                           |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....</b>  | <b>xxx</b>                           |
| <b>1.2 OBJETIVO DEL DIAGNÓSTICO .....</b>   | <b>32</b>                            |
| <b>1.2.2 OBJETIVO GENERAL .....</b>   | <b>32</b>                            |
| <b>1.2.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....</b>  | <b>32</b>                            |
| <b>1.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS .....</b>   | <b>32</b>                            |
| <b>1.4 INDICADORES DEL DIAGNÓSTICO .....</b>  | <b>33</b>                            |
| <b>1.4.1 SITUACIÓN GEOGRÁFICA .....</b>   | <b>33</b>                            |
| <b>1.4.2 SITUACIÓN DEMOGRÁFICA.....</b>   | <b>33</b>                            |
| <b>1.4.3 SITUACIÓN SOCIO-ECONÓMICA .....</b>  | <b>33</b>                            |
| <b>1.4.4 SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO LOCAL .....</b>   | <b>33</b>                            |
| <b>1.4.5 ASPECTOS LEGALES.....</b>  | <b>33</b>                            |
| <b>1.5 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA .....</b>   | <b>34</b>                            |
| <b>1.6 ANÁLISIS DE LAS VARIACIONES DIAGNÓSTICAS .....</b>   | <b>35</b>                            |
| <b>1.6.1 SITUACIÓN GEOGRÁFICA .....</b>   | <b>35</b>                            |
| <b>1.6.2 SITUACIÓN DEMOGRÁFICA.....</b>   | <b>37</b>                            |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1.6.3 SITUACIÓN SOCIO-ECONÓMICA</b> .....                           | <b>39</b> |
| <b>1.6.4 SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO</b> .....                        | <b>41</b> |
| <b>1.6.4 ASPECTO POLÍTICO</b> .....                                    | <b>43</b> |
| <b>1.6.5 MATRIZ AOOD</b> .....   | <b>45</b> |
| <b>1.7.1 CRUCES ESTRATÉGICOS</b> .....                                 | <b>46</b> |
| <b>1.7.2 IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN</b> .....       | <b>47</b> |
| <b>1.8 ANÁLISIS DEL ESTUDIO SITUACIONAL</b> .....                      | <b>47</b> |
| <b>CAPÍTULO II</b> .....   | <b>48</b> |
| <b>2. MARCO TEÓRICO</b> .....  | <b>48</b> |
| <b>2.1 OBJETIVO DEL MARCO TEÓRICO</b> .....                            | <b>48</b> |
| <b>2.2 METODOLOGÍA</b> .....   | <b>48</b> |
| <b>2.3 ASPECTOS GENERALES</b> .....                                    | <b>48</b> |
| <b>2.3.1 EMPRESA</b> .....   | <b>48</b> |
| <b>2.3.2 SEGÚN CRITERIOS ECONÓMICOS</b> .....                          | <b>49</b> |
| <b>2.3.3 SEGÚN CRITERIOS JURÍDICOS</b> .....                           | <b>51</b> |
| <b>2.3.4 SEGÚN LA FORMA JURÍDICA</b> .....                             | <b>52</b> |
| <b>2.3.5 EMPRESAS PYMES</b> .....                                      | <b>53</b> |
| <b>2.3.6 IMPORTANCIA</b> .....   | <b>53</b> |
| <b>2.3.7 RAZÓN SOCIAL</b> .....  | <b>54</b> |
| <b>2.3.8 MISIÓN</b> .....  | <b>54</b> |
| <b>2.3.9 VISIÓN</b> .....  | <b>54</b> |
| <b>2.3.10 FARMACIA</b> .....   | <b>54</b> |
| <b>2.3.11 FUNCIÓN DE LA FARMACIA</b> .....                             | <b>55</b> |
| <b>2.3.12 OBLIGACIONES DEL FARMACÉUTICO RESPECTO A LA RECETA</b> ..... | <b>55</b> |
| <b>2.3.13 QUÍMICAS FARMACÉUTICAS</b> .....                             | <b>55</b> |
| <b>2.3.14 CALIDAD DE LAS FORMAS FARMACÉUTICAS</b> .....                | <b>56</b> |
| <b>2.3.15 FARMACÉUTICO</b> .....                                       | <b>56</b> |
| <b>2.3.16 VENDEDORES</b> .....   | <b>57</b> |
| <b>2.4 ASPECTOS DE SALUD</b> .....                                     | <b>57</b> |
| <b>2.4.1 SALUD</b> .....   | <b>57</b> |
| <b>2.4.2 IMPORTANCIA DE LA SALUD</b> .....                             | <b>57</b> |
| <b>2.4.3 SERVICIO DE SALUD</b> .....                                   | <b>58</b> |
| <b>2.4.4 FÁRMACO</b> .....   | <b>58</b> |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>2.4.5 USO DE FÁRMACOS.....</b>                                       | <b>58</b> |
| <b>2.4.6 EFECTO DE LOS FÁRMACOS .....</b>                               | <b>58</b> |
| <b>2.4.7 MEDICAMENTO.....</b>   | <b>59</b> |
| <b>2.4.8 CON RECETA .....</b>   | <b>59</b> |
| <b>2.4.9 SIN RECETA .....</b>   | <b>60</b> |
| <b>2.4.10 TIPOS DE MEDICAMENTOS.....</b>                                | <b>60</b> |
| <b>2.4.10.2 MEDICAMENTOS BIOSIMILARES.....</b>                          | <b>61</b> |
| <b>2.4.10.3 MEDICAMENTOS HUÉRFANOS .....</b>                            | <b>61</b> |
| <b>2.4.10.4 MEDICAMENTOS GENÉRICOS.....</b>                             | <b>61</b> |
| <b>10.4.11 VÍAS DE ADMINISTRACIÓN.....</b>                              | <b>62</b> |
| <b>10.4.11.1 VÍA ORAL.....</b>  | <b>63</b> |
| <b>10.4.11.2 VÍA SUBLINGUAL.....</b>                                    | <b>63</b> |
| <b>10.4.11.3 VÍA TÓPICA.....</b>  | <b>63</b> |
| <b>10.4.11.4 VÍA MUCOSA .....</b>                                       | <b>64</b> |
| <b>10.4.11.5 VÍA PARENTERAL.....</b>                                    | <b>64</b> |
| <b>2.5 ASPECTOS TÉCNICOS .....</b>                                      | <b>64</b> |
| <b>2.5.1 ESTUDIO TÉCNICO.....</b>                                       | <b>64</b> |
| <b>2.5.1.1 LOCALIZACIÓN.....</b>  | <b>65</b> |
| <b>2.5.1.2 MACRO-LOCALIZACIÓN .....</b>                                 | <b>65</b> |
| <b>2.5.1.3 MICRO-LOCALIZACIÓN .....</b>                                 | <b>65</b> |
| <b>2.5.1.4 INVERSIÓN.....</b>   | <b>66</b> |
| <b>2.5.1.5 INVERSIONES DEL PROYECTO .....</b>                           | <b>66</b> |
| <b>2.5.1.6 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.....</b>             | <b>67</b> |
| <b>2.5.1.7 TAMAÑO DEL PROYECTO .....</b>                                | <b>67</b> |
| <b>2.5.1.8 INFRAESTRUCTURA DEL PROYECTO .....</b>                       | <b>67</b> |
| <b>2.5.1.9 INVENTARIOS .....</b>  | <b>67</b> |
| <b>2.5.1.10 CONTROL INTERNO DE INVENTARIOS.....</b>                     | <b>68</b> |
| <b>2.5.1.11 MÉTODOS DE VALORACIÓN DE INVENTARIOS .....</b>              | <b>68</b> |
| <b>2.5.1.12 MÉTODO PRIMERAS EN ENTRAR PRIMERAS EN SALIR (PEPS).....</b> | <b>69</b> |
| <b>2.5.1.13 MÉTODO ÚLTIMAS EN ENTRAR PRIMERAS EN SALIR (UEPS) .....</b> | <b>69</b> |
| <b>2.5.1.14 MÉTODO PROMEDIO PONDERADO .....</b>                         | <b>70</b> |
| <b>2.6 ASPECTOS FINANCIEROS .....</b>                                   | <b>70</b> |
| <b>2.6.1 ESTUDIO DE MERCADO.....</b>                                    | <b>70</b> |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>2.6.2 MERCADO .....</b>                                 | <b>71</b> |
| <b>2.6.3 SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....</b>                  | <b>71</b> |
| <b>2.6.4 MERCADO META .....</b>                            | <b>71</b> |
| <b>2.6.5 MERCADO POTENCIAL.....</b>                        | <b>72</b> |
| <b>2.6.5 CLIENTE.....</b>                                  | <b>72</b> |
| <b>2.6.7 COMERCIALIZACIÓN.....</b>                         | <b>72</b> |
| <b>2.6.8 PRECIO .....</b>                                  | <b>73</b> |
| <b>2.6.9 PRECIO DE VENTA .....</b>                         | <b>73</b> |
| <b>2.6.10 OFERTA.....</b>                                  | <b>73</b> |
| <b>2.6.11 DEMANDA.....</b>                                 | <b>74</b> |
| <b>2.6.12 DEMANDA INSATISFECHA.....</b>                    | <b>74</b> |
| <b>2.6.13 SEVICIO.....</b>                                 | <b>74</b> |
| <b>2.6.14 PRODUCTO.....</b>                                | <b>74</b> |
| <b>2.7 ESTUDIO FINANCIERO.....</b>                         | <b>75</b> |
| <b>2.7.1 PRESUPUESTO .....</b>                             | <b>75</b> |
| <b>2.7.2 FLUJO DE CAJA .....</b>                           | <b>75</b> |
| <b>2.7.3 INGRESOS.....</b>                                 | <b>76</b> |
| <b>2.7.4 EGRESOS.....</b>                                  | <b>76</b> |
| <b>2.7.5 INDICADORES DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA .....</b> | <b>76</b> |
| <b>2.7.6 VALOR ACTUAL NETO .....</b>                       | <b>77</b> |
| <b>2.7.7 TASA INTERNA DE RETORNO.....</b>                  | <b>78</b> |
| <b>2.7.8 COSTO-BENEFICIO.....</b>                          | <b>78</b> |
| <b>2.8 ANÁLISIS DEL MARCO TEÓRICO.....</b>                 | <b>79</b> |
| <b>CAPÍTULO III.....</b>                                   | <b>80</b> |
| <b>3. ESTUDIO DE MERCADO.....</b>                          | <b>80</b> |
| <b>3.1 INTRODUCCIÓN .....</b>                              | <b>80</b> |
| <b>3.2 OBJETIVO GENERAL .....</b>                          | <b>81</b> |
| <b>3.2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....</b>                   | <b>81</b> |
| <b>3.3 VARIABLES DEL ESTUDIO .....</b>                     | <b>81</b> |
| <b>3.3.1 INDICADORES .....</b>                             | <b>82</b> |
| <b>3.4 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA .....</b>            | <b>84</b> |
| <b>3.5 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO .....</b>               | <b>85</b> |
| <b>3.5.1 CARACTERÍSTICAS.....</b>                          | <b>85</b> |

|  |     |
|--|-----|
| 3.5.2 VENTAJAS .....   | 90  |
| 3.6 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO .....                           | 90  |
| 3.6.1 VARIABLES DE SEGMENTACIÓN .....                        | 91  |
| 3.6.2 MERCADO META .....                                     | 91  |
| 3.7 CÁLCULO DE LA MUESTRA .....                              | 91  |
| 3.7.1 FÓRMULA .....  | 92  |
| 3.8 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN .....           | 93  |
| 3.8.1 INFORMACIÓN PRIMARIA.....                              | 93  |
| 3.8.2 ENCUESTA.....  | 93  |
| 3.8.3 ENTREVISTA.....  | 93  |
| 3.8.4 OBSERVACIÓN.....                                       | 94  |
| 3.9 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA.....                | 95  |
| 3.10 DEMANDA.....  | 107 |
| 3.10.1 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER ..... | 107 |
| 3.11 OFERTA.....   | 109 |
| 3.11.1 ENTREVISTA REALIZADA A LA DRA. VERÓNICA VILLEGAS..... | 109 |
| 3.11.2 OFERTA ACTUAL .....                                   | 111 |
| 3.11.2 PROYECCIÓN DE LA OFERTA .....                         | 111 |
| 3.12 ANÁLISIS DE LA PROYECCIÓN DE LA OFERTA .....            | 112 |
| 3.13 DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER.....                     | 112 |
| 3.13.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER.....   | 112 |
| 3.15 COMERCIALIZACIÓN.....                                   | 113 |
| 3.16 PRECIO .....  | 113 |
| 3.17 PROMOCIÓN.....  | 113 |
| 3.18 PLAZA .....   | 114 |
| 3.19 PUBLICIDAD .....  | 114 |
| 3.20 CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO .....                 | 115 |
| 3.21 ANÁLISIS DEL ESTUDIO DE MERCADO .....                   | 115 |
| CAPÍTULO IV .....  | 116 |
| 4. ESTUDIO TÉCNICO .....                                     | 116 |
| 4.1 INTRODUCCIÓN .....                                       | 116 |
| 4.2 OBJETIVO GENERAL .....                                   | 116 |
| 4.1.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....                            | 117 |

|  |            |
|--|------------|
| <b>4.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO</b> .....             | <b>117</b> |
| <b>4.2.1 MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO</b> .....      | <b>117</b> |
| <b>4.2.1.1 VÍAS DE ACCESO</b> .....                    | <b>118</b> |
| <b>4.2.2 MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO</b> .....      | <b>119</b> |
| <b>4.2.2.1 MATRIZ DE FACTORES</b> .....                | <b>119</b> |
| <b>4.2.2.2 DISEÑO DE LA MATRIZ DE EVALUACIÓN</b> ..... | <b>120</b> |
| <b>4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO</b> .....               | <b>124</b> |
| <b>4.3.1 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA</b> .....           | <b>125</b> |
| <b>4.4 TAMAÑO DEL PROYECTO</b> .....                   | <b>125</b> |
| <b>4.4.1 DISPONIBILIDAD DE MERCANCÍA</b> .....         | <b>125</b> |
| <b>4.4.2 DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA</b> .....      | <b>125</b> |
| <b>4.4.3 DISPONIBILIDAD DE FINANCIAMIENTO</b> .....    | <b>126</b> |
| <b>4.5 CAPACIDAD INSTALADA</b> .....                   | <b>126</b> |
| <b>4.6 PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN</b> .....           | <b>127</b> |
| <b>4.6.1 SIMBOLOGÍA DE LOS FLUJOGRAMAS</b> .....       | <b>127</b> |
| <b>4.6.2 DIAGRAMA DE PROCESOS NÚMERO 1</b> .....       | <b>128</b> |
| <b>4.6.3 DIAGRAMA DE PROCESOS NÚMERO 2</b> .....       | <b>129</b> |
| <b>4.7 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO</b> .....               | <b>130</b> |
| <b>4.7.1 DIAGRAMA DE PROCESOS NÚMERO 1</b> .....       | <b>130</b> |
| <b>4.7.2 DIAGRAMA DE PROCESOS NÚMERO 2</b> .....       | <b>131</b> |
| <b>4.8 PRESUPUESTO TÉCNICO</b> .....                   | <b>132</b> |
| <b>4.8.1 PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b> .....           | <b>132</b> |
| <b>A) REQUERIMIENTO DEL TERRENO</b> .....              | <b>132</b> |
| <b>B) INFRAESTRUCTURA CIVIL</b> .....                  | <b>133</b> |
| <b>C) EQUIPAMIENTO</b> .....                           | <b>134</b> |
| <b>D) EQUIPOS DE SEGURIDAD</b> .....                   | <b>134</b> |
| <b>E) MATERIALES GENERALES</b> .....                   | <b>135</b> |
| <b>F) INVERSIONES VARIABLES</b> .....                  | <b>136</b> |
| <b>4.8.2 CAPITAL DE TRABAJO</b> .....                  | <b>136</b> |
| <b>A) REQUERIMIENTOS DE MANO DE OBRA</b> .....         | <b>136</b> |
| <b>B) INVERSIÓN DIFERIDA</b> .....                     | <b>137</b> |
| <b>C) SERVICIOS BÁSICOS</b> .....                      | <b>137</b> |
| <b>B) PUBLICIDAD</b> .....                             | <b>138</b> |

|  |            |
|--|------------|
| <b>4.9 RESUMEN DEL CAPITAL DE TRABAJO.....</b>             | <b>139</b> |
| <b>4.10 INVERSIÓN TOTAL .....</b>                          | <b>139</b> |
| <b>4.11 FINANCIAMIENTO.....</b>                            | <b>140</b> |
| <b>4.12 ANÁLISIS DEL ESTUDIO TÉCNICO.....</b>              | <b>140</b> |
| <b>CAPÍTULO V.....</b>                                     | <b>141</b> |
| <b>5. ESTUDIO FINANCIERO.....</b>                          | <b>141</b> |
| <b>5.1 DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS PROYECTADOS .....</b> | <b>141</b> |
| <b>5.2 PRESUPUESTO DE EGRESOS .....</b>                    | <b>142</b> |
| <b>5.2.1 COSTO DE LA MERCADERÍA .....</b>                  | <b>142</b> |
| <b>5.3 PROYECCIÓN DEL PRECIO .....</b>                     | <b>143</b> |
| <b>5.4 GASTOS ADMINISTRATIVOS.....</b>                     | <b>143</b> |
| <b>5.4.1 ÚTILES DE OFICINA .....</b>                       | <b>143</b> |
| <b>5.4.2 SERVICIOS BÁSICOS .....</b>                       | <b>144</b> |
| <b>5.4.3 GASTOS SERVICIOS PROFESIONALES.....</b>           | <b>145</b> |
| <b>5.4.4 RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS .....</b>       | <b>146</b> |
| <b>5.5 GASTOS DE VENTAS .....</b>                          | <b>146</b> |
| <b>5.5.1 SUMINISTROS Y MATERIALES DE VENTAS .....</b>      | <b>146</b> |
| <b>5.5.2 SUELDOS DE VENDEDORES .....</b>                   | <b>147</b> |
| <b>5.5.3 RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS.....</b>              | <b>147</b> |
| <b>5.6 GASTOS FINANCIEROS .....</b>                        | <b>148</b> |
| <b>5.7 DEPRECIACIÓN DE PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO.....</b>  | <b>149</b> |
| <b>5.7.1 TABLAS DE DEPRECIACIÓN.....</b>                   | <b>152</b> |
| <b>A) EDIFICACIONES Y CONSTRUCCIONES .....</b>             | <b>152</b> |
| <b>B) EQUIPO DE CÓMPUTO .....</b>                          | <b>152</b> |
| <b>C) EQUIPO DE OFICINA.....</b>                           | <b>153</b> |
| <b>D) MUEBLES.....</b>                                     | <b>154</b> |
| <b>E) EQUIPO DE SEGURIDAD .....</b>                        | <b>154</b> |
| <b>5.7.2 RESUMEN DE DEPRECIACIÓN.....</b>                  | <b>155</b> |
| <b>5.8 AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS.....</b>          | <b>155</b> |
| <b>5.9 ESTADOS PROFORMA .....</b>                          | <b>157</b> |
| <b>5.9.1 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA .....</b>          | <b>157</b> |
| <b>3.9.2 ESTADO DE RESULTADOS .....</b>                    | <b>158</b> |
| <b>3.9.3 ESTADO DE FLUJO DE CAJA .....</b>                 | <b>159</b> |

|  |            |
|--|------------|
| <b>5.10 ANÁLISIS FINANCIERO .....</b>                            | <b>159</b> |
| <b>5.10.1 COSTO DE OPORTUNIDAD.....</b>                          | <b>160</b> |
| <b>5.10.2 TASA DE RENDIMIENTO MEDIO .....</b>                    | <b>160</b> |
| <b>5.10.3 VALOR ACTUAL NETO .....</b>                            | <b>161</b> |
| <b>5.10.4 TASA INTERNA DE RETORNO.....</b>                       | <b>162</b> |
| <b>5.10.5 RELACIÓN COSTO BENEFICIO.....</b>                      | <b>163</b> |
| <b>5.10.6 PUNTO DE EQUILIBRIO .....</b>                          | <b>164</b> |
| <b>5.10.7 PERÍODO DE RECUPERACION DE LA INVERSIÓN.....</b>       | <b>165</b> |
| <b>5.10.8 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD .....</b>                     | <b>166</b> |
| <b>5.10.9 RESUMEN ANÁLISIS FINANCIERO .....</b>                  | <b>167</b> |
| <b>5.10.11 ANÁLISIS DEL ESTUDIO FINANCIERO.....</b>              | <b>170</b> |
| <b>CAPÍTULO VI.....</b>  | <b>171</b> |
| <b>6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....</b>                            | <b>171</b> |
| <b>6.1 INTRODUCCIÓN .....</b>                                    | <b>171</b> |
| <b>6.1.1 ASPECTOS ESTRATÉGICOS .....</b>                         | <b>171</b> |
| <b>6.1.2 OBJETIVO.....</b>                                       | <b>171</b> |
| <b>6.1.3 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL.....</b>                          | <b>172</b> |
| <b>6.1.4 LOGOTIPO EMPRESARIAL .....</b>                          | <b>172</b> |
| <b>6.1.4 ESLOGAN EMPRESARIAL .....</b>                           | <b>173</b> |
| <b>6.1.5 FILOSOFÍA EMPRESARIAL .....</b>                         | <b>173</b> |
| <b>6.1.5.1 MISIÓN .....</b>                                      | <b>173</b> |
| <b>6.1.5.2 VISIÓN .....</b>                                      | <b>173</b> |
| <b>6.1.5.3 VALORES Y PRINCIPIOS.....</b>                         | <b>173</b> |
| <b>6.1.5.4 POLÍTICAS DE LA EMPRESA .....</b>                     | <b>176</b> |
| <b>6.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....</b>                       | <b>178</b> |
| <b>6.2.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA FARMACIA CHATURA.....</b> | <b>178</b> |
| <b>6. 3 MANUAL DE FUNCIONES .....</b>                            | <b>179</b> |
| <b>6.4 BASE LEGAL .....</b>                                      | <b>184</b> |
| <b>6.4.1 PERMISO DE OPERACIÓN DE LA FARMACIA.....</b>            | <b>184</b> |
| <b>6.6 ANÁLISIS DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO .....</b>             | <b>186</b> |
| <b>CAPÍTULO VII .....</b>  | <b>187</b> |
| <b>7. IMPACTOS.....</b>  | <b>187</b> |
| <b>7.1 ANÁLISIS DE IMPACTOS .....</b>                            | <b>187</b> |

|  |            |
|--|------------|
| <b>7.2 IMPACTO ECONÓMICO .....</b>     | <b>187</b> |
| <b>7.3 IMPACTO SOCIAL .....</b>        | <b>189</b> |
| <b>7.4 IMPACTO COMERCIAL .....</b>     | <b>190</b> |
| <b>7.6 IMPACTO AMBIENTAL.....</b>      | <b>191</b> |
| <b>7.8 IMPACTO GENERAL .....</b>       | <b>192</b> |
| <b>7.10 ANÁLISIS DE IMPACTOS .....</b> | <b>194</b> |
| <b>CONCLUSIONES.....</b>               | <b>195</b> |
| <b>RECOMENDACIONES .....</b>           | <b>197</b> |
| <b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>               | <b>198</b> |
| <b>LINKOGRAFÍA .....</b>               | <b>200</b> |
| <b>ANEXOS.....</b>                     | <b>201</b> |
| <b>ANEXO 1 .....</b>                   | <b>201</b> |
| <b>ANEXO 2 .....</b>                   | <b>204</b> |
| <b>ANEXO 3 .....</b>                   | <b>205</b> |
| <b>ANEXO 4 .....</b>                   | <b>206</b> |
| <b>ANEXO 5 .....</b>                   | <b>210</b> |
| <b>ANEXO 6 .....</b>                   | <b>213</b> |

## ÍNDICE DE TABLAS

|  |     |
|--|-----|
| TABLA 1 VARIABLES .....  | 32  |
| TABLA 2 INDICADORES .....                                      | 33  |
| TABLA 3 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA .....                   | 34  |
| TABLA 4 DIVISIÓN POLÍTICA DE LA PARROQUIA.....                 | 35  |
| TABLA 5 COMPOSICIÓN DE LA PARROQUIA SEGÚN GÉNERO .....         | 37  |
| TABLA 6 COMPOSICIÓN POBLACIONAL ACTUAL POR EDAD Y SEXO .....   | 38  |
| TABLA 7 PROYECCIÓN DE LA PARROQUIA ECONÓMICAMENTE ACTIVA ...   | 38  |
| TABLA 8 NEGOCIOS ALTERNATIVOS .....                            | 41  |
| TABLA 9 PRODUCTOS OVER THE COUNTER.....                        | 42  |
| TABLA 10 MATRIZ AOR .....                                      | 45  |
| TABLA 11 VARIABLES DEL ESTUDIO DE MERCADO.....                 | 82  |
| TABLA 12 INDICADORES DEL ESTUDIO DE MERCADO .....              | 82  |
| TABLA 13 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.....                   | 84  |
| TABLA 14 MEDICAMENTOS GENERALES .....                          | 86  |
| TABLA 15 PRODUCTOS DE ASEO PERSONAL .....                      | 88  |
| TABLA 16 COSMÉTICOS.....                                       | 89  |
| TABLA 17 CIUDAD CERCANA A LA PARROQUIA.....                    | 95  |
| TABLA 18 FARMACIAS MÁS VISITADAS.....                          | 96  |
| TABLA 19 TIEMPO DE TRASLADO A LA CIUDAD MÁS CERCANA .....      | 97  |
| TABLA 20 MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO .....                   | 98  |
| TABLA 21 NIVEL DE ACEPTACIÓN.....                              | 99  |
| TABLA 22 NIVEL DE PREFERENCIA.....                             | 100 |
| TABLA 23 MONTO DE DINERO POR CONSUMO DE MEDICAMENTOS.....      | 101 |
| TABLA 24 NIVEL DE INGRESOS .....                               | 102 |
| TABLA 25 PREFERENCIA DE MEDICAMENTOS .....                     | 103 |
| TABLA 26 ADQUISICIÓN DE ARTÍCULOS.....                         | 104 |
| TABLA 27 FORMAS DE ENTREGA DE MEDICAMENTOS .....               | 105 |
| TABLA 28 ESTACIONES DE RADIO MÁS ESCUCHADAS.....               | 106 |
| TABLA 29 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER ..... | 108 |
| TABLA 30 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POR HOGAR.....               | 108 |
| TABLA 31 OFERTA ACTUAL .....                                   | 111 |
| TABLA 32 PROYECCIÓN DE PACIENTES ATENDIDOS .....               | 111 |

|  |            |
|--|------------|
| <b>TABLA 33 DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER.....</b>                  | <b>112</b> |
| <b>TABLA 34 MATRIZ DE FACTORES .....</b>                             | <b>119</b> |
| <b>TABLA 35 MATRIZ DE EVALUACIÓN .....</b>                           | <b>120</b> |
| <b>TABLA 36 MATRIZ DE EVALUACIÓN .....</b>                           | <b>121</b> |
| <b>TABLA 37 CATEGORÍAS DE DECISIÓN.....</b>                          | <b>121</b> |
| <b>TABLA 38 MATRIZ DE FACTORES PONDERADA .....</b>                   | <b>122</b> |
| <b>TABLA 39 MANO DE OBRA .....</b>                                   | <b>126</b> |
| <b>TABLA 40 SIMBOLOGÍA PARA FLUJOGRAMA .....</b>                     | <b>127</b> |
| <b>TABLA 41 DESCRIPCIÓN DEL TERRENO.....</b>                         | <b>133</b> |
| <b>TABLA 42 COTIZACIÓN DE CONSTRUCCIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA... </b> | <b>133</b> |
| <b>TABLA 43 MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA .....</b>                   | <b>134</b> |
| <b>TABLA 44 EQUIPOS DE SEGURIDAD .....</b>                           | <b>135</b> |
| <b>TABLA 45 MATERIALES GENERALES .....</b>                           | <b>135</b> |
| <b>TABLA 46 INVERSIÓN VARIABLE .....</b>                             | <b>136</b> |
| <b>TABLA 47 REQUERIMIENTOS DE MANO DE OBRA.....</b>                  | <b>136</b> |
| <b>TABLA 48 GASTOS DE CONSTITUCIÓN.....</b>                          | <b>137</b> |
| <b>TABLA 49 SERVICIOS BÁSICOS .....</b>                              | <b>137</b> |
| <b>TABLA 50 PUBLICIDAD .....</b>                                     | <b>138</b> |
| <b>TABLA 51 PLAN DE CONTINGENCIA .....</b>                           | <b>138</b> |
| <b>TABLA 52 CAPITAL DE TRABAJO .....</b>                             | <b>139</b> |
| <b>TABLA 53 INVERSIÓN DEL PROYECTO .....</b>                         | <b>139</b> |
| <b>TABLA 54 ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN .....</b>                     | <b>140</b> |
| <b>TABLA 55 PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTAS .....</b>              | <b>141</b> |
| <b>TABLA 56 MERCANCÍA EN DÓLARES .....</b>                           | <b>142</b> |
| <b>TABLA 57 DETALLE DE ÚTILES DE OFICINA .....</b>                   | <b>143</b> |
| <b>TABLA 58 ÚTILES DE ASEO.....</b>                                  | <b>144</b> |
| <b>TABLA 59 ÚTILES DE OFICINA Y ASEO PROYECTADOS.....</b>            | <b>144</b> |
| <b>TABLA 60 SERVICIOS BÁSICOS .....</b>                              | <b>145</b> |
| <b>TABLA 61 GASTOS POR SERVICIOS PROFESIONALES .....</b>             | <b>145</b> |
| <b>TABLA 62 RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS.....</b>                  | <b>146</b> |
| <b>TABLA 63 SUMINISTROS Y MATERIALES.....</b>                        | <b>146</b> |
| <b>TABLA 64 SUELDOS DE VENDEDORES.....</b>                           | <b>147</b> |
| <b>TABLA 65 SUELDOS DE VENDEDORES PROYECTADOS .....</b>              | <b>147</b> |
| <b>TABLA 66 RESUMEN DE GASTOS DE VENTA .....</b>                     | <b>148</b> |

|  |            |
|--|------------|
| <b>TABLA 67 DEPRECIACIÓN DE EDIFICIO .....</b>                       | <b>152</b> |
| <b>TABLA 68 DEPRECIACIÓN DEL EQUIPO DE CÓMPUTO .....</b>             | <b>153</b> |
| <b>TABLA 69 DEPRECIACIÓN DEL EQUIPO DE OFICINA .....</b>             | <b>153</b> |
| <b>TABLA 70 ESTANTERÍAS.....</b>                                     | <b>154</b> |
| <b>TABLA 71 DEPRECIACIÓN DEL EQUIPO DE SEGURIDAD.....</b>            | <b>155</b> |
| <b>TABLA 72 RESUMEN DEPRECIACIÓN PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO .....</b> | <b>155</b> |
| <b>TABLA 73 ACTIVOS DIFERIDOS .....</b>                              | <b>156</b> |
| <b>TABLA 74 AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS.....</b>               | <b>156</b> |
| <b>TABLA 75 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA.....</b>                  | <b>157</b> |
| <b>TABLA 76 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO .....</b>                | <b>158</b> |
| <b>TABLA 77 ESTADO DE FLUJO DE CAJA .....</b>                        | <b>159</b> |
| <b>TABLA 78 COSTO DE OPORTUNIDAD .....</b>                           | <b>160</b> |
| <b>TABLA 79 TASA DE RENDIMIENTO MEDIO .....</b>                      | <b>161</b> |
| <b>TABLA 80 VALOR ACTUAL NETO .....</b>                              | <b>162</b> |
| <b>TABLA 81 TASA INTERNA DE RETORNO.....</b>                         | <b>163</b> |
| <b>TABLA 82 TASA DE RENDIMIENTO C/B .....</b>                        | <b>164</b> |
| <b>TABLA 83 RELACIÓN COSTO BENEFICIO.....</b>                        | <b>164</b> |
| <b>TABLA 84 RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN .....</b>                   | <b>165</b> |
| <b>TABLA 85 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....</b>                        | <b>166</b> |
| <b>TABLA 86 RESUMEN ANÁLISIS FINANCIERO .....</b>                    | <b>167</b> |
| <b>TABLA 87 PLAN DE CONTINGENCIA .....</b>                           | <b>168</b> |
| <b>TABLA 88 MANUAL DE FUNCIONES.....</b>                             | <b>179</b> |
| <b>TABLA 89 MANUAL DE FUNCIONES CONTADOR .....</b>                   | <b>180</b> |
| <b>TABLA 90 MANUAL DE FUNCIONES FARMACÉUTICO .....</b>               | <b>181</b> |
| <b>TABLA 91 MANUAL DE FUNCIONES VENDEDOR.....</b>                    | <b>183</b> |
| <b>TABLA 92 AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO .....</b>                       | <b>213</b> |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|   |            |
|---|------------|
| <b>GRÁFICO 1 CIUDAD CERCANA A LA PARROQUIA.....</b>               | <b>95</b>  |
| <b>GRÁFICO 2 FARMACIAS MÁS VISITADAS .....</b>                    | <b>96</b>  |
| <b>GRÁFICO 3 TIEMPO DE TRASLADO A LA CIUDAD MÁS CERCANA .....</b> | <b>97</b>  |
| <b>GRÁFICO 4 MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO .....</b>              | <b>98</b>  |
| <b>GRÁFICO 5 NIVEL DE ACEPTACIÓN.....</b>                         | <b>99</b>  |
| <b>GRÁFICO 6 NIVEL DE PREFERENCIA.....</b>                        | <b>100</b> |
| <b>GRÁFICO 7 MONTO POR LA ADQUISICIÓN DE MEDICAMENTOS .....</b>   | <b>101</b> |
| <b>GRÁFICO 8 NIVEL DE INGRESOS.....</b>                           | <b>102</b> |
| <b>GRÁFICO 9 PREFERENCIA DE MEDICAMENTOS .....</b>                | <b>103</b> |
| <b>GRÁFICO 10 ADQUISICIÓN DE ARTÍCULOS.....</b>                   | <b>104</b> |
| <b>GRÁFICO 11 FORMAS DE ENTREGA DE MEDICAMENTOS .....</b>         | <b>105</b> |
| <b>GRÁFICO 12 ESTACIONES DE RADIO .....</b>                       | <b>106</b> |

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

|   |            |
|---|------------|
| <b>ILUSTRACIÓN 1 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS.....</b>             | <b>49</b>  |
| <b>ILUSTRACIÓN 2 CLASIFICACIÓN SEGÚN CRITERIOS ECONÓMICOS .....</b> | <b>50</b>  |
| <b>ILUSTRACIÓN 3 CLASIFICACIÓN EN BASE A LA ACTIVIDAD .....</b>     | <b>50</b>  |
| <b>ILUSTRACIÓN 4 CLASIFICACIÓN SEGÚN ÁMBITO COMPETITIVO .....</b>   | <b>51</b>  |
| <b>ILUSTRACIÓN 5 CLASIFICACIÓN SEGÚN CRITERIOS JURÍDICOS.....</b>   | <b>51</b>  |
| <b>ILUSTRACIÓN 6 CLASIFICACIÓN SEGÚN SU FORMA JURÍDICA .....</b>    | <b>52</b>  |
| <b>ILUSTRACIÓN 7 CLASIFICACIÓN EMPRESAS PYMES .....</b>             | <b>53</b>  |
| <b>ILUSTRACIÓN 8 PERFIL PROFESIONAL DE UN FARMACÉUTICO.....</b>     | <b>56</b>  |
| <b>ILUSTRACIÓN 9 MEDICAMENTOS .....</b>                             | <b>59</b>  |
| <b>ILUSTRACIÓN 10 TIPOS DE MEDICAMENTOS.....</b>                    | <b>60</b>  |
| <b>ILUSTRACIÓN 11 CLASIFICACIÓN DE MEDICAMENTOS .....</b>           | <b>60</b>  |
| <b>ILUSTRACIÓN 12 VÍAS DE ADMINISTRACIÓN.....</b>                   | <b>62</b>  |
| <b>ILUSTRACIÓN 13 INVENTARIOS .....</b>                             | <b>68</b>  |
| <b>ILUSTRACIÓN 14 MÉTODOS DE VALORACIÓN DE INVENTARIOS.....</b>     | <b>69</b>  |
| <b>ILUSTRACIÓN 15 COMPONENTES DEL ESTUDIO DE MERCADO .....</b>      | <b>70</b>  |
| <b>ILUSTRACIÓN 16 INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA .....</b>    | <b>77</b>  |
| <b>ILUSTRACIÓN 17 COSTO BENEFICIO .....</b>                         | <b>78</b>  |
| <b>ILUSTRACIÓN 18 LOGOTIPO.....</b>                                 | <b>85</b>  |
| <b>ILUSTRACIÓN 19 MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....</b>          | <b>117</b> |
| <b>ILUSTRACIÓN 20 VÍAS DE ACCESO .....</b>                          | <b>118</b> |
| <b>ILUSTRACIÓN 21 MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....</b>          | <b>123</b> |
| <b>ILUSTRACIÓN 22 DISEÑO DE LAS INSTALACIONES .....</b>             | <b>124</b> |
| <b>ILUSTRACIÓN 23 ADQUISICIÓN DE MEDICAMENTOS .....</b>             | <b>128</b> |
| <b>ILUSTRACIÓN 24 VENTA DE MEDICAMENTOS AL PÚBLICO .....</b>        | <b>129</b> |
| <b>ILUSTRACIÓN 25 LOGOTIPO DE LA FARMACIA .....</b>                 | <b>172</b> |
| <b>ILUSTRACIÓN 26 ORGANIGRAMA INSTITUCIONAL.....</b>                | <b>178</b> |

## JUSTIFICACIÓN

En la parroquia San José de Chaltura no existe una farmacia que brinde el servicio de venta de medicamentos a los pobladores que necesitan adquirir cualquier tipo de medicinas o suministros similares de manera inmediata.

Esta investigación surge por la necesidad de la población, ya que en esta parroquia sus habitantes deben trasladarse a los sectores aledaños en busca de una farmacia, servicio orientado además para los turistas que día a día visitan esta parroquia debido a sus atractivos, por lo que es urgente y necesaria la creación de un establecimiento que brinde este servicio prioritario, de manera que las personas sean atendidas de forma eficiente y eficaz por personal calificado, con la disposición de medicamentos con ofertas que cuiden la economía de la población y que permita mejorar la calidad de vida de la parroquia fomentando el bienestar comunitario.

Con la implementación de la farmacia se generarán fuentes de empleo, ingresos fiscales, utilidad económica para los propietarios e ingresos económicos a proveedores de mercadería que garanticen un stock suficiente de productos que pueden ser entregados directamente en el establecimiento ya que las vías de acceso a la parroquia se encuentran en perfecto estado, respetando los precios establecidos por el organismo de control competente, lo que contribuirá con el progreso y desarrollo del país. Para lo cual se realizará un manejo adecuado en cuanto almacenamiento de los fármacos, respetando las normas ambientales y legales que establezca el Estado ecuatoriano, así también se realizarán consultas frecuentes al centro de salud Chaltura con la finalidad de evidenciar las enfermedades más comunes en la población.

Esta investigación marcará la visión de emprendimiento demostrando que no únicamente se puede trabajar y negociar en las actividades propias y tradicionales de la zona, sino también por medio de la implementación de nuevas alternativas de comercio.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

DISEÑAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA EN LA PARROQUIA DE SAN JOSÉ DE CHALTURA, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar el diagnóstico situacional utilizando técnicas de investigación para determinar la situación actual de la parroquia.
- Construir un marco teórico mediante la recopilación de información bibliográfica, linkográfica y enciclopédica que permita sustentar la investigación.
- Realizar un estudio de mercado mediante la identificación y análisis de la oferta y la demanda y las características del producto, con la finalidad de determinar la demanda insatisfecha.
- Elaborar un estudio técnico mediante la utilización de técnicas de investigación y proyecciones, que permitan determinar la macro y micro localización, el nivel de inversión y la capacidad de venta.
- Realizar un estudio económico-financiero aplicando técnicas, instrumentos herramientas que permitan identificar la factibilidad del proyecto.
- Diseñar la propuesta de estructura organizacional y funcional para la constitución de la farmacia mediante la aplicación de normativas legales, con el propósito de garantizar el buen funcionamiento del proyecto.
- Analizar los principales impactos que se deriven de la implementación del proyecto con el propósito de mitigar los posibles efectos negativos y potencializar los positivos.

## CAPÍTULO I

### 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

#### 1.1 ANTECEDENTES

La página web del GAD parroquial de San José de Chaltura manifiesta que, la palabra Chaltura significa PLANO BAJO efectivamente ya que se encuentra en la llanura que conforma el Cantón Antonio Ante, habitada por gente noble y trabajadora, lo que actualmente se conoce como San José de Chaltura fue anteriormente una fracción de la antigua e imponente hacienda la Violeta de pertenencia del Señor José Ignacio Gangotena, hombre caritativo y visionario que en el año de 1926 decidió repartir su hacienda y venderla a sus habitantes dejando los espacios suficientes para las calles principales donando además terrenos para la plaza, el parque, la iglesia y la escuela, trazando así el futuro de esta parroquia. San José de Chaltura fue fundada eclesiásticamente el 9 de Noviembre de 1932 con el nombre de San José en honor a su patrono y en septiembre de 1935 Chaltura se elevó a la categoría de Parroquia Civil del Cantón Antonio Ante, siendo el Señor Miguel Ángel de la Fuente su primer Teniente Político durante la presidencia nacional del General Alberto Enríquez Gallo.

En base al PDOT 2015 – 2030 de la parroquia y el censo poblacional de 2010, Chaltura cuenta con una población conformada por 3147 personas en dicho año y de acuerdo a las proyecciones ésta asciende a 3370 pobladores en el año 2016, las mismas que se dedican a una gran variedad de actividades económicas, siendo la agricultura la principal ocupación de su población, ya que su suelo es extremadamente fértil, esta zona se encuentra ubicada al suroeste de la capital provincial Ibarra y a una altitud de 2352 metros sobre el nivel del mar lo que hace que posea clima es cálido y agradable y su figura se asemeja a la de un rectángulo con una extensión aproximada de 13.9 kilómetros cuadrados.

## 1.2 OBJETIVO DEL DIAGNÓSTICO

### 1.2.2 Objetivo general

Realizar el diagnóstico situacional utilizando técnicas de investigación para determinar la situación actual de la parroquia.

### 1.2.3 Objetivos específicos

- ❖ Determinar las características geográficas de la parroquia San José de Chaltura.
- ❖ Analizar los aspectos demográficos de la zona en cuestión.
- ❖ Evaluar la situación socioeconómica de los habitantes del sector.
- ❖ Examinar el entorno productivo y la situación actual del mercado en la parroquia.
- ❖ Determinar los aspectos políticos que influyen el proyecto.

## 1.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Las variables diagnósticas son herramientas que permitirán identificar los aspectos mayormente relevantes que influyan en la implementación del proyecto, por lo cual para la investigación se consideró de mucha importancia el estudio y análisis de las siguientes.

### **Tabla 1 Variables**

---

#### VARIABLES

---

1.3.1 Situación Geográfica

1.3.2 Situación Demográfica

1.3.3 Situación Económica

1.3.4 Situación Actual del Mercado Local

1.3.5 Aspectos Político

---

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores  
Año: 2016

## 1.4 INDICADORES DEL DIAGNÓSTICO

Indicador es herramientas que permiten la comprensión y el desarrollo de las variables por lo cual para el presente proyecto se han determinado de gran importancia los indicadores que se describen a continuación.

**Tabla 2 Indicadores**

---

### INDICADORES DEL DIAGNÓSTICO

---

#### 1.4.1 Situación geográfica

- ❖ División política
- ❖ Superficie
- ❖ Límites
- ❖ Conectividad vial
- ❖ Clima

#### 1.4.2 Situación demográfica

- ❖ Tasa de crecimiento poblacional.
- ❖ Composición de la población
- ❖ Población económicamente activa

#### 1.4.3 Situación socio-económica

- ❖ Número de hogares.
- ❖ Composición de personas integrantes por familia.
- ❖ Actividades económicas
- ❖ Salud
- ❖ Educación
- ❖ Acceso a servicios básicos

#### 1.4.4 Situación actual del mercado local

- ❖ Negocios alternativos
- ❖ Ubicación de farmacias más cercanas

#### 1.4.5 Aspectos legales

- ❖ Líneas de crédito del Banco Nacional de Fomento.
- ❖ Incentivo para MIPYMES

---

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores  
Año: 2016

## 1.5 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

**Tabla 3** *Matriz de relación diagnóstica*

| OBJETIVOS ESPECÍFICOS   | VARIABLES                          | INDICADORES   | TÉCNICA                  | FUENTE     | PÚBLICO META   |
|---|------------------------------------|---|--------------------------|------------|--|
| Determinar las características geográficas de la parroquia San José de Chaltura.  | Características geográficas        | División política<br>Ubicación<br>Límites<br>Clima<br>Superficie,<br>Conectividad vial,   | Investigación documental | Secundaria | Plan de Ordenamiento Territorial Chaltura  |
| Analizar los aspectos demográficos de la zona en cuestión.                        | Características demográficas       | Composición de la población,<br>Tasa de crecimiento poblacional,<br>PEA   | Investigación documental | Secundaria | Plan de Ordenamiento Territorial Chaltura  |
| Evaluar la situación socioeconómica de los habitantes del sector.                 | Situación socio-económica          | Número de hogares<br>Composición de personas<br>integrantes por familia.<br>Actividades económicas<br>Salud<br>Educación,<br>Acceso a servicios básicos | Investigación documental | Secundaria | Plan de Ordenamiento Territorial Chaltura  |
| Examinar el entorno productivo y la situación actual del mercado en la parroquia. | Situación actual del mercado local | Negocios alternativos, ubicación de farmacias más cercanas  | Observación              | Primaria   | Competencia indirecta local  |
| Determinar los aspectos políticos que influyan el proyecto.                       | Aspectos políticos                 | Líneas de crédito<br>Incentivo para MIPYMES<br>Organización política de la parroquia  | Investigación documental | Secundaria | Normativa de créditos para microempresas del BanEcuador<br>Página web Republic of Oportunities<br>Plan de ordenamiento territorial |

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** Los autores  
**Año:** 2016

## 1.6 ANÁLISIS DE LAS VARIACIONES DIAGNÓSTICAS

### 1.6.1 SITUACIÓN GEOGRÁFICA

#### a) División política

Según el PDOT Chaltura 2015-2030, en la actualidad la parroquia se encuentra conformada por ocho barrios y un sector los cuales se detallan en el siguiente cuadro con su respectiva superficie en hectáreas cuadradas.

**Tabla 4 División política de la parroquia**

| Barrio/ Sector               | Hectáreas cuadradas |
|------------------------------|---------------------|
| Barrio Central               | 123.75              |
| Barrio El Carmen             | 122.46              |
| Barrio El Incario            | 92.87               |
| Barrio El Rosario            | 229.05              |
| Barrio La Merced de Cobuendo | 226.00              |
| Barrio La Violeta            | 213.28              |
| Barrio Loma de Ramírez       | 34.38               |
| Barrio San Vicente           | 253.08              |
| Sector Santiago del Rey      | 394.25              |

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial Chaltura 2015-2030

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

#### b) Ubicación

Según el PDOT 2015 – 2030 parroquial de Chaltura, San José de Chaltura se encuentra en la zona norte del país y es una de las cuatro parroquias rurales que conforman el Cantón Antonio Ante de la provincia de Imbabura, la misma que se encuentra ubicada a 3.5 km de la capital cantonal Atuntaqui y a 12 km de la capital provincial Ibarra.

### **c) Límites**

En base al PDOT 2015 – 2030 parroquial de Chaltura, la parroquia limita al norte con el Cantón San Miguel de Urucuquí, cuyo accidente geográfico es limitado por el Río Ambi, al oeste limita con la cabecera Cantonal Atuntaqui, al sur se encuentra limitada con la parroquia rural de San Francisco de Natabuela y al este se encuentra limitada por la parroquia de San Antonio de Ibarra e Imbaya.

### **d) Clima**

Según la página web del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural San José de Chaltura, la parroquia tiene un clima cálido, templado y agradable que oscila entre los 16 y 18 grados centígrados, esto hace que la parroquia cuente con suelos fértiles y de gran atractivo para sus habitantes y turistas que visitan esta zona del Ecuador.

### **e) Superficie**

En base al PDOT 2015 – 2030 parroquial de Chaltura, se evidencia que la superficie de la parroquia de San José de Chaltura es de 13,96 kilómetros cuadrados y su figura se asemeja a la de un rectángulo.

### **f) Conectividad vial**

El PDOT 2015 – 2030 parroquial de Chaltura informa que esta parroquia cuenta actualmente con una buena infraestructura vial de primer orden, la cual conecta a Chaltura con otras parroquias, principalmente las vías de acceso desde la panamericana norte y la calzada que conecta con Atuntaqui se encuentran en perfecto estado lo que facilita el acceso a esta zona del Cantón Antonio Ante.

## 1.6.2 SITUACIÓN DEMOGRÁFICA

### a) Tasa de crecimiento poblacional.

La tasa de crecimiento poblacional en la parroquia ha variado en cada censo poblacional realizado por el estado, según el último censo realizado en el año 2010 la tasa de crecimiento poblacional es del 1.14%, según la fuente de información el PDOT Chaltura 2015- 2030 la misma que está por debajo de la cantonal que es del 2.09%.

### b) Composición de la población

Según el censo poblacional y vivienda realizado en 2010 la parroquia cuenta con 3147 personas en dicho año, de esta cifra la mayor parte está representada por las mujeres con un porcentaje del 52.24% y la diferencia representan los habitantes del género masculino con un 47.76 %, la población total de Chaltura, este número de personas representan el 14, 16% del cantón rural.

**Tabla 5 Composición de la parroquia según género**

| AÑOS | POBLACIÓN<br>PROYECCIÓN | TOTAL/ | HOMBRE | MUJER |
|------|-------------------------|--------|--------|-------|
| 2010 |                         | 3147   | 1503   | 1644  |
| 2011 |                         | 3186   | 1522   | 1664  |
| 2012 |                         | 3220   | 1538   | 1682  |
| 2013 |                         | 3257   | 1556   | 1701  |
| 2014 |                         | 3294   | 1573   | 1721  |
| 2015 |                         | 3332   | 1591   | 1741  |
| 2016 |                         | 3370   | 1610   | 1760  |

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial Chaltura 2015-2030

Elaborado por: Los Autores

Año: 2016

En el período comprendido entre el 2010 hasta el 2016 la población total de la parroquia se incrementará en 223 habitantes, con una tasa de crecimiento del 1,14%.

**Tabla 6 Composición poblacional actual por edad y sexo****GRUPOS DE EDAD EN LA PARROQUIA SEGÚN SU GÉNERO**

|                             | Hombre      | Mujer       | Total       | %             |
|-----------------------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| Niños de 0 a 11 años        | 361         | 395         | 756         | 22.69         |
| Adolescentes 12 a 17 años   | 201         | 220         | 421         | 12.62         |
| Jóvenes de 18 a 28 años     | 279         | 306         | 585         | 17.57         |
| Adultos de 29 a 64 años     | 584         | 639         | 1223        | 36.70         |
| Adultos mayores de 65 y más | 166         | 181         | 347         | 10.42         |
| <b>TOTAL</b>                | <b>1591</b> | <b>1741</b> | <b>3332</b> | <b>100.00</b> |

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial Chaltura 2015-2030

Elaborado por: Los Autores

Año: 2016

**b) Población Económicamente Activa**

Las personas que tienen disponibilidad y capacidad de realizar actividades económicas y productivas representa el 77.31% de la población total, mientras tanto la Población Económicamente Activa (PEA) de la parroquia representa el 42,29%. De la población total.

**Tabla 7 Proyección de la parroquia económicamente activa**

| <b>AÑO</b> | <b>POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA</b> |
|------------|--|
| 2010       | 1331                                   |
| 2011       | 1346                                   |
| 2012       | 1353                                   |
| 2013       | 1377                                   |
| 2014       | 1393                                   |
| 2015       | 1409                                   |
| 2016       | 1425                                   |

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial Chaltura 2015-2030

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

### **1.6.3 SITUACIÓN SOCIO-ECONÓMICA**

#### **a) Número de Hogares**

De acuerdo con el censo poblacional y vivienda de 2010 existen en la parroquia 830 hogares donde se identifican un aproximado de 1352 hijos/as con relación al jefe del hogar, dando un promedio de dos hijos/as por hogar.

#### **b) Composición de personas integrantes por familia**

En la parroquia el promedio de personas por hogar es de 4 muy similar a la cantonal, provincial y nacional.

#### **c) Actividades económicas**

Los habitantes de la parroquia se dedican a varias actividades económicas para su sustento diario, entre las seis principales podemos destacar a la agricultura, la ganadería, las industrias manufactureras, el comercio al por mayor y menor, la construcción y la enseñanza, lo que convierte a sus pobladores en gente trabajadora y emprendedora.

#### **b) Salud**

En la parroquia existe un subcentro de salud que brinda atención a sus habitantes en diferentes áreas ya que cuenta con un médico general, una obstetriz, un odontólogo, una enfermera y una auxiliar de enfermería.

La parroquia de Chaltura presenta el siguiente perfil epidemiológico mismo que indica cifras elevadas en las siguientes causas de morbilidad: Infección respiratoria Aguda (IRA), desnutrición neurológica, EDA, amigdalitis, por lo que los grupos de mayor vulnerabilidad son los infantes de 1 a 4 años y los niños de 5 a 14 años con desnutrición y las personas entre 20 a 49 años presentan problemas con amigdalitis aguda y parasitosis intestinal.

La población de Chaltura dedica únicamente 4 horas de promedio a la semana para realizar actividades deportivas tiempo muy inferior a la línea base que determina el PNBV que son de 9,28 horas semanales recomendadas para mantener un cuerpo saludable.

### **c) Educación**

En la parroquia se encuentran tres establecimientos educativos, uno es el jardín de infantes que cubre la educación inicial y primero de básica además cuenta con una escuela que tiene de segundo al décimo año de educación básica y de primero a tercero de bachillerato.

El nivel de instrucción académica de los pobladores está distribuido de la siguiente manera: habitantes con educación primaria el 42%, luego viene la educación secundaria con el 18.73%, seguidamente está la educación básica con el 12% y por último la educación superior que representa el 9%, cabe recalcar que en la mayoría de los niveles predomina la mujer.

### **d) Acceso a servicios básicos**

San José de Chaltura cuenta con una red entubada de agua (Agua Potable) que cubre el 82,36% de las viviendas de la parroquia lo que garantiza que la mayoría de la población tenga disponibilidad las 24h del día a este servicio de vital importancia.

El alcantarillado por red pública de acuerdo a los censos poblacionales, la parroquia según su crecimiento ha incrementado paulatinamente la necesidad de acceso a este servicio, por lo cual cuenta con una cobertura del 62.95% de las viviendas establecidas en la zona lo que genera malestar en la población que no tiene acceso a este servicio lo que a su vez conlleva a la generación y propagación de enfermedades derivadas al descuido higiénico en general.

Con respecto al servicio de energía eléctrica la cobertura total en relación al Cantón Antonio Ante es del 98% por lo cual la mayor parte de la población dispone de este servicio mismo que es controlado por EMELNORTE.

En cuanto a la recolección de desechos y residuos sólidos se puede apreciar un incremento considerable del servicio de recolección de basura alcanzando así al 86,20 % de cobertura a nivel parroquial muy superior al 1% de 1990, el organismo encargado de la realización de este servicio es el Municipio de Antonio Ante.

#### **1.6.4 SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO**

##### **a) Negocios alternativos**

En la parroquia existe una gran variedad de negocios tales como tiendas, mini mercados, un centro odontológico y el sub centro de salud, en cuanto a las tiendas de barrio y mini mercados estos venden medicinas de uso general lo que les convierte en competidores indirectos del proyecto a implementarse, sin embargo no expenden medicina bajo receta médica.

A continuación se muestra una tabla donde se identifica el número de estos locales que pueden incidir en el estudio de factibilidad del proyecto en la parroquia ya sea como competencia directa o indirecta.

**Tabla 8 Negocios alternativos**

| DESCRIPCIÓN         | VARIABLE | FRECUENCIA |
|---------------------|----------|------------|
| TIENDAS             | 13       | 81.25 %    |
| MINI MERCADOS       | 1        | 6,25 %     |
| CENTRO ODONTÓLOGO   | 1        | 6,25 %     |
| SUB CENTRO DE SALUD | 1        | 6,25 %     |
| TOTAL               | 16       | 100.00 %   |

Fuente: Observación propia  
 Elaborado por: Los autores  
 Año: 2016

De acuerdo con la tabla antes presentada se puede identificar a 16 establecimientos que pueden suministrar medicinas y a su vez trece de estos locales pueden vender medicamentos para la salud también conocidos como los over the counter (OTC) por sus siglas en inglés a los pobladores, de las cuales cinco tiendas se ubican en la calle Velazco Ibarra en el barrio el Incario, tres tiendas y un mini-mercado en la calle Obispo Mosquera en el barrio central, mismas que se encuentran ubicadas en proximidad de donde estará ubicada la farmacia lo que generará competencia en la venta de medicamentos de libre.

### **Productos para la salud (OTC)**

A nivel cantonal se puede apreciar diferentes establecimientos no farmacéuticos que ponen a disposición del público en general una extensa gama de medicamentos considerados productos para la salud (OTC) que pueden ser vendidos en tiendas u otros locales relacionados, entre los más destacadas de detallan los siguientes:

#### ***Tabla 9 Productos over the counter***

---

##### **PRODUCTOS PARA LA SALUD (OTC)**

---

Protectores solares

Antiácidos

Analgésicos

Productos Cosméticos

Complementos vitamínicos

---

**Fuente:** [www.snofi.com.ec](http://www.snofi.com.ec)

**Elaborado por:** Los autores

**Año:** 2016

En la tabla anteriormente presentada se puede apreciar los productos para la salud (OTC) mayormente vendidos en la tiendas del país en general, medicamentos que no necesitan de receta médica para ser vendidos al público y que son de fácil acceso.

## **b) Ubicación de farmacias más cercanas**

La farmacia más cercana a la población se encuentra ubicada a 3.5 kilómetros de distancia en la cabecera Cantonal Atuntaqui lo que genera inconvenientes al momento de adquirir un medicamento ya que para trasladarse implica 15 minutos en los vehículos de transporte público además que estos tienen una frecuencia de traslado de 30 minutos por la parroquia con un costo de pasaje de 25 centavos lo que genera gastos adicionales en dinero y pérdida de tiempo.

Por el contrario para trasladarse a la ciudad de Ibarra implica un tiempo de 30 minutos en los vehículos de orden público los cuales tienen una frecuencia de traslado de 30 minutos por la parroquia, con un costo de pasaje de 35 centavos y de 20 minutos en vehículos particulares por lo que es aún más complicado dirigirse a esta ciudad.

Cabe recalcar que un 20 % de la población cuenta con vehículos particulares lo que agilizaría el traslado más no en lo económico ya que esto genera un gasto adicional en combustible.

## **1.6.4 ASPECTO POLÍTICO**

### **a) Líneas de crédito**

La ley orgánica del BanEcuador establece como objetivo fundamental del Banco, estimular y acelerar el desarrollo socio-económico del país, mediante una amplia y adecuada actividad crediticia, ya que el establecimiento de líneas preferenciales de microcréditos constituye un aspecto positivo debido a que aporta con el desarrollo y crecimiento del micro empresario y por ende de la economía nacional.

## **b) Incentivos a MIPYMES**

En la página web Republic of Opportunities ECUADOR informa diferentes incentivos para las MIPYMES tales como el derecho de 5 años a la reducción del 100% de varios gastos como capacitación técnica, desarrollo e innovación tecnológica, desarrollo de software especializado. Esta oportunidad resultaría beneficiosa ya que el personal encargado del manejo de la farmacia sería capacitado constantemente.

## **c) Organización política de la parroquia de San José de Chaltura.**

Según información del PDOT 2015-2030 elaborado en los talleres participativos del GAD, en la parroquia existen 39 actores organizacionales de los cuales 12 son territoriales y 27 funcionales

A demás cuenta con diversas características de organización que son activas en el proceso de planificación, las cuales influyen en la vida de la parroquia demostrando el interés para el desarrollo de la misma, los clubes de deporte poseen poca influencia, pero tienen mucho interés en la planificación, todos estos actores integran el consejo parroquial de planificación, representado por el presidente del GAD parroquial el Sr. Marco Vega y los cuatro vocales conjuntamente con los presidentes barriales, clubes, entre otros.

## 1.6.5 MATRIZ AOOD (ALIADOS, OPORTUNIDADES, Oponentes y Riesgos)

**Tabla 10 Matriz AOOD**

| <b>ALIADOS</b>   | <b>Oponentes</b>  |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Personal disponible y capacitado con conocimientos en el área farmacéutica para una adecuada atención al cliente.</li> <li>✓ Médicos del Subcentro de salud pública y odontológico de la parroquia.</li> <li>✓ Pertener a la red de visitas de las empresas farmacéuticas que suministran los medicamentos de forma oportuna.</li> <li>✓ Control aduanero en las fronteras del país</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mini mercados y tiendas que venden medicamentos que no necesitan receta médica para ser comercializados.</li> <li>✓ Fuerte competencia a nivel Cantonal y provincial.</li> <li>✓ Ausencia de médicos particulares que brinden servicio de atención médica.</li> </ul>                    |
| <b>Oportunidades</b>   | <b>Riesgos</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ausencia de una farmacia en la parroquia que pueda suministrar medicamentos bajo receta médica.</li> <li>✓ Existencia de demanda insatisfecha de los habitantes en la parroquia los cuales se movilizan a los poblados aledaños en busca de medicamentos.</li> <li>✓ Turistas en grandes cantidades que visitan la parroquia debido a la comida típica y atractivos que ofrece la parroquia.</li> <li>✓ Fácil acceso a la parroquia que facilita la provisión de medicamentos.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cambio en las políticas de la seguridad social</li> <li>✓ Creación de nuevos locales que vendan medicamentos en la parroquia.</li> <li>✓ Crisis económica del país</li> <li>✓ Contrabando de medicamentos y artículos relacionados.</li> <li>✓ Desastres naturales fortuitos.</li> </ul> |

Fuente: Investigación propia  
 Elaborado por: Los autores  
 Año: 2016

## **1.7.1 CRUCES ESTRATÉGICOS**

### **A-O (ALIADOS-OPORTUNIDADES)**

Contar con una farmacia en la parroquia la misma que será atendida por personal capacitado, por lo cual los pobladores no necesitarán viajar a los sectores aledaños en busca de medicamentos.

Variedad y calidad de productos en mostradores suministrados por parte de la red de visitas médicas de farmacias a la cual nos anexaremos.

### **A-R (ALIADOS-RIESGOS)**

Abastecimiento continuo por parte de la red distribidora de productos farmacéuticos para garantizar el variado Stock de medicamentos en cantidad y calidad.

Control permanente en las fronteras para evitar el contrabando de medicamentos que ocasione variación de precios.

### **O-O (OPONENTE - OPORTUNIDADES)**

La inexistencia de una farmacia en la parroquia hace que los pobladores salgan a los sectores aledaños en busca de medicinas, lo que hace indispensable la puesta en marcha de este establecimiento.

### **O-R (OPONENTE-RIESGO)**

Al ser una farmacia nueva en el mercado local hará que nos concentremos en buscar estrategias de posicionamiento tales como ofertas y promociones para que los pobladores prefieran comprar en la farmacia local y no acudir a las farmacias de las ciudades aledañas.

### **1.7.2 IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN**

Como resultado del diagnóstico situacional realizado en la presente investigación se determinó la oportunidad existente para la creación de una farmacia en la parroquia de San José de Chaltura, ya que en ésta zona no existe un establecimiento que expendiera medicamentos a la población, por lo que los habitantes enfrentan serias dificultades cuando necesitan adquirir medicinas bajo receta médica o por malestares leves de salud, de manera inmediata, oportuna y cómoda, en ésta fase se determinó que el número de la población existente en la localidad, exige la apertura de una farmacia que cubra esta necesidad y facilite el acceso de medicamentos a la población en general, por consiguiente se concluye que, en la Parroquia de San José de Chaltura existen las condiciones necesarias y favorables para la puesta en marcha del proyecto; “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA EN LA PARROQUIA DE SAN JOSÉ DE CHALTURA, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”

### **1.8 ANÁLISIS DEL ESTUDIO SITUACIONAL**

Para la realización del diagnóstico situacional de la parroquia Chaltura se procedió a la revisión de documentos estratégicos proporcionados por el GADPR, tal cual es, el Plan de Ordenamiento Territorial elaborado por dicha entidad, y página web de esta institución, en donde consta información base como: el número de habitantes, extensión territorial, límites, servicios básicos y demás aspectos relevantes, necesarios para el conocimiento general de esta parroquia.

Una vez realizado el diagnóstico situacional, se logró determinar que el número de personas habilita la puesta en marcha de una farmacia, puesto que el reglamento para la creación de farmacias exige un número mínimo de 2.500 personas por circuito.

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

En el presente capítulo se recoge y analiza la información bibliográfica necesaria y relevante para el desarrollo de la investigación, en el cual se respeta la autoría de las diferentes transcripciones textuales realizadas donde además se incluye la fuente de lo recopilado y se hace un aporte con un análisis en cada una de ellas.

#### **2.1 OBJETIVO DEL MARCO TEÓRICO**

Construir un marco teórico mediante la recopilación de información bibliográfica, linkográfica y enciclopédica que permita sustentar la investigación.

#### **2.2 METODOLOGÍA**

Para la investigación del proyecto a realizarse se utilizará la investigación descriptiva ya que describe de modo sistemático una población, situación o área de interés, donde se recogen y evalúan los datos sobre la base de una hipótesis o teoría para exponer de manera ordenada y cuidadosa para después analizar minuciosamente los resultados con el propósito de extraer generalizaciones de importancia significativa que contribuyan al conocimiento en general.

#### **2.3 ASPECTOS GENERALES**

##### **2.3.1 EMPRESA**

*“La empresa como un conjunto de factores de producción que se ordenan con el objetivo de realizar una determinada actividad productiva o de prestación de servicios y con el fin de generar beneficios”* (Morueco, 2014, pág. 1)

Efectivamente una empresa es una unidad económica conformada por diversos elementos, humanos, materiales, técnicos entre otros que cumplen con el objetivo de satisfacer las necesidades del público, y no necesariamente buscan lucrar de la actividad que realizan.

### Ilustración 1 Clasificación de las empresas

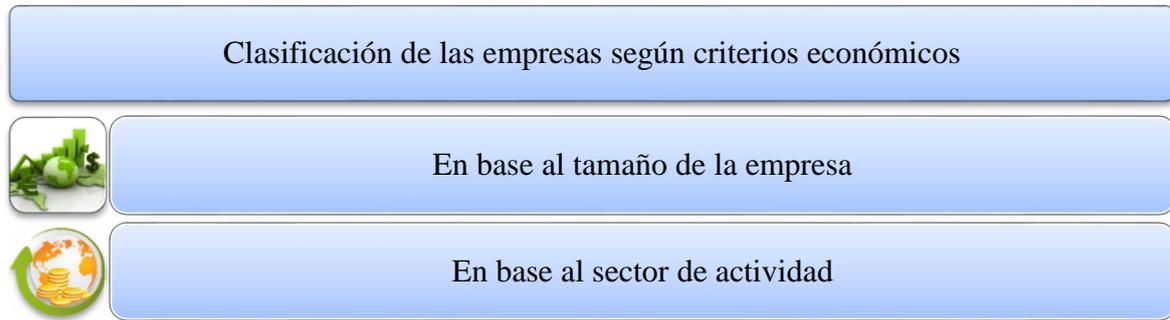
|  |   |
|--|---|
| <b>CLASIFICACIÓN<br/>DE LAS EMPRESAS</b> | <b>SEGÚN CRITERIOS ECONÓMICOS</b><br>Representan una mayor importancia a la hora de clasificar las empresas por los homogéneos y generalizadores.     |
|  | <b>SEGÚN CRITERIOS JURÍDICOS</b><br>Se debe clasificar en propiedad del capital así también en empresas privadas y públicas.                          |
|  | <b>SEGÚN LA FORMA JURÍDICA</b><br>La actividad de una empresa está sometida al respeto de determinadas normas que el ordenamiento jurídico establece. |

Fuente: (HERNANDEZ, 2014, pág. 39)  
Elaborado por: Los Autores  
Año: 2016

#### 2.3.2 SEGÚN CRITERIOS ECONÓMICOS

“Los criterios económicos son los que representan una mayor importancia a la hora de clasificar las empresas por los homogéneos y generalizadores que son” (HERNANDEZ, 2014, pág. 39)

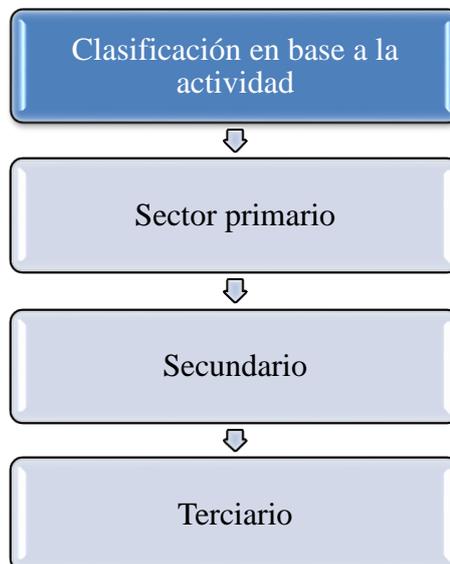
## Ilustración 2 Clasificación según criterios económicos



*Fuente:* (HERNANDEZ, 2014, pág. 41)  
*Elaborado por:* Los autores  
*Año:* 2016

*La clasificación de las empresas que se basa en la naturaleza de la actividad económica que estas desarrollen distingue, en un primer nivel, tres sectores que, a modo de árbol, van subdividiéndose en sectores y campos de actividad (HERNANDEZ, 2014, pág. 40)*

## Ilustración 3 Clasificación en base a la actividad



*Fuente:* (HERNANDEZ, 2014, pág. 41)  
*Elaborado por:* Los autores  
*Año:* 2016

En base al ámbito competitivo geográfico

“El territorio en que una empresa opera delimita el marco de referencia para estudiar las posibles relaciones recíprocas entre la propia empresa y el entorno político, social, laboral o económico” (HERNANDEZ, 2014, pág. 41)

#### Ilustración 4 Clasificación según ámbito competitivo geográfico



*Fuente:* (HERNANDEZ, 2014, pág. 41)  
*Elaborado por:* Los autores  
*Año:* 2016

#### 2.3.3 SEGÚN CRITERIOS JURÍDICOS

Las empresas se clasifican por sus criterios jurídicos de acuerdo a lo siguiente:

#### Ilustración 5 Clasificación según criterios jurídicos



*Fuente:* (HERNANDEZ, 2014, pág. 41)  
*Elaborado por:* Los autores  
*Año:* 2016

### 2.3.4 SEGÚN LA FORMA JURÍDICA

“La actividad de una empresa está sometida al respeto de determinadas normas que el ordenamiento jurídico establece en material laboral” (HERNANDEZ, 2014, pág. 43)

#### Ilustración 6 Clasificación según su forma jurídica



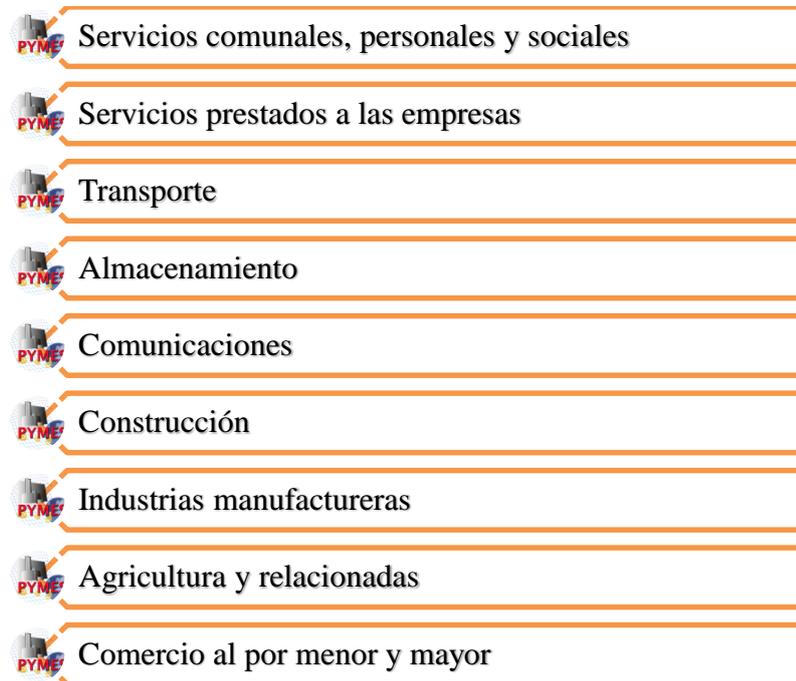
*Fuente:* (HERNANDEZ, 2014, pág. 41)

*Elaborado por:* Los autores

*Año:* 2016

### 2.3.5 EMPRESAS PYMES

#### Ilustración 7 Clasificación empresas PYMES



*Fuente: (HERNANDEZ, 2014, pág. 41)*

*Elaborado por: Los autores*

*Año: 2016*

En el país se conoce como PYMES al conjunto de medianas y pequeñas empresas que según su margen de ventas, número de empleados, capital social, nivel de producción y activos presentan características particulares de esta clase de entidades económicas. Por lo general en el Ecuador las medianas y pequeñas empresas que se han constituido se dedican a diferentes clases de actividades económicas entre las más destacadas están las siguientes:

### 2.3.6 IMPORTANCIA

En el Ecuador las PYMES se hallan particularmente en la prestación de servicios o la producción de bienes, siendo así una importante base para el desarrollo económico social del país, ya que producen, demandan y adquieren productos añadiendo un valor agregado, por consiguiente se consideran un factor indispensable en la generación de trabajo y riqueza.

### **2.3.7 RAZÓN SOCIAL**

*“El nombre o razón de la empresa es su carta de presentación, es el reflejo de su imagen, su sello distintivo”* (PALACIOS, 2012, pág. 6)

Es el nombre que identifica a la empresa, con la cual se constituye y aparece como tal en la escritura pública de constitución y demás documentos legales que la conforman

### **2.3.8 MISIÓN**

*“La misión de una empresa se fundamenta básicamente en el propósito para el cual fue creada, teniendo en cuenta el tipo de actividad que realizará durante su período de operación”* (GALINDO, 2011, pág. 16)

La misión de una empresa es la razón de ser de esta, es decir explica las actividades primordiales a las que se dedica y cuál es su objetivo de existir.

### **2.3.9 VISIÓN**

*“Es el conjunto de ideas generales que permiten definir claramente, a donde quiere llegar la organización en un futuro, mediante proyecciones descriptivas y cuantitativas”* (GALINDO, 2011, pág. 16)

La visión de la empresa expresa el horizonte de a dónde se dirige y lo que quiere lograr en el futuro y en qué tiempo lo quiere conseguir de acuerdo a sus objetivos y metas.

### **2.3.10 FARMACIA**

*“Disciplina científica del área biosanitaria que estudia todo lo relacionado con las sustancias medicamentosas y su aplicación terapéutica”* (GARCÍA, 2012, pág. 691)

Se puede identificar como farmacia a un establecimiento en el cual se vende productos con respecto a la salud en especial los medicamentos fármacos, la farmacia es uno

de los tipos de negocios más importantes que debe contar en cada barrio cumpliendo las normativas que este en su obligación.

### **2.3.11 FUNCIÓN DE LA FARMACIA**

La oficina de farmacia, es un establecimiento privado de interés público, el farmacéutico lleva acabo la atención farmacéutica al paciente que implica el seguimiento farmacoterapeutico que implica primero, el acto en sí de la dispensación, el control e indicación de las tomas, el control de las posibles interacciones farmacológicas y la correcta conservación de medicamentos en dosis adaptables a niños o a patologías concretas, estas preparaciones son conocidas como fórmulas magistrales y oficinales, cumpliendo una función social cuando no dispone de estos medicamentos en forma industrializada. (CONTRIBUCIONES), 2016)

### **2.3.12 OBLIGACIONES DEL FARMACÉUTICO RESPECTO A LA RECETA**

“Los farmacéuticas no dispensaran ningún medicamento cuando surjan dudas sobre la validez de la receta médica, salvo que puedan comprobar que corresponde a una prescripción legítima”. (HERRERO G. G., 2011, pág. 502)

Al realizar la venta de los medicamentos en la farmacia es necesario realizar esta mediante una receta médica que sea proporcionada por un profesional para garantizar la adecuada administración y también es una garantía para el propietario de la farmacia.

### **2.3.13 QUÍMICAS FARMACÉUTICAS**

Es una ciencia especializada en química la cual estudia el efecto de varias sustancias químicas y moléculas sobre el organismo con fines terapéuticos. Estas sustancias se pueden catalogar como naturales o modificadas en los laboratorios.

También la química farmacéutica se basa en el estudio permanente para desarrollar nuevos medicamentos y son analizados antes de exponer en el mercado.

### 2.3.14 CALIDAD DE LAS FORMAS FARMACÉUTICAS

*“La calidad de un producto es un requisito indispensable para su comercialización que adquiere especial relevancia en los casos de los productos farmacéuticos al exigir un grave riesgo para la salud si presenta deficiencia” (HERRERO G. G., 2011, pág. 120)*

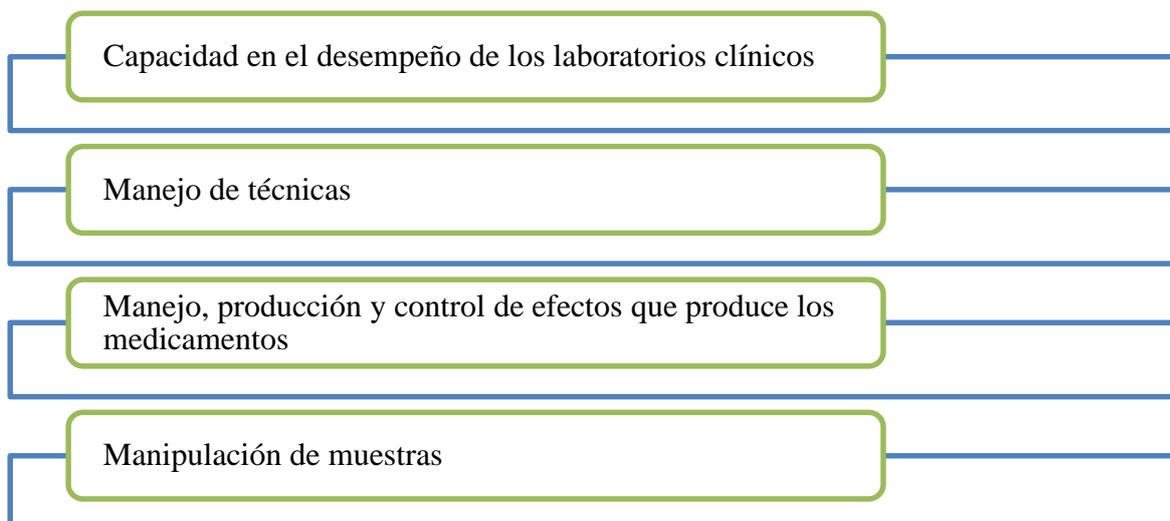
La calidad de los fármacos es un factor importante al ser administrado a un paciente obteniendo resultados inmediatos atacando los malestares o enfermedades que se presenten presente en los seres humanos.

### 2.3.15 FARMACÉUTICO

*“Se usa con frecuencia en un sentido más restringido, referido tan solo al licenciado en farmacia que ejerce su profesión como propietario o titular de una farmacia” (HERRERO G. G., 2011, pág. 696)*

Un fármaco/a es la persona encargada de un establecimiento de farmacia de interés público y se encarga con la dispensación, el control e indicaciones de los medicamentos y la correcta administración de los mismos.

#### Ilustración 8 Perfil profesional de un farmacéutico



Fuente: (HERRERO G. G., 2011, pág. 696)

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

### **2.3.16 VENDEDORES**

*“Un vendedor necesita formarse principalmente en términos instrumentales y no científico, de ahí que los objetivos de dicha formación han de ser concebidos en términos instrumentales o de desarrollo de conocimientos, habilidades y actitudes (Rivera Camino & Molero Ayala, 2012, pág. 151)”*

## **2.4 ASPECTOS DE SALUD**

### **2.4.1 SALUD**

“Estado de bienestar físico, psíquico y social que permite el desarrollo del propio proyecto vital concebido de forma realista. No debe considerarse tan solo como la ausencia de enfermedades”. (GARCÍA, 2012, pág. 1457)

Se considera a la salud como un estado de completo bienestar físico, mental y social, así también la ausencia de enfermedades, esto permite llevar una vida con armonía en las familias, considerando a la salud como un recurso esencial en la vida diaria.

Tener salud, es estar en condiciones favorables para poder superar varios obstáculos y la ausencia de enfermedades en el organismo es beneficioso en la vida del ser humano, cuando una persona está enferma solo encuentra problemas y se puede llegar a perder vidas. Por ello consideramos a la salud como una prioridad para ser prevenida y atendida lo más pronto posible.

### **2.4.2 IMPORTANCIA DE LA SALUD**

Para poder tener una vida larga y cualitativa es importante la salud física y mental de esta manera facilitar un logro de mayor bienestar individual y colectivo, al obtener un buen estándar de funcionamiento de sus organismos un ser humano puede desarrollar sus actividades de manera eficiente, ya que la salud en muchas ocasiones podemos recuperálas así también como no se les puede obtener. Junto a ello es importante también obtener una buena alimentación, realizar ejercicios y evitar el consumo de productos o sustancia tóxicos.

### **2.4.3 SERVICIO DE SALUD**

El servicio de salud son aquellas prestaciones de servicios públicos y privados que brindan asistencia sanitaria con el diagnóstico, tratamiento y prevención de enfermedades a los pacientes y estos servicios constituyen un sistema de atención de la salud en las personas.

### **2.4.4 FÁRMACO**

*“Sustancia química de origen natural o sintético que, al interactuar con un organismo vivo, produce una respuesta, sea esta beneficiosa o tóxica”.* (GARCÍA, 2012, pág. 691)

Los fármacos se les conocen aquellas sustancias químicas purificadas que son utilizadas para la prevención, cura y tratamiento de muchas enfermedades, siempre en cuando sea administrada de manera responsable en el uso y consumo de los productos al momento de ser comercializado en el mercado.

### **2.4.5 USO DE FÁRMACOS**

*“El uso de los fármacos en el ser humano tiene como objetivo primordial alcanzar la máxima eficacia con el menor riesgo posible.”* (HERRERO G. G., 2011, pág. 81)

Es importante conocer el uso adecuado de los fármacos, por tal razón se exige al médico prescriptor un conocimiento profundo de los fármacos que brinden servicios médicos, así como evaluar sobre el tratamiento y condiciones del paciente.

### **2.4.6 EFECTO DE LOS FÁRMACOS**

*El efecto de fármaco es la consecuencia observable y visible de la acción debido a la modificación de una función del organismo. En general, el efecto de los fármacos se conoce antes que el mecanismo de acción; de hecho, recientemente se ha caracterizado el mecanismo de acción de la mayoría de los fármacos utilizados antes de la década de 1960*(ALFONSO, 2013, pág. 100)

Al consumir los fármacos siempre va existir efectos positivos o negativos en las personas, por ello es importante la administración adecuado de los fármacos cuando se realice la adquisición de las mismas. Tomando en cuenta que el objetivo es obtener un efecto positivo para recuperar la salud en los pacientes.

#### **2.4.7 MEDICAMENTO**

*Sustancia o combinación de sustancias con propiedades para el tratamiento o prevención de enfermedades en seres humanos o en animales, o que puede administrarse con el fin de restaurar, corregir o modificar las funciones fisiológicas, ejerciendo una acción farmacológica, inmunológica o metabólica, o de establecer un diagnóstico (GARCÍA, 2012, pág. 1041)*

Los medicamentos son aquellas composiciones químicas que tienen propiedades curativas o preventivas creada por el ser humano para expendio y uso adecuado de la persona y los animales. Este concepto nos permite conocer la definición científica dentro de la investigación acerca de los medicamentos que se vaya a comercializar en la farmacia.

#### **Ilustración 9 Medicamentos**

| Medicamentos  |  |
|---|--|
| Con receta.- Medicamentos recetados por parte de un profesional | Sin receta.- Sin obligación de una receta médica |

Fuente: (GARCÍA, 2012, pág. 1041)  
Elaborado por: Los autores  
Año: 2016

#### **2.4.8 CON RECETA**

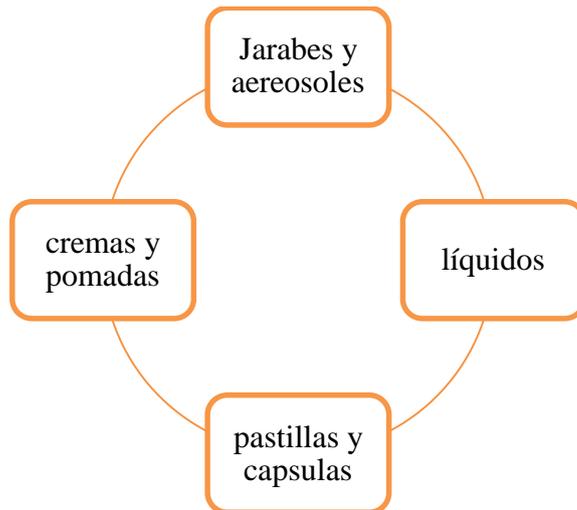
La mayoría de los medicamentos necesitan obtener la receta médica extendida por un profesional y el farmacéutico está limitado a dispensar fármacos.

### 2.4.9 SIN RECETA

Existen medicamentos denominados publicitarios que no está obligado a obtener receta médica, por lo tanto las personas puede acceder a su adquisición

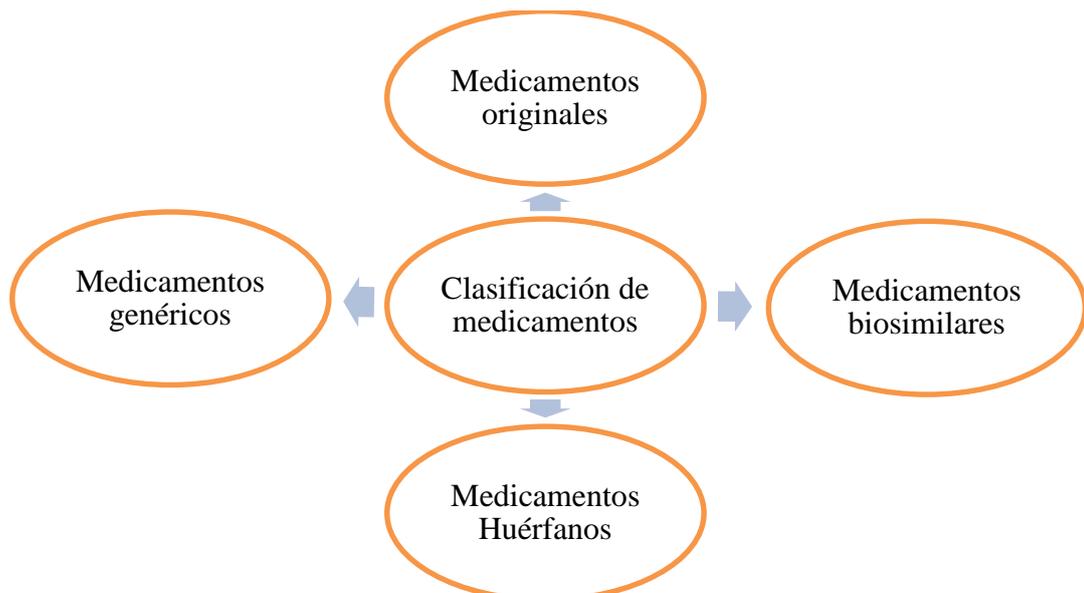
### 2.4.10 TIPOS DE MEDICAMENTOS

**Ilustración 10 Tipos de medicamentos**



Fuente: (GARCÍA, 2012, pág. 1041)  
Elaborado por: Los Autores  
Año: 2016

**Ilustración 11 Clasificación de medicamentos**



Fuente: (HERRERO G. G., 2011, pág. 544)  
Elaborado por: Los Autores  
Año: 2016

#### **2.4.10.1 MEDICAMENTOS ORIGINALES**

Son medicamentos que han sido investigados o descubiertos y son vendidos por el mismo laboratorio

#### **2.4.10.2 MEDICAMENTOS BIOSIMILARES**

*“Un medicamentos biosimilar es un fármaco de origen biotecnológico producido de acuerdo a exigencias específicas de calidad, eficacia y seguridad establecidas”.* (HERRERO G. G., 2011, pág. 544)

Son medicamentos al igual que los originales a diferencia que son vendidos por otras empresas previa autorización del investigador.

#### **2.4.10.3 MEDICAMENTOS HUÉRFANOS**

*“Un medicamento huérfano es aquel destinado a la prevención, diagnóstico o tratamientos de enfermedades raras o de enfermedades graves más comunes, pero que difícilmente sería comercializado por falta de perspectiva de venta una vez en el mercado”.* (HERRERO G. G., 2011, pág. 521)

Actualmente existes muchas enfermedades denominadas raras por lo que es necesario realizar la venta para los pacientes que necesitan y poder combatir ante las enfermedades que no son comunes y son difíciles de encontrarlos.

#### **2.4.10.4 MEDICAMENTOS GENÉRICOS**

*Medicamentos que tiene idéntica composición cualitativa y cuantitativa (principios activos) forma farmacéutica, biodisponibilidad, bioequivalencia e indicaciones que otro de marca designado con un nombre comercial. Puede reconocer porque en el envase no figura un nombre comercial, sino el nombre del principio activo seguido del nombre del laboratorio fabricante.* (HERRERO G. G., 2011, pág. 1046)

Son medicamentos que contiene la misma sustancia que los medicamentos de marca con las mismas presentaciones y concentraciones pero no tiene marca, son elaborados por laboratorios que se dedican a investigar y desarrollar nuevos medicamentos y en el mercado son más económicas.

- Ventajas

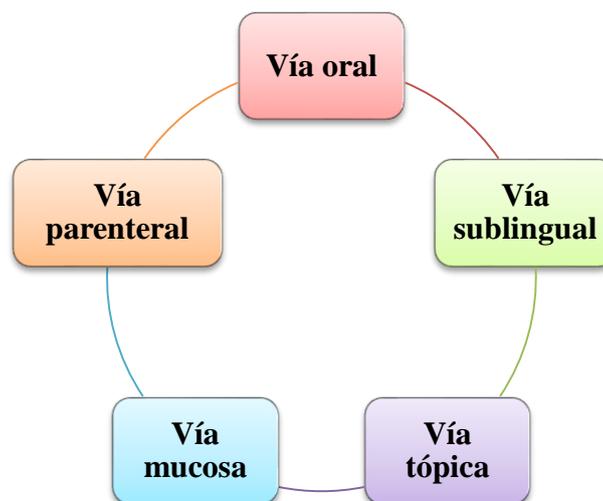
La principal ventaja de los medicamentos genéricos es el precio, estos pueden estar costando hasta un 70% menos que la de marca. Por esta razón en los países que están bien controlados y se asegura la calidad de los mismos las instituciones de salud son de mayor elección para la optimización de recursos económicos.

- Desventajas

En los países que no tengan controles ni legislación adecuada no es posible garantizar que tan efectivo es el medicamento.

#### 10.4.11 VÍAS DE ADMINISTRACIÓN

**Ilustración 12 Vías de administración**



Fuente: (ALFONSO, 2013, pág. 29)  
Elaborado por: Los Autores  
Año: 2016

#### **10.4.11.1 VÍA ORAL**

*La vía oral es la más fisiológica para la administración de medicamentos, y es la más utilizada, debido a su seguridad y bajo coste, y a la independencia que supone para el paciente. Y es la vía de elección en los tratamientos crónicos.* (ALFONSO, 2013, pág. 29)

El medicamento es administrado por la boca, ya que es más sencilla de tomar la medicación y pueden ser las pastillas, capsulas, grajeas, jarabes, soluciones, granuladas y suspensiones. En el proyecto nos ayudara esta información a identificar el uso adecuado de los fármacos.

#### **10.4.11.2 VÍA SUBLINGUAL**

*“Las formas farmacéuticas que se administran por esta vía suelen ser comprimidos sublinguales (p. ej., nitroglicerina) aunque también se puede utilizar algunas de las formas farmacéuticas descritas para la administración por vía oral”.* (ALFONSO, 2013, pág. 30)

El comprimido se coloca debajo de la lengua y se deja disolver de esta manera se evita la acción de los jugos digestivos y la inactivación hepática. Es también una forma de administrar más fácil al igual que la vía oral.

#### **10.4.11.3 VÍA TÓPICA**

*Se habla de vía tópica cuando se administra un medicamento en una zona concreta de la piel para que ejerza principalmente efectos locales, aunque en algunos casos se busquen también efectos sistémicos. Es una vía adecuada para el tratamiento de las infecciones, alergias o patologías circunscritas en una zona de fácil acceso* (ALFONSO, 2013, pág. 32)

El medicamento es aplicado directamente en la zona a tratar como es la piel los más comunes son en polvo, cremas, soluciones, lociones, gel y pomadas o pastas. Estos se puede aplicar vía dérmica, vía acular.

#### **10.4.11.4 VÍA MUCOSA**

*“La absorción de los fármacos es mayor a través de las mucosas que a través de la piel, ya que las primeras son más permeables”* (ALFONSO, 2013, pág. 33)

Se aplica sobre la mucosa bronquial y su efecto principal son en las vías respiratorio o conocido también la vía nasal, vía inhalatoria, vía vaginal, vía vesical y los medicamentos para esta administración son Aerosoles, Nebulizadores, Inhaladores de polvo entre otros.

#### **10.4.11.5 VÍA PARENTERAL**

*El fármaco se administra directamente por inyecciones en un comportamiento o cavidad, evitando el efecto protector de la piel y las mucosas. La administración de fármacos por vía parenteral incrementa los costes (se precisan jeringuillas y esterilización de los inyectables)* (ALFONSO, 2013, pág. 25)

Es administrado mediante una inyección intravenosa, intramuscular y subcutánea, esta vía se lo utiliza cuando se trata de manera urgente y su efecto es inmediata en todos los tratamientos con los pacientes en todas las casas de salud o farmacias que tengan esta autorización de realizado por un profesional.

### **2.5 ASPECTOS TÉCNICOS**

El estudio técnico es indispensable para la investigación ya que aporta información veraz acerca del tamaño ideal de las instalaciones, equipo y la localización idónea entre otros factores de influencia para el proyecto.

#### **2.5.1 ESTUDIO TÉCNICO**

*El estudio técnico aporta información muy valiosa, cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que deberá contener una nueva unidad en operación, esto es: la tecnología, magnitud de*

*los costos de inversión, los costos y gastos de producción, todo ello en función de un programa de producción. (ARAUJO, 2012, pág. 57)*

### **2.5.1.1 LOCALIZACIÓN**

*El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, la opción que, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuya a minimizar los costos de inversión y los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto (ARAUJO, 2012, pág. 65)*

La ubicación tiene por objetivo estudiar y analizar las posibles ubicaciones del proyecto para elegir la más conveniente ya que de esta depende en gran medida el éxito que pueda tener la empresa.

### **2.5.1.2 MACRO-LOCALIZACIÓN**

*“La selección del área, región o ciudad donde se ubica el proyecto se conoce como estudio de macro-localización” (ARAUJO, 2012, pág. 65)*

### **2.5.1.3 MICRO-LOCALIZACIÓN**

*“Una vez definida la zona de localización, se determina el terreno o predio conveniente para la ubicación definitiva del proyecto. Lo anterior deberá plantearse una vez que el estudio de ingeniería del proyecto se encuentre en una etapa de desarrollo avanzado” (ARAUJO, 2012, pág. 71)*

La macro-localización establece una región extensa en donde tendrá influencia la implementación del proyecto, ésta abarca a la micro-localización la cual es el punto exacto en donde se llevara a cabo la implementación del mismo este territorio en cuestión debe cumplir con ciertos requerimientos básicos para su correcto funcionamiento como lo son: Vías de acceso, medios de transporte y servicios básicos entre otros

#### **2.5.1.4 INVERSIÓN**

*“Esta etapa se caracteriza por la movilización de recursos humanos, financieros y físicos con el propósito de garantizar los medios idóneos para el cumplimiento posterior del objetivo social de la empresa”* (FLORES, 2015, pág. 12)

Es la recolección de recursos necesarios de diferente tipo para volver realidad el proyecto y que este puede funcionar con normalidad.

La palabra inversión se deriva de la palabra en latín “inversio” la misma que hace referencia tanto al ahorro como la ubicación de capital y aspectos relacionados al consumo. Una inversión es literalmente un monto de dinero el cual se pone a disposición de terceras personas, de acciones, o de una empresa con la finalidad de que este se aumente producto de la utilidad que genere el proyecto en el cual se colocó el dinero.

#### **2.5.1.5 INVERSIONES DEL PROYECTO**

*“Las inversiones del proyecto comprende la inversión inicial constituida por todos los activos fijos, tangibles e intangibles necesarios para operar y el capital de trabajo”* (CORDOBA, 2011, pág. 191)

La inversión representa la colocación de capital en una actividad económica ya existente o para iniciar un nuevo proyecto o iniciativa de negocios con el fin de hacer crecer ese monto de dinero previamente comprometido y obtener de él una utilidad en un determinado período de tiempo.

### **2.5.1.6 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

*“El período de recuperación de la inversión es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial”* (CORDOBA, 2011, pág. 234)

En todo proyecto realizado es necesaria la recuperación de la inversión en un plazo promedio de 5 años, es por ello que se debe realizar los flujos netos de efectivo que nos darán una idea de cómo va a estar el proyecto en ese tiempo lo que ayuda a decidir si se continúa con el proyecto o se suspende.

### **2.5.1.7 TAMAÑO DEL PROYECTO**

*“El tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el período de funcionamiento”* (CORDOBA, 2011, pág. 107)

El tamaño del proyecto representa la capacidad instalada con la que contará la empresa para realizar sus operaciones de acuerdo a la demanda insatisfecha analizada.

### **2.5.1.8 INFRAESTRUCTURA DEL PROYECTO**

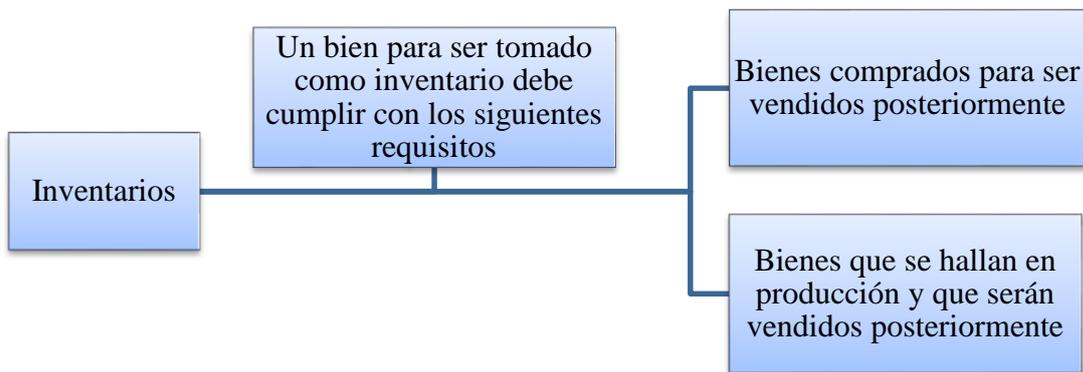
*“Este procedimiento se centra en la obtención de la infraestructura necesaria para el proyecto, en términos de oficinas, hardware, software y cualquier otro elemento apropiado para el proyecto”* (DIAZ & NAVARRO, 2012, pág. 95)

Es el equipamiento necesario para el buen funcionamiento del proyecto con lo que generara su trabajo en sus actividades a realizarse.

### **2.5.1.9 INVENTARIOS**

*Los inventarios representan bienes corporales destinados a la venta en el curso normal de los negocios, así como aquellos que se hallen en proceso de producción o que se utilizarán o consumirán en la producción de otros que van a ser vendidos* (FIERRO, 2015, pág. 227)

### Ilustración 13 Inventarios



Fuente: (FIERRO, 2015, pág. 227)

Elaborado por: Los autores

Año: 2016

Los inventarios están constituidos por los bienes tangibles los cuales están destinados para la venta mismos que dependen del giro del negocio, de la misma manera representan aquellos que están en proceso de producción ya sean o no fabricados por la empresa en cuestión.

#### 2.5.1.10 CONTROL INTERNO DE INVENTARIOS

Éste control de inventarios se los realiza cuando se recibe los productos en la empresa para su posterior almacenado en las bodegas u otro centro de almacenaje.

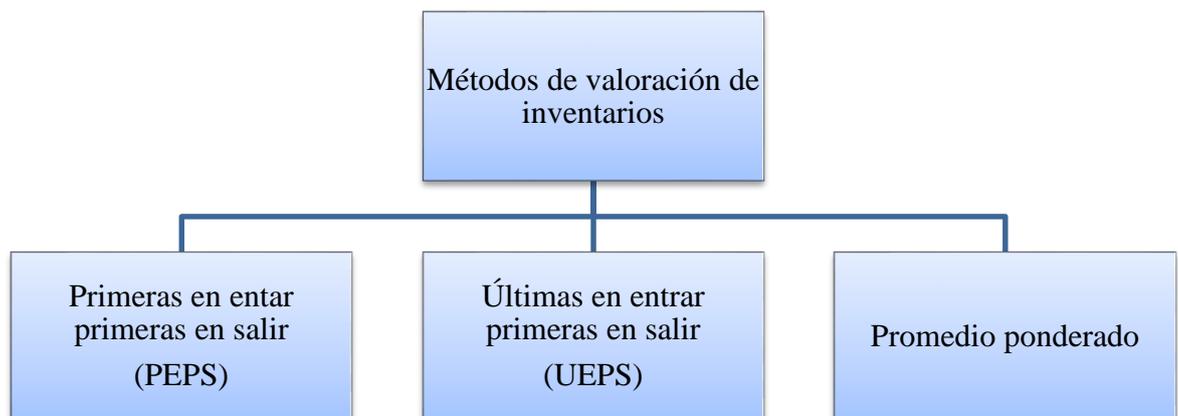
Para un correcto control de inventarios se debe analizar la orden de compra de acuerdo a la factura emitida, donde se verifica los precios, cantidades y características de los artículos adquiridos, estos ingresan inmediatamente a bodega con las medidas de precaución establecidas por la empresa para precautelar su integridad y evitar daños o pérdidas.

#### 2.5.1.11 MÉTODOS DE VALORACIÓN DE INVENTARIOS

*El valor de los inventarios, el cual incluye todas las erogaciones y los cargos directos necesarios para ponerlos en condiciones de utilización o venta se debe determinar utilizando el método PEPS (primeros en entrar, primeros en salir), UEPS (últimos en entrar, primeros en salir), el de identificación específica o el promedio ponderado. Normas especiales pueden utilizar la utilización de otros métodos de reconocido valor técnico (FIERRO, 2015, pág. 227)*

Es la manera de registrar y llevar un control adecuado del inventario del que dispone la empresa, ya que el contar con un buen manejo este se puede tener organizada la mercadería y lo que a su vez logra dar un mejor servicio al cliente. Para esto existen varios métodos de valoración de inventarios los cuales son: Método (PEPS) primeras en entrar primeras en salir, método (UEPS) últimas en entrar últimas en salir y método de promedio ponderado.

#### **Ilustración 14 Métodos de valoración de inventarios**



Fuente: (FIERRO, 2015, pág. 227)  
Elaborado por: Los autores  
Año: 2016

#### **2.5.1.12 MÉTODO PRIMERAS EN ENTAR PRIMERAS EN SALIR (PEPS)**

Este método consiste en darle salida al inventario de aquellos artículos que se adquirieron de forma anterior por lo que en bodega quedará la mercancía adquirida más recientemente donde las existencias al último costo de compra.

#### **2.5.1.13 MÉTODO ÚLTIMAS EN ENTAR PRIMERAS EN SALIR (UEPS)**

En éste método se lo que hace la empresa es dar salida a los artículos que se adquirieron de forma más reciente por lo que en el inventario permanezcan los artículos que se compraron primero.

### 2.5.1.14 MÉTODO PROMEDIO PONDERADO

Éste método es el más utilizado ya que implica una relativa facilidad de realizar el cálculo de registro y se ajusta a la tendencia de mercado alcista.

## 2.6 ASPECTOS FINANCIEROS

### 2.6.1 ESTUDIO DE MERCADO

*“Investigación que consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”* (BACA, 2013, pág. 5)

*“Para realizar el estudio de mercado se aplican herramientas como las encuestas, que buscan aclarar información indispensable para el proyecto”* (FLORES, 2015, pág. 41)

Para ofertar el producto que ofrecerá la empresa se debe recurrir a un estudio de mercado, el cuál demuestre el número de personas que estarán interesadas en adquirir el producto, de igual manera analizar la competencia que tenga similitud con el giro de negocio del proyecto e ilustrar una idea sobre la viabilidad comercial y su impacto en el mercado.

**Ilustración 15 Componentes del estudio de mercado**



Fuente: (ARAUJO, 2012, pág. 26)

Elaborado por: Los Autores

Año: 2016

## **2.6.2 MERCADO**

*“se entiende por mercado el conjunto de demandantes y oferentes que se interrelacionan para el intercambio de un bien o servicio en un área determinada” (ARAUJO, 2012, pág. 26)*

El mercado es donde tiene lugar el intercambio de bienes y servicios que existe entre el público y los ofertantes donde se establecen reglas de juego al momento de ofrecer y comprar. Esto depende mucho de la habilidad de la empresa al momento de ofrecer ciertos productos o servicios para ganar mercado y superar a la competencia.

## **2.6.3 SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

*“Permite conocer con mayor detalle y certeza al mercado en su conjunto. Algunas de las variables usuales para establecer la segmentación de mercado son: distribución geográfica, potencial económico, niveles culturales y otras interrelaciones observables” (ARAUJO, 2012, pág. 26)*

Es importante que para entrar en un nuevo mercado a ofrecer un producto nuevo o conocido al cliente se deba realizar un análisis previo de un grupo específico de personas las mismas que puedan adquirir el producto o servicio que la empresa ofrecerá, es decir centrarse en un conjunto más pequeño del mercado total.

## **2.6.4 MERCADO META**

*Conjunto de consumidores pertenecientes al mercado disponible, que puedan formar parte del mercado real y potencial, al cual se dirigen todos los esfuerzos y acciones mercadológicas de la empresa, con la finalidad de que todos ellos se conviertan en consumidores reales del producto (ARAUJO, 2012, pág. 26)*

Este estudio abarcará a un grupo de clientes a los cuales se dirigirán los esfuerzos de mercadeo de la empresa, para esto es necesario determinar aspectos tales como la edad, el sexo e ingresos entre otros para determinar al destinatario ideal del bien o servicio.

#### **2.6.5 MERCADO POTENCIAL**

*“Mercado potencial son todos los consumidores que pudiesen estar interesados en el producto”* (ARAUJO, 2012, pág. 26)

Este mercado comprende a las personas que por ciertas razones no pueden adquirir el producto pero que en cualquier momento de su vida puedan adquirirlo cuando las restricciones que hacen que hoy no puedan comprar no existan más.

#### **2.6.5 CLIENTE**

*“El cliente es el componente fundamental del mercado. Se le denomina “Mercado meta”, ya que será el consumidos del producto o servicio que se ofrecerá con el proyecto, constituyéndose en su razón de ser”* (CORDOBA, 2011, pág. 59)

Desde una perspectiva económica el cliente es la persona que utiliza o compra de manera continua o esporádica los productos o servicios que ponen a disposición una empresa o profesional, por consiguiente al elaborar un proyecto se debe considerar al cliente como una parte fundamental de la empresa y satisfacer en gran medida los requerimientos y necesidades que éste requiera cubrir.

#### **2.6.7 COMERCIALIZACIÓN**

*“La comercialización es el conjunto de actividades que los oferentes realizan para lograr la venta de sus productos”* (ARAUJO, 2012, pág. 47)

La comercialización más que vender y hacer publicidad es analizar las exigencias de los clientes al momento de adquirir un producto o servicio para hacer llegar éste de la mejor manera posible y garantizar la fidelidad del cliente para con la empresa.

### **2.6.8 PRECIO**

*“La cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio”* (BACA, 2013, pág. 61)

El precio al ser el valor que se le da a una determinada cosa, sirve para atraer de cierta manera al cliente ya que estos son flexibles y su denominación puede variar dependiendo en algunos casos de la capacidad de pago del cliente o de la competencia.

### **2.6.9 PRECIO DE VENTA**

*“Es un mundo globalizado el mercado determina el precio de venta, en mayoría de los casos; por lo tanto, para que nuestro producto y/o servicio puedan participar y ser competitivos, debemos partir del precio de venta que fija el mercado”* (Colin, 2013, pág. 14)

Es importante determinar el precio de venta para que los clientes puedan tomar la decisión de realizar la adquisición de productos en un local que brinde servicios o bienes.

### **2.6.10 OFERTA**

*“Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”* (BACA, 2013, pág. 54)

En concordancia de lo manifestado por el autor, oferta es la cantidad disponible de servicios o bienes para su venta en base a un precio establecido, ésta hay que analizarla para determinar qué es lo que se oferta y en qué cantidades están disponibles.

### **2.6.11 DEMANDA**

*“Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”* (BACA, 2013, pág. 29)

La demanda es aquella cantidad de bienes o servicios que el público desea adquirir a un precio conveniente, para esto se debe estudiar el comportamiento de ciertas variables tales como las preferencias, creencias, gustos y demás factores que influyen en el cliente al momento de comprar.

### **2.6.12 DEMANDA INSATISFECHA**

*“En la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado”* (BACA, 2013, pág. 29)

Se denomina demanda insatisfecha a aquella que no ha logrado ser cubierta en el mercado y que puede ser cubierta mediante la implementación de un proyecto que satisfaga los requerimientos actuales y futuros de dicho mercado.

### **2.6.13 SEVICIO**

*“Se trata de evaluar la situación del producto o servicio que presta la empresa tanto en el interior de la misma como exteriormente”* (Gil Estallo & Giner de la Fuente , 2012, pág. 128)

Es un acto que se realiza para dar atención a la solicitud de un cliente de forma tangible o intangible, de un buen servicio dependerá que la persona regrese frecuentemente a consumir en la empresa

### **2.6.14 PRODUCTO**

*“Producto es la concretización del bien, cualquier cosa que pueda ofrecerse para satisfacer una necesidad o deseo. Abarca objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones o ideas”* (CORDOBA, 2011)

Por consiguiente el producto debe abarcar y cumplir con las especificaciones de calidad adecuadas para competir en un mercado dinámico y exigente para satisfacer las necesidades del público.

## **2.7 ESTUDIO FINANCIERO**

*“Uno de los componente más importantes de todo proyecto de inversión es el estudio financiero; sin este análisis, la estructura del proyecto no tendría bases ni fundamentos económicos para su implementación” (ARAUJO, 2012, pág. 100)*

*La profundidad de los estudios, depende del proyecto, del momento y del tiempo en que se vaya a ejecutar, la calidad de los mismos y el grado de precisión varía de acuerdo con la sub-etapas en las que se encuentra el proyecto (ROJAS, 2015, pág. 51)*

La finalidad de realizar el estudio financiero es de determinar los montos económicos que son necesarios para la implementación del proyecto, de acuerdo a este estudio se logrará identificar la rentabilidad financiera del mismo.

### **2.7.1 PRESUPUESTO**

*El presupuesto se ocupa de la cuantificación y valoración de los activos fijos de una nueva adquisición o inversiones cuya disponibilidad exige un desembolso efectivo. En la elaboración del presupuesto se trata de estimar el monto total de la inversión con un grado razonable de aproximación (TUREGANO, 2011, pág. 141)*

### **2.7.2 FLUJO DE CAJA**

*Lo que se busca en el FC de un proyecto es estimar los ingresos y egresos en efectivo que se producirán en un horizonte temporal de largo plazo (la vida del proyecto) y saber cuánto de ese efectivo se puede retirar, sin que esto afecte la marcha del proyecto (BRICEÑO, 2013, pág. 24)*

El flujo de caja se lo presenta como un informe financiero donde se detallan los flujos de ingresos y egresos que tiene una empresa en un periodo de tiempo determinada.

### **2.7.3 INGRESOS**

*Los ingresos son incrementos de patrimonio neto en forma de entradas o aumentos en el valor de los activos o de disminución de los pasivos, siempre que no tengan su origen en nuevas aportaciones de los propietarios. Es decir son flujos positivos del resultado que provocan un aumento del patrimonio neto, siempre y cuando no se deban a aportaciones de fondos a la entidad por parte de sus propietarios (FERNANDEZ & GUTIERREZ, 2014, pág. 53)*

Los ingresos representan valores de cualquier naturaleza y denominación que recibe una persona ya sea en dinero o especies, según esto son equivalentes monetarios de la venta de productos o la prestación de servicios que realiza una empresa para con sus clientes en un determinado período de tiempo.

### **2.7.4 EGRESOS**

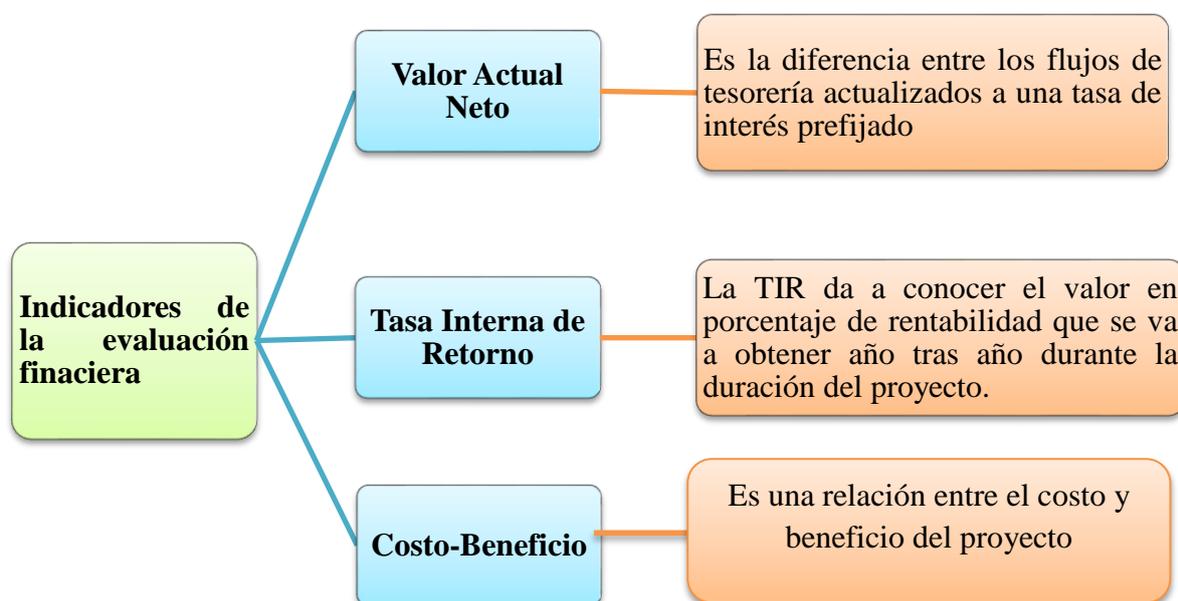
*Los gastos son disminuciones en el patrimonio neto de la empresa durante el ejercicio, ya sea de forma de salidas o disminuciones en el valor de los activos, o de reconocimiento o aumento del valor de los pasivos, siempre que no tengan origen en distribuciones a los propietarios (FERNANDEZ & GUTIERREZ, 2014, pág. 52)*

Los egresos o gastos representan los desembolsos en que la empresa incurre con la finalidad de generar una rentabilidad de sus operaciones.

### **2.7.5 INDICADORES DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA**

Estos permiten medir la rentabilidad de una acción económica, para identificar los valores financieros positivos o negativos que se puedan dar tras la implementación del proyecto.

## Ilustración 16 Indicadores de evaluación financiera



Fuente: (DÍAS, 2012, pág. 69)  
Elaborado por: Los Autores  
Año: 2016

### 2.7.6 VALOR ACTUAL NETO

*Es la diferencia entre los flujos de tesorería actualizados a una tasa de interés prefijado (tasa de referencia) y las inversiones actualizadas a esa misma tasa. Un Van positivo indica que la inversión en el proyecto produce beneficios superiores a los que podrían obtenerse invirtiendo la misma cantidad a la tasa de referencia (DÍAS, 2012, pág. 69)*

Se entiende como Valor Actual Neto, al procedimiento matemático que permite calcular al valor presente de una serie de flujos de caja futuros de acuerdo a una inversión.

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un determinado proyecto, para conocer si luego de descontar la inversión inicial, quedaría alguna ganancia razonable, si el resultado es mayor o igual a cero se puede

considerar que el proyecto es viable, de lo contrario si el valor es negativo se estima que el proyecto no es viable.

### 2.7.7 TASA INTERNA DE RETORNO

*La tasa interna de rendimiento, como se llama frecuentemente, es el índice de rentabilidad ampliamente aceptado. Está definida como la tasa de interés que reduce a cero el valor presente, el valor futuro o el valor anual equivalente de una serie de ingresos y egresos. Es decir, la tasa interna de rendimiento de una propuesta de inversión, es aquella tasa de interés (ROJAS, 2015, pág. 154)*

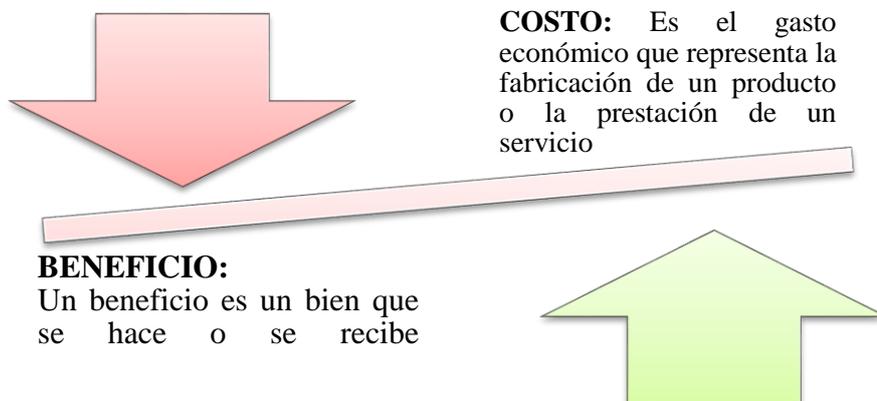
La TIR da a conocer el valor en porcentaje de rentabilidad que se va a obtener año tras año durante la duración del proyecto.

### 2.7.8 COSTO-BENEFICIO

*“La razón beneficio costo, también llamada índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial” (CORDOBA, 2011, pág. 240)*

La relación costo-beneficio reúne los egresos e ingresos presentes netos para establecer los beneficios de cada dólar que se invierten en el proyecto en ejecución.

#### Ilustración 17 Costo beneficio



Fuente: (CORDOBA, 2011, pág. 240)  
Elaborado por: Los Autores  
Año: 2016

## **2.8 ANÁLISIS DEL MARCO TEÓRICO**

La investigación se la realizó de forma ordenada y sistemática con el objetivo de facilitar la comprensión de términos utilizados en la redacción del proyecto, información que fue obtenida de diferentes fuentes bibliográficas y linkográficas para sustentar la terminología utilizada, donde además se respetó las normas de propiedad intelectual para cada una de las citas requeridas.

Una vez terminada la recopilación, análisis e interpretación de la información se obtuvo de esta una idea clara y general de diferentes conceptos básicos transcritos al documento, en cuanto al tema principal y temas de apoyo.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1 INTRODUCCIÓN**

El estudio de mercado tiene como finalidad recopilar y analizar información relacionada con los competidores, proveedores y consumidores con el propósito de conocer sus intereses ante un producto o servicio que se pretende ofrecer en el mercado.

Para el desarrollo del estudio de mercado es importante analizar el comportamiento y consecuencias que hayan tenido sus variables en el pasado, de esta manera plantear soluciones alternativas ante los inconvenientes actuales y proyectar los comportamientos reconocidos hacia el futuro.

Los resultados que se vaya a obtener luego de realizar el estudio de mercado deben dar un conocimiento claro sobre las características que debe tener el producto o servicio de tal manera que este pueda satisfacer las necesidades e intereses de los consumidores en el nivel más recomendable posible.

El estudio de mercado debe brindar un panorama claro sobre la demanda que pueden tener los productos y el nivel de oferta que existe en el lugar donde se desea comercializarlo, con la finalidad de identificar si existe o no la oportunidad de venta. Así también visibilizará una información importante que permitirá orientar en la determinación del precio legal para colocar la comercialización de los fármacos y competir en el mercado.

En conclusión, el estudio de mercado contribuye a determinar el punto de venta así también nos permite identificar los medios de publicidad del producto, de tal manera que se pueda satisfacer de manera eficiente y eficaz la demanda requerida.

A continuación se presenta el análisis de variables como: oferta y la demanda, el producto, el precio, forma y canales de distribución, que determinara la pre-factibilidad del proyecto además esto nos permitirá tener una idea clara el nivel de aceptación que puede llegar a tener los diferentes productos y su comercialización en el mercado.

### **3.2 OBJETIVO GENERAL**

Realizar un estudio de mercado mediante la identificación y análisis de la oferta y la demanda y las características del producto, con la finalidad de determinar la demanda insatisfecha.

#### **3.2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar la oferta existente en la parroquia.
- Determinar la demanda que tendrá el proyecto.
- Conocer las características de los productos farmacéuticos.
- Establecer las estrategias de publicidad y promoción que permita insertar en el mercado al proyecto.

### **3.3 VARIABLES DEL ESTUDIO**

Variables son aspectos generales que durante la elaboración del proyecto se utilizara para su desarrollo, de las que pueden derivarse algunos objetivos específicos.

En el presente trabajo se determinó importantes las siguientes variables que serán motivo de investigación en el estudio de mercado.

**Tabla 11 Variables del estudio de mercado**

---

**VARIABLES DEL ESTUDIO DE MERCADO**

---

- Oferta
  - Demanda
  - Producto
  - Publicidad y Promoción
- 

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Los autores

**Año:** 2016

### **3.3.1 INDICADORES**

Son todos aquellos sub aspectos que definen a las variables más importantes que emitirán información para realizar un mejor análisis y desarrollar el proyecto y se ha tomado los siguientes indicadores:

**Tabla 12 Indicadores del estudio de mercado**

---

**INDICADORES**

---

**Oferta**

- Crecimiento de población
- Competencia indirecta
- Asistencia al Centro de salud

**Demanda**

- Situación actual de la demanda
- Demanda potencial a satisfacer
- Frecuencia de compra
- Medicamentos más solicitados

**Precio**

---

- 
- Nivel de ingresos
  - Listado de precios

### **Producto**

- Clasificación
- Distribuidores

### **Publicidad y Promoción**

- Anuncios publicitarios
- Promoción de ventas
- Estrategias de promoción

---

**Fuente: Investigación propia**  
**Elaborado por: Los autores**  
**Año: 2016**

### 3.4 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

**Tabla 13** *Matriz de relación diagnóstica*

| OBJETIVOS  | VARIABLES               | INDICADORES   | FUENTE     | TÉCNICA                | PÚBLICO META                                 |
|--|-------------------------|---|------------|------------------------|--|
| Identificar la oferta existente en el sector   | Oferta                  | Crecimiento de población<br>Competencia indirecta<br>Asistencia al Centro de salud                                    | Primaria   | Encuesta<br>Entrevista | Pobladores<br>Directora de Centro de Salud   |
| Determinar la demanda que tendrá el proyecto   | Demanda                 | Situación actual de la demanda<br>Demanda potencial a satisfacer<br>Frecuencia de compra<br>Productos más solicitados | Primaria   | Encuesta               | Pobladores                                   |
| Conocer las características de los productos farmacéuticos   | Producto                | Clasificación<br>Distribuidores   | Secundaria | Documental             | Representante de FARMAENLACE sucursal Ibarra |
| Establecer las estrategias de publicidad y promoción que permita insertar en el mercado al proyecto. | Publicidad<br>Promoción | Anuncios publicitarios<br>Promoción de ventas<br>Estrategias de promoción   | Primaria   | Encuesta               | Pobladores,<br>Estación de Radio frecuencia  |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores  
Año: 2016

### 3.5 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

El nombre de la farmacia estará dado por el nombre mismo de la parroquia “FARMACIA CHALTURA” para lograr un conocimiento inmediato en la población.

El eslogan de la farmacia será “Su salud es primero” para encaminar al cliente a que no debe dejar esperar la necesidad de adquirir medicamentos para cuidar su salud.

#### Ilustración 18 LOGOTIPO



#### 3.5.1 CARACTERÍSTICAS

Los productos que se va ofrecer a la población de la parroquia dentro del marco legal y cumpliendo con todos las obligaciones establecidas por el Ministerio de Salud Pública para el buen funcionamiento de este tipo de negocio son:

- Medicamentos generales
- Productos de aseo personal
- Cosméticos

Estos productos deberán contar siempre son las siguientes características:

- Precios fijados en el empaque del producto
- Fecha de elaboración
- Fecha de expiración
- Laboratorio del cual proviene
- Envases sin alteraciones
- Información mínima de efectos impresos en las etiquetas
- Las advertencias, precauciones y contradicciones de los medicamentos.

## **MEDICAMENTOS GENERALES**

En la farmacia se venderá medicamentos genéricos y de marca distribuida por el sistema de Farmaenlace, que se encuentren aprobados por el Ministerio de Salud Pública del Ecuador.

**Tabla 14 Medicamentos generales**

---

### **MEDICAMENTOS GENERALES**

---

- Accesorios Auditivos
  - Anticonceptivos
  - Artrosis
  - Asma
  - Cáncer
  - Colesterol
  - Control de inflamación y dolor
  - Control de peso
  - Cuidado de alergias
  - Cuidado de bebés
-

- 
- Cuidado del sistema digestivo
  - Cuidado psicológico mental
  - Cuidado reumático
  - Diabetes
  - Disfunción eréctil
  - Epilepsia
  - Higiene bucal
  - Hipertensión
  - Hongos
  - Hormonas de crecimiento
  - Incontinencia
  - Laxante
  - Menopausia
  - Osteoporosis
  - Parásitos
  - Problemas para cardiovasculares
  - Próstata
  - Tratamientos de infecciones
  - Várices
  - Vértigo
  - Vitaminas/suplementos

---

**Fuente: Investigación propia**  
**Elaborado por: Los autores**  
**Año: 2016**

La venta se realizará bajo prescripción de receta médica por seguridad de los pacientes al momento de administrar, evitando tener inconvenientes con La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria – ARCSA, encargado de regular el correcto servicio de comercialización de los medicamentos, y sin receta médica para los medicamentos que no requieran prescripción de un profesional de la salud.

Los fármacos que necesitan obligatoriamente de una certificación médica son: los Analgésicos Opioides como el Vicodin, Los Hiperactividad, La Concerta o la Ritalin y los depresores del sistema nervioso central (SNC) entre otros.

Los medicamentos de venta libre comúnmente más expendidos son para la tos y el resfriado, estos medicamentos Homeopáticos y Paracetamol que no es necesario prescripción médica al momento de adquirirlo.

## **PRODUCTOS DE ASEO PERSONAL**

La venta de los productos de aseo personal es fundamental para la farmacia, según las prácticas y formas de vivir a nivel nacional una farmacia no ofrece únicamente el expendio de medicamentos, sino que también venden productos de higiene personal, por lo tanto se pondrá a disposición del público productos como:

---

### ***Tabla 15 Productos de aseo personal***

---

#### **PRODUCTOS DE ASEO PERSONAL**

---

- Jabón de tocador
  - Papel higiénico
  - Pañales
  - Toallas higiénicas
  - Shampoo
-

- 
- Enjuague bucal
  - Acondicionador de cabello
  - Cremas dentales
  - Preservativos
  - Cepillo de dientes
  - Hilo dental
  - Enjuague bucal
  - Talco
  - Gel antibacterial
  - Crema de afeitar
  - Crema depilatoria
  - Vaselina
  - Gel

---

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores  
Año: 2016

## **COSMÉTICOS**

La farmacia también ofrecerá a los clientes productos que son considerados como cosméticos los cuales se detallan a continuación:

---

### **Tabla 16 *Cosméticos***

---

#### **COSMÉTICOS**

- 
- Cosméticos para bebés-niños
  - Cosméticos para el área de los ojos
  - Cosméticos para la piel
-

- 
- Cosméticos para los labios
  - Desodorante y antitranspirantes
  - Cosméticos capilares
  - Cosméticos para las uñas
  - Perfumes
  - Protección solar
  - Productos depilatorios
  - Productos para blanqueador de la piel
- 

**Fuente: Investigación propia**  
**Elaborado por: Los autores**  
**Año: 2016**

### **3.5.2 VENTAJAS**

La salud es fundamental para el bienestar de la población en general, es por ello que se debe contar con medicamentos de calidad y en la cantidad necesaria para abastecer los requerimientos de los habitantes de una determinada.

- Medicina al alcance de la población.
- Fácil acceso a los medicamentos solicitados por el cliente.
- Reducción en el tiempo de adquisición.
- Disminución en el costo total de adquisición de medicamentos.
- Rapidez y eficiencia en la atención.

### **3.6 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

La segmentación de mercado es el proceso, de dividir o segmentar un mercado en grupos uniformes pequeños que tengan características y necesidades semejantes, la

segmentación de un mercado se puede dividir de acuerdo a sus variables que puedan influir en su comportamiento de compra para lo cual se tomó como base el total de la población.

### **3.6.1 VARIABLES DE SEGMENTACIÓN**

#### **a) Segmentación geográfica**

Este establecimiento está dirigido a cubrir las necesidades de la población de Chaltura en cuanto al requerimiento de medicinas, comprendida por todos sus barrios y sectores.

#### **b) Segmentación demográfica**

Al ser la medicina un aspecto fundamental para el bienestar del ser humano, todas las personas sin importar su edad o sexo requieren acceso a los medicamentos que puedan necesitar en cualquier etapa de su vida.

### **3.6.2 MERCADO META**

En el caso de la parroquia se puede identificar al mercado meta como la población en general ya que todos los habitantes en un momento dado necesitan de medicamentos para sanar algún tipo de enfermedades, según las proyecciones realizadas en el primer capítulo la población actual de Chaltura es de 3370 habitantes distribuidos en los distintos barrios y sectores.

### **3.7 CÁLCULO DE LA MUESTRA**

Para realizar el estudio de mercado es necesario determinar una población representativa, por lo cual es indispensable elaborar el tamaño de la muestra a ser utilizada para la realización de la investigación, Datos tomados según el censo realizado por el INEC en el año 2010 y la población total de la parroquia San José de Chaltura cuenta con 3140 habitantes y luego de realizar la proyección asciende a 3370 en 2016.

### 3.7.1 FÓRMULA

Para realizar el estudio es oportuno aplicar la siguiente fórmula, donde se considerará la población universo, para obtener la muestra necesaria para la aplicación de las encuestas.

$$n = \frac{N \cdot d^2 \cdot z^2}{(N - 1) \cdot e^2 + d^2 \cdot z^2}$$

Fórmula que consta de la siguiente terminología.

n= Tamaño de la muestra

N= Población universo a estudiarse

d<sup>2</sup>= Varianza de la población respecto a las principales características a estudiarse

N-1= Corrección para la muestra

e =Límite de error aceptable de la muestra

z = Valor obtenido mediante niveles de confianza

$$n = \frac{3370 \cdot (0.5)^2 \cdot (1.96)^2}{(3370 - 1) \cdot (0.05)^2 + (0.5)^2 \cdot (1.96)^2}$$

$$n = \frac{3370 \cdot (0.25) \cdot (3.84)}{3369 \cdot (0.0025) + (0.25) \cdot (3.84)}$$

$$n = \frac{3235.2}{8.4225 + 0.96}$$

$$n = \frac{3235.2}{9.3825}$$

$$n = 345$$

### **3.8 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.8.1 INFORMACIÓN PRIMARIA**

Como fuente de información primaria para realizar la investigación en el presente proyecto se consideró las siguientes:

*Primaria:* Entrevista, Encuestas

*Secundaria:* Ley, Reglamentos y el Listado de medicamentos expendido por el Ministerio de Salud Pública, Catalogo de la farmacia.

Estas fuentes de información se han utilizado como instrumento de investigación para determinar la factibilidad de la creación de la farmacia en la parroquia San José de Chaltura.

#### **3.8.2 ENCUESTA**

La encuesta es una técnica para obtener información de interés personal, mediante un cuestionario previamente elaborado e impreso, a través del cual se puede conocer la opinión y valoración de la persona seleccionada.

Para la realización de la encuesta, la persona seleccionada lee previamente el cuestionario dado y responde las preguntas según su criterio personal, éste proceso es de vital importancia, ya que ayuda al encuestador a obtener información verídica y de primera mano, la misma que será utilizada para el propósito previamente establecido.

#### **3.8.3 ENTREVISTA**

La entrevista es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional para adquirir información acerca de la investigación y los resultados a lograr en la misión dependen en gran medida del nivel de conocimiento entre el

investigador y el entrevistado. Para la entrevista no es necesario estructurar un cuestionario es mejor realizar a modo de un dialogo en forma directa con la persona indicada.

#### **3.8.4 OBSERVACIÓN**

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso y se debe tomar información y registrarla para su posterior análisis.

La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo, en ella se apoya el investigador para obtener mayor información de manera directa y se puede sustentar esta investigación con fotografías o materiales que ofrezca en el lugar de hecho.

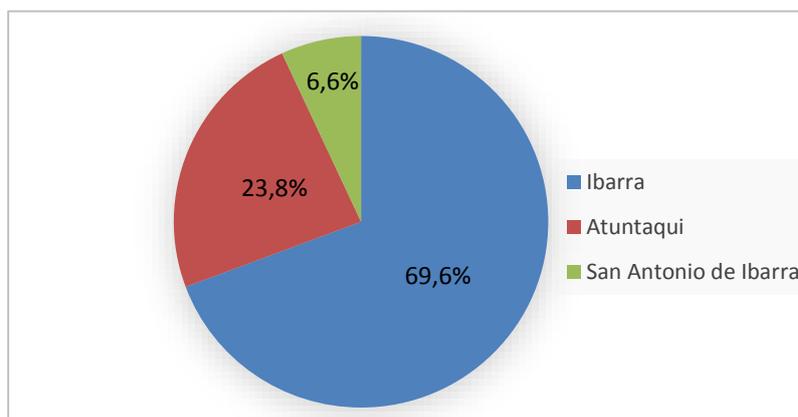
### 3.9 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

1. *¿Cuándo se dispone a comprar medicamentos en una farmacia a que ciudad o parroquia acude frecuentemente?*

**Tabla 17 Ciudad cercana a la parroquia**

| DESCRIPCIÓN           | VARIABLE | PORCENTAJE |
|-----------------------|----------|------------|
| Ibarra                | 240      | 69.6%      |
| Atuntaqui             | 82       | 23.8%      |
| San Antonio de Ibarra | 23       | 6.6%       |
| Otro lugar            |          | 0%         |
| TOTAL                 | 345      | 100%       |

Fuente: Encuesta  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016



**Gráfico 1 Ciudad cercana a la parroquia**

Fuente: Encuesta  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

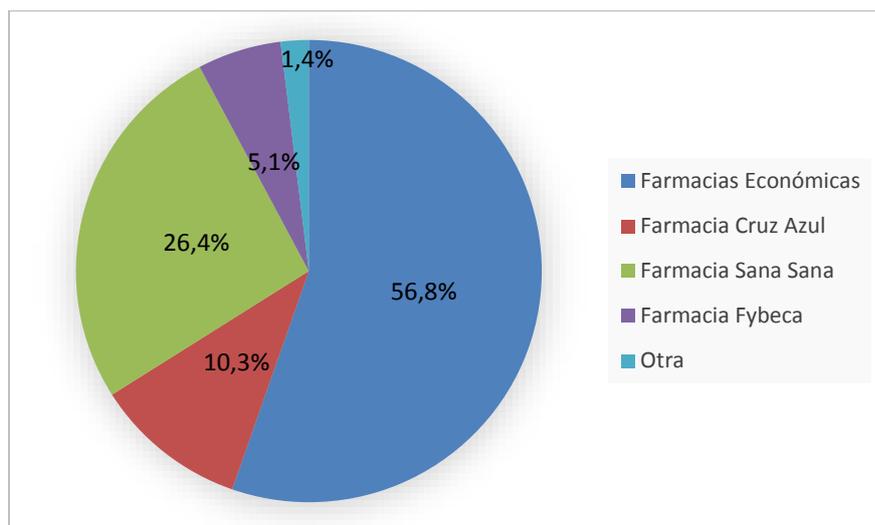
**ANÁLISIS:** La mayoría de los encuestados manifestaron que para comprar medicamentos prefiere trasladarse hasta la ciudad de Ibarra, mientras que un pequeño porcentaje de la muestra se dirige hasta la parroquia de San Antonio de Ibarra, dificultando así las necesidades de adquisición de medicamentos, información que permite entender que la capital de la provincia es el lugar preferido a donde se dirigen los pobladores de la parroquia en busca de medicinas.

2. ¿A Cuál de estas farmacias acude con mayor frecuencia para la adquisición de medicamentos?

**Tabla 18 Farmacias más visitadas**

| DESCRICIÓN           | VARIABLE | PORCENTAJE |
|----------------------|----------|------------|
| Farmacias Económicas | 196      | 56.8%      |
| Farmacia Cruz Azul   | 35       | 10.3%      |
| Farmacia Sana Sana   | 91       | 26.4%      |
| Farmacia Fybeca      | 19       | 5.1%       |
| Otra                 | 4        | 1.4%       |
| TOTAL                | 345      | 100%       |

Fuente: Encuesta  
 Elaborado Por: Los Autores  
 Año: 2016



**Gráfico 2 Farmacias más visitadas**

Fuente: Encuesta  
 Elaborado Por: Los Autores  
 Año: 2016

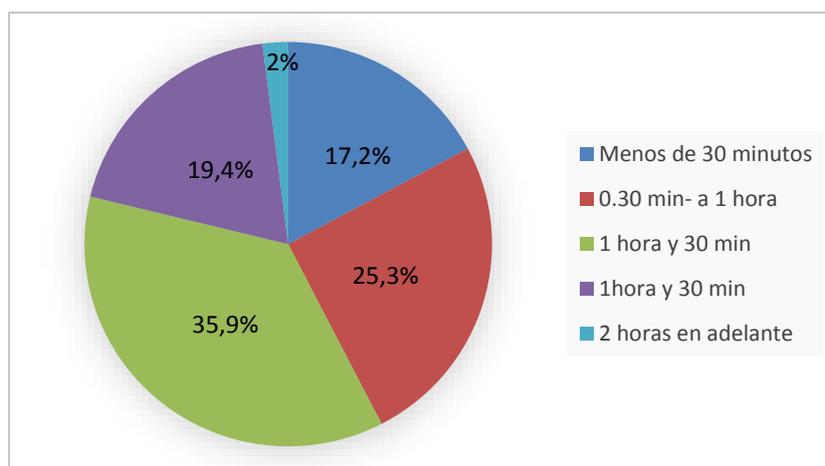
**ANÁLISIS:** Más de la mitad de la población encuestada manifestó que visitan la cadena de Farmacias Económicas para realizar adquisiciones de medicamentos, mientras que un menor porcentaje prefieren visitar otras farmacias no muy conocidas, lo que permite entender que los habitantes de la parroquia prefieren a esta en comparación de otras similares.

3. *¿Cuánto tiempo le toma realizar este proceso de compra de medicamentos en las farmacias ubicadas en las parroquias cercanas a Chaltura?*

**Tabla 19 Tiempo de traslado a la ciudad más cercana**

| DESCRIPCIÓN         | VARIABLE | PORCENTAJE |
|---------------------|----------|------------|
| Menos de 30 minutos | 59       | 17.2%      |
| 0.30 min- a 1 hora  | 87       | 25.3%      |
| 1 hora y 30 min     | 124      | 35.9%      |
| 1 hora y 30 min     | 67       | 19.4%      |
| 2 horas en adelante | 8        | 2.2%       |
| TOTAL               | 345      | 100%       |

Fuente: Encuesta  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016



**Gráfico 3 Tiempo de traslado a la ciudad más cercana**

Fuente: Encuesta  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

**ANÁLISIS:** De la encuesta implantada se identificó que el traslado hacia las parroquias más cercanas a Chaltura toma entre 1 hora y 1 hora con 30 minutos, lo que representa un grave inconveniente al momento de requerir medicamentos de forma inmediata, por consiguiente estos resultados dan a conocer que ocupa mucho tiempo para adquirir medicinas.

**4. ¿Cuándo viaja a las parroquias o ciudad más cercanas a Chaltura para adquirir medicamentos que medios de transporte utiliza?**

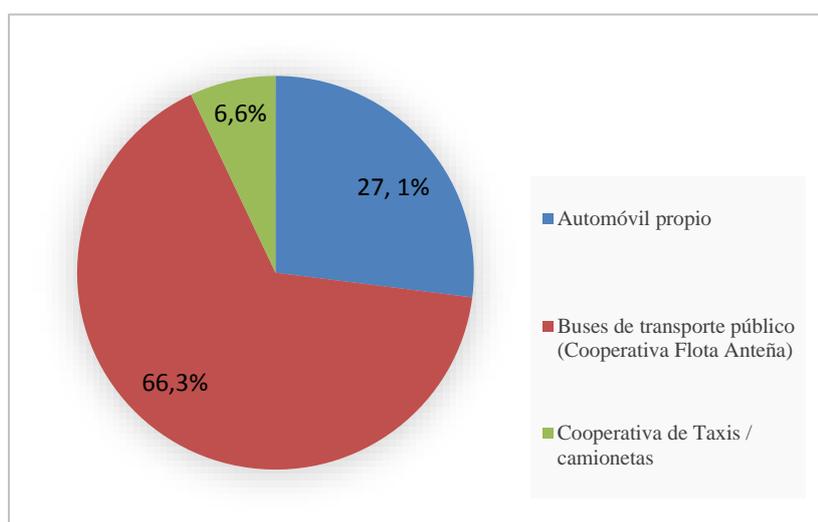
**Tabla 20 Medio de transporte utilizado**

| DESCRPCIÓN   | VARIABLE   | PORCENTAJE  |
|--|------------|-------------|
| Automóvil propio                                       | 93         | 27.1%       |
| Buses de transporte público (Cooperativa Flota Anteña) | 229        | 66.3%       |
| Cooperativa de Taxis / camionetas                      | 23         | 6.6%        |
| Otro   |            | 0%          |
| <b>TOTAL</b>   | <b>345</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Los Autores

Año: 2016



**Gráfico 4 Medio de transporte utilizado**

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Los Autores

Año: 2016

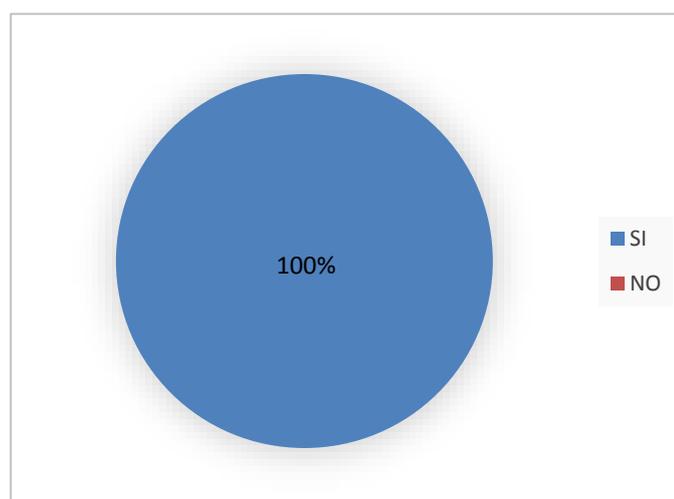
**ANÁLISIS:** El transporte público (Cooperativa Flota Anteña) es el medio de transporte mayormente utilizado por los pobladores para trasladarse a las parroquias cercanas en busca de farmacias, los habitantes también acceden al servicio de taxis y camionetas lo que agiliza el traslado con un costo adicional por este servicio, por lo que se puede inferir que el poblador invierte demasiado tiempo y dinero al no contar con una farmacia en la parroquia.

## 5. ¿Le beneficiaría la creación de una farmacia en la parroquia de Chaltura?

**Tabla 21 Nivel de aceptación**

| DESCRIPCIÓN | VARIABLE | PORCENTAJE |
|-------------|----------|------------|
| SI          | 345      | 100%       |
| NO          | 0        | 0%         |
| TOTAL       | 345      |            |

Fuente: Encuesta  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016



**Gráfico 5 Nivel de aceptación**

Fuente: Encuesta  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

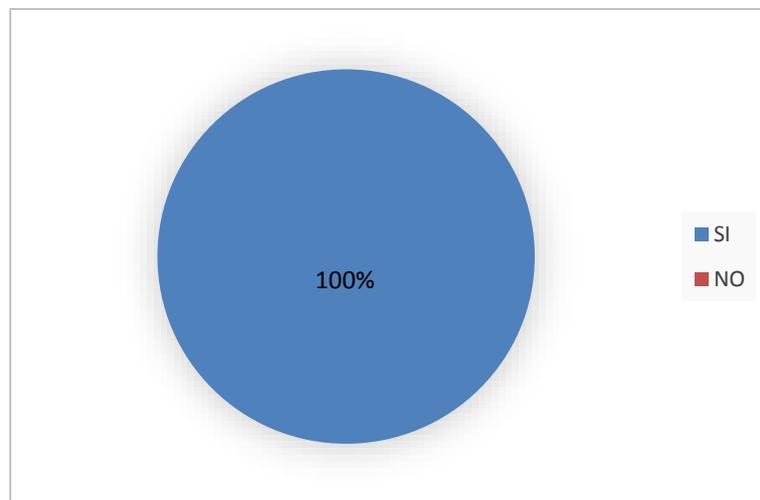
**ANÁLISIS:** Con la información recopilada se puede determinar que la totalidad de la muestra aplicada y analizada se beneficiaría con la implementación de una farmacia en la parroquia, por lo cual el la totalidad de la población aprovecharía de los beneficios que esta le puede brindar ya que sería un ahorro sustancial en tiempo y dinero disponer de un establecimiento que venda productos farmacéuticos.

**6. ¿Acudiría a una farmacia ubicada en esta parroquia para la adquisición de medicamentos?**

**Tabla 22 Nivel de preferencia**

| DESCRIPCIÓN | VARIABLE | PORCENTAJE |
|-------------|----------|------------|
| SI          | 345      | 100%       |
| NO          | 0        | 0%         |
| TOTAL       | 345      | 100%       |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016



**Gráfico 6 Nivel de preferencia**

Fuente: Encuesta  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

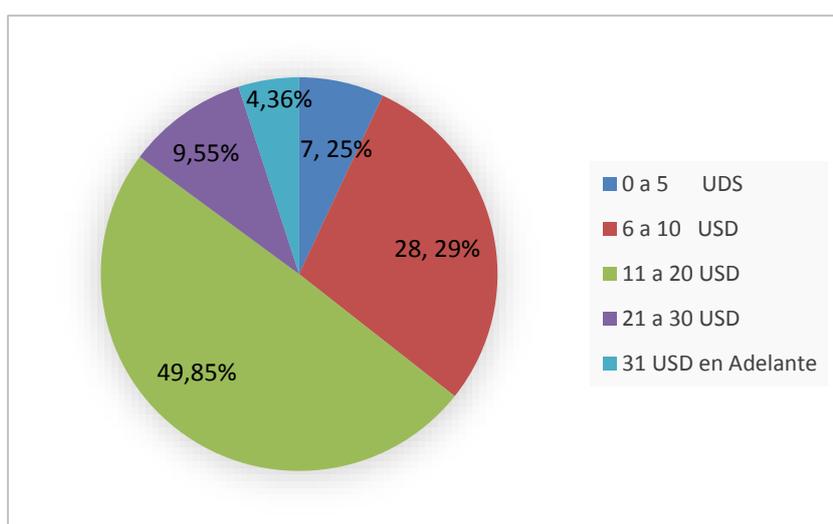
**ANÁLISIS:** En base a los datos recopilados el total de las personas encuestadas mencionan que acudirían a una farmacia ubicada en la parroquia ya que es en gran medida de vital importancia contar con este establecimiento para mejorar las circunstancias negativas a las que se enfrentan los pobladores en cuanto a lo que adquirir medicamentos se refiere.

**7. ¿Qué monto de dinero gasta usted en consumo de medicamentos u otro tipo de artículos mensualmente en una farmacia?**

**Tabla 23 Monto de dinero por consumo de medicamentos**

| VARIABLE           | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------|------------|------------|
| 0 a 5 UDS          | 25         | 7.25%      |
| 6 a 10 USD         | 100        | 28.99%     |
| 11 a 20 USD        | 172        | 49.85%     |
| 21 a 30 USD        | 33         | 9.55%      |
| 31 USD en Adelante | 15         | 4.36%      |
| TOTAL              | 345        | 100%       |

Fuente: Encuesta  
 Elaborado Por: Los Autores  
 Año: 2016



**Gráfico 7 Monto de dinero por la adquisición de medicamentos**

Fuente: Encuesta  
 Elaborado Por: Los Autores  
 Año: 2016

**ANÁLISIS:** La mitad de los encuestados consideran que sus gastos en el consumo de medicamentos es de 11 USD a 20 USD dólares mensualmente, mientras que un porcentaje mínimo gastan de \$31.00 en adelante, con esta información permite conocer la asignación de presupuesto para salud en las familias.

**8. Su nivel de ingresos mensuales está en el rango de:**

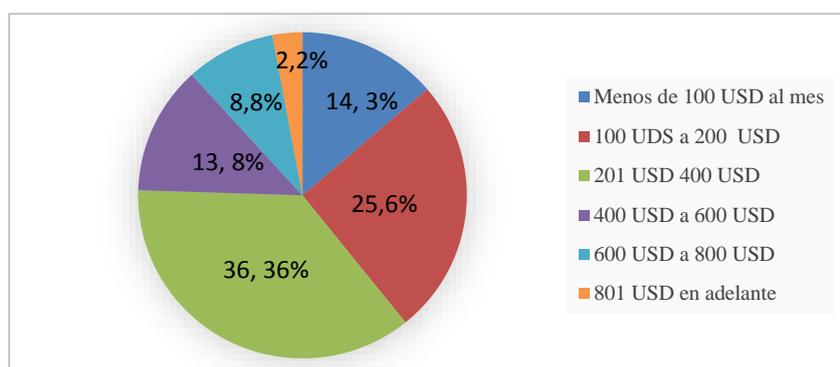
**Tabla 24 Nivel de ingresos**

| ESCRIPCIÓN              | VARIABLE | PORCENTAJE |
|-------------------------|----------|------------|
| Menos de 100 USD al mes | 49       | 14.3%      |
| 100 UDS a 200 USD       | 88       | 25.6%      |
| 201 USD 400 USD         | 126      | 36.3%      |
| 400 USD a 600 USD       | 44       | 12.8%      |
| 600 USD a 800 USD       | 30       | 8.8%       |
| 801 USD en adelante     | 8        | 2.2%       |
| TOTAL                   | 345      | 100%       |

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Los Autores

Año: 2016



**Gráfico 8 Nivel de ingresos**

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Los Autores

Año: 2016

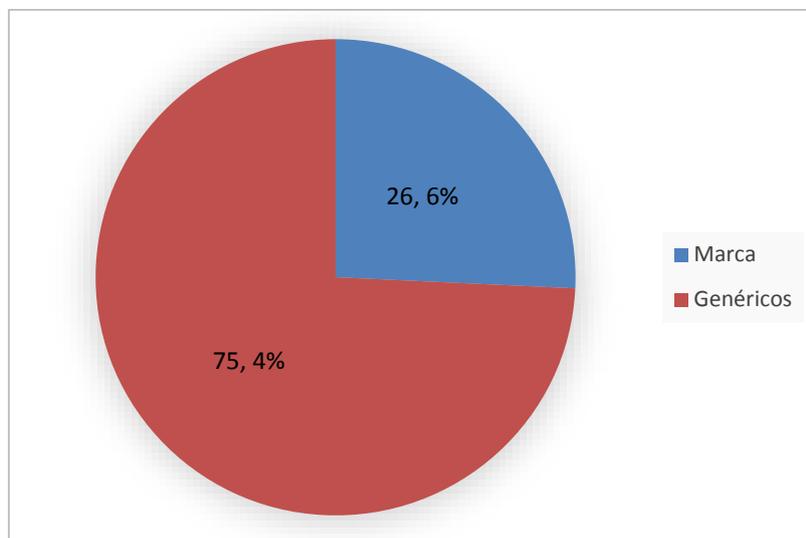
**ANÁLISIS:** En base a la encuesta aplicada a la muestra de la población, se evidencia que menos de la mitad de estos tienen ingresos de ingreso de 201 USD a 400 USD, mientras que un cuarto de los encuestados encuentran en el rango de ingreso de 100 USD a 200 USD en adelante. El resto de los encuestados perciben ingresos inferiores a los anteriormente mencionados, esto nos refleja del nivel de calidad de vida que pueden tener la población de la parroquia, con esta información permite conocer el estado económico de la población con la que se contara como clientes directos de la farmacia.

9. ¿Cuándo usted compra medicamentos, prefiere que estos sean de marca o genéricos?

**Tabla 25 Preferencia de medicamentos**

| DESCRIPCIÓN | VARIABLE | PORCENTAJE |
|-------------|----------|------------|
| Marca       | 88       | 25.6%      |
| Genéricos   | 257      | 74.4%      |
| TOTAL       | 345      | 100%       |

Fuente: Encuesta  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016



**Gráfico 9 Preferencia de medicamentos**

Fuente: Encuesta  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

**ANÁLISIS:** La mayoría de los encuestados prefieren medicamentos genéricos para realizar tratamiento preventivo o curativo de una enfermedad, mientras que pocos prefieren comprar medicamentos de marca. Esto permite identificar que la población prefiera adquirir medicamentos genéricos ya que estos son de menor costo y con las mismas características que la original, dentro del proyecto nos ayuda a conocer el tipo de medicamentos que se debe tener en el inventario para la venta.

**10. ¿Qué artículos adquiere con mayor frecuencia cuando visita una farmacia?**

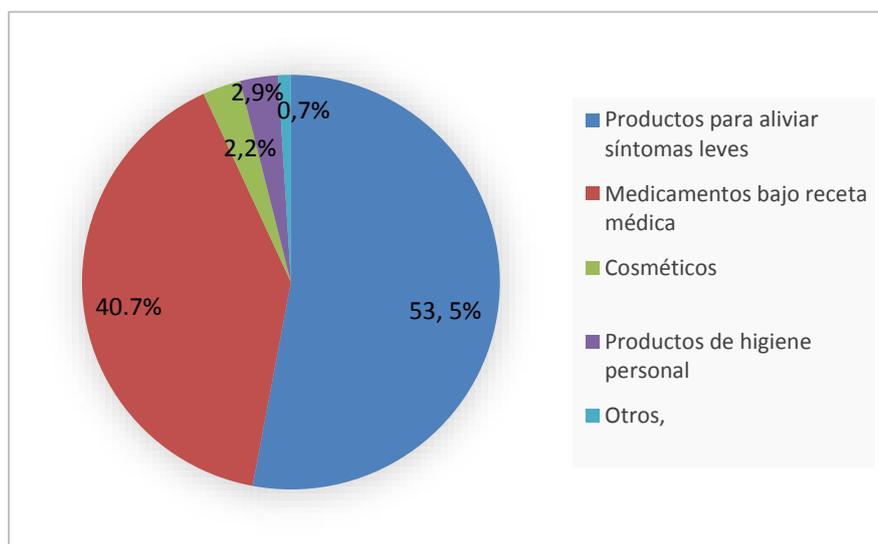
**Tabla 26 Adquisición de artículos**

| DESCRIPCIÓN                           | VARIABLE   | PORCENTAJE  |
|---------------------------------------|------------|-------------|
| Productos para aliviar síntomas leves | 185        | 53.5%       |
| Medicamentos bajo receta médica       | 140        | 40.7%       |
| Cosméticos                            | 8          | 2.2%        |
| Productos de higiene personal         | 10         | 2.9%        |
| Otros,                                | 2          | 0.7%        |
| <b>TOTAL</b>                          | <b>345</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Los Autores

Año: 2016



**Gráfico 10 Adquisición de artículos**

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Los Autores

Año: 2016

**ANÁLISIS:** La mayor parte de los encuestados manifestaron que adquieren con mayor frecuencia productos para aliviar síntomas leves y bajo receta médica, mientras que el resto de encuestados han indicado que realizarían la compra de otros tipos de artículos que ofrezca la farmacia. Esto nos permite conocer los tipos de medicamentos que necesita adquirir la población y abastecer con la mercadería para los clientes.

## 11. ¿De qué forma prefiere que se le entregue los productos farmacéuticos?

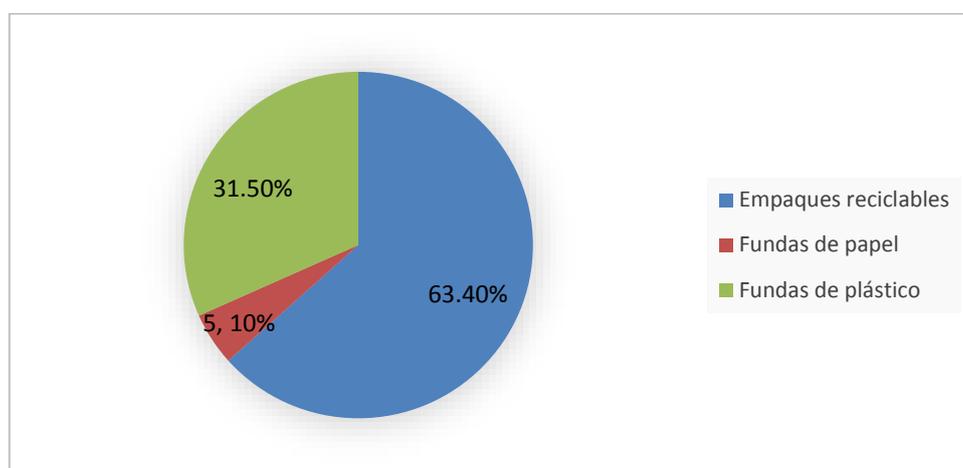
**Tabla 27 Formas de entrega de medicamentos**

| DESCRIPCIÓN          | VARIABLE | PORCENTAJE |
|----------------------|----------|------------|
| Empaques reciclables | 217      | 63.4%      |
| Fundas de papel      | 19       | 5.1%       |
| Fundas de plástico   | 109      | 31.5%      |
| Otros mencione       | 345      | 100%       |

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Los Autores

Año: 2016



**Gráfico 11 Formas de entrega de medicamentos**

Fuente: Encuesta

Elaborado Por: Los Autores

Año: 2016

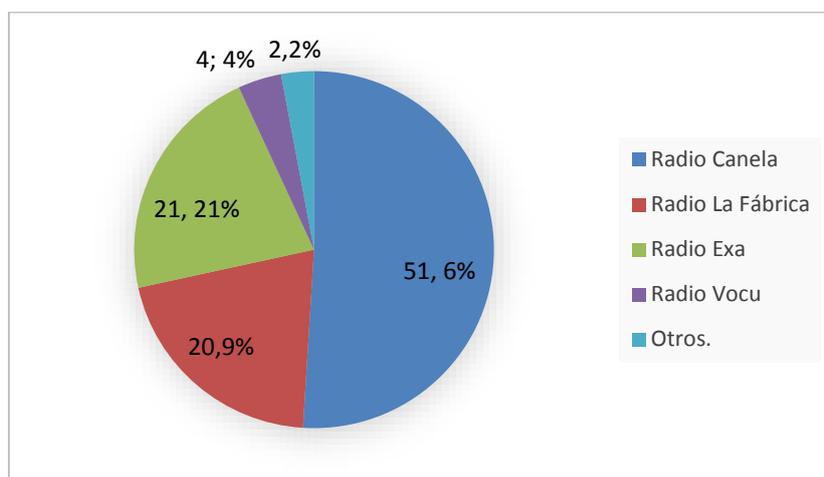
**ANÁLISIS:** El mayor porcentaje de los encuestados prefieren en empaques reciclables con el propósito de concientizar la conservación y el cuidado del medio ambiente, el resto de la población encuestada prefieren en fundas plásticas y de papel. Esto nos permite conocer la preferencia en cuanto a empaques al momento de llevarse los productos cuando realicen la compra.

**12. ¿Cuál de las siguientes estaciones de radio escucha con mayor frecuencia?**

**Tabla 28 Estaciones de radio más escuchadas**

| DESCRIPCIÓN      | VARIABLE | PORCENTAJE |
|------------------|----------|------------|
| Radio Canela     | 178      | 51.6%      |
| Radio La Fábrica | 72       | 20.9%      |
| Radio Exa        | 73       | 21.2%      |
| Radio Vocu       | 14       | 4.4%       |
| Otros.           | 8        | 2.2%       |
| TOTAL            | 345      | 100%       |

Fuente: Encuesta  
 Elaborado Por: Los Autores  
 Año: 2016



**Gráfico 12 Estaciones de radio**

Fuente: Encuesta  
 Elaborado Por: Los Autores  
 Año: 2016

**ANÁLISIS:** Las estaciones radiales Canela y la Fábrica, son las frecuencias de radio con mayor preferencia para los habitantes por las programaciones que brindan, y el resto de los encuestados escuchan Radio Exa, Vocú entre otros. Esto permitió conocer en cuál de las radios promocionar la existencia de la farmacia en la parroquia.

### **3.9.1 RESULTADOS DE LA ENCUESTA**

En base a las encuestas realizadas, la población en general se siente atraída por el proyecto ya que en la parroquia no existe un establecimiento que expenda medicamentos de forma instantánea, el ahorro en tiempo y en dinero es beneficioso para el público los cuales no necesitarán trasladarse a las ciudades aledañas en busca de fármacos para aliviar sus males. De la misma manera se estableció una media de consumo general al mes de productos en una farmacia la cual asciende a 20 dólares aproximadamente, estos datos obtenidos ayudarán a determinar la demanda existente en la parroquia para proyectar sus ventas.

De acuerdo con la encuesta realizada a los pobladores de Chaltura y según la pregunta número 1, el más de la mitad de los habitantes se dirige hacia la Cabecera Cantonal para adquirir medicamentos y una pequeña parte prefieren viajar hasta la ciudad de Ibarra por el mismo motivo, en base a la pregunta número 2 la mitad de los encuestados prefiere a la cadena de Farmacias Económicas al ser esta una de las más reconocidas y utilizadas actualmente por los diferentes clientes, y en base a la última pregunta los pobladores mencionan que escuchan la radio Canela, es por esto que la publicidad será transmitida por esta radio frecuencia, para anunciar ofertas y promociones y dar a conocer más acerca de la farmacia que se instalará en la parroquia.

### **3.10 DEMANDA**

#### **3.10.1 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER**

Para el funcionamiento del proyecto se considera que la demanda va a estar siempre presente, ya que los pobladores van a necesitar de cualquier tipo de medicina para enfrentar las enfermedades que se les presente sin importar su edad o sexo.

Se calcula una proyección de visitas a las farmacias con una tasa de 1.14 % referente al crecimiento poblacional de Chaltura.

Formula modelo exponencial.

Pt: Población proyectada

Po: Población Inicial

i: Tasa de crecimiento

n: Período observado

$$Pt = Po * (1 + i)^n$$

**Tabla 29 Proyección de la demanda potencial a satisfacer**

| AÑO           | POBLACIÓN<br>SAN JOSÉ DE CHALTURA |
|---------------|-----------------------------------|
| Año base 2016 | 3.370                             |
| 2017          | 3.409                             |
| 2018          | 3.448                             |
| 2019          | 3.488                             |
| 2020          | 3.528                             |
| 2021          | 3.568                             |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

**Tabla 30 Proyección de la demanda por hogar**

| AÑO           | PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POR NÚMERO DE HOGARES |
|---------------|--|
| Año base 2016 | 843  |
| 2017          | 852  |
| 2018          | 862  |
| 2019          | 472  |
| 2020          | 882  |
| 2021          | 392  |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

Chaltura es una de las parroquias que conforman el Cantón Antonio Ante, su tasa de crecimiento de acuerdo el PDOT 2015-2030 parroquial de Chaltura es de 1.14% menor a la tasa cantonal que es de 2.09% según informa la misma fuente.

### **3.11 OFERTA**

En la parroquia de Chaltura no existe una farmacia o botiquín que brinde el servicio de venta de medicamentos a la población, sin embargo en esta localidad existe un Centro de Salud el cual presta atención médica a las personas que así lo requieran preferentemente de la parroquia de Chaltura, los pacientes que en éste establecimientos son atendidos reciben como en toda casa de salud pública medicamentos gratuitos otorgados por parte del estado ecuatoriano, cabe recalcar que en ciertas ocasiones por falta de abastecimiento de medicinas a nivel nacional, no todo el total de los medicamentos recetados son entregadas a la población.

#### **3.11.1 ENTREVISTA REALIZADA A LA DRA. VERÓNICA VILLEGAS**

La entrevista realizada a la Dra. Verónica Villegas Directora del Centro de Salud Chaltura, permitió obtener información necesaria para identificar el número de personas que son atendidas en este establecimiento, ésta información será utilizada para conocer cuántos pacientes reciben medicamentos de forma gratuita, que a su vez representan la oferta en el sector.

## **ENTREVISTA AL/LA DIRECTOR/A DEL SUBCENTRO DE SALUD DE LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE CHALTURA**

La presente entrevista va dirigida al director/a del subcentro de salud de la parroquia de San José de Chaltura con la finalidad de conocer el número de pacientes y la cantidad de medicamentos entregados.

**Nombre:** Verónica Villegas

**Cargo:** Directora del Centro de Salud

**1.- ¿El subcentro de salud cuenta con el personal y los equipos necesarios para atender todo tipo enfermedades que presenten los pacientes?**

Únicamente enfermedades comunes

**2.- ¿Qué número de pacientes son atendidos diariamente por el subcentro de salud?**

En total se atiende a 58 persona, distribuidas entre; el médico general que atiende a 24, la doctora que atiende a 24 y el odontólogo que atiende a 10 personas.

**3.- ¿De este número de pacientes atendidos que cantidad representan a los niños, adolescentes, jóvenes, adultos, adultos mayores?**

EL 60% de los pacientes atendidos representan a los niños, y la diferencia entre las demás categorías

**4.- ¿Qué tipo de enfermedades presentan con mayor frecuencia los habitantes que son atendidos en el subcentro de salud?**

Las enfermedades que mayormente representan son, resfriados, infecciones respiratorias, diarreas agudas.

**5.- ¿Qué medicamentos son mayormente entregados a los pacientes del subcentro de salud?**

Según el diagnóstico que se presenta.

**6.- ¿Se entrega la totalidad de los medicamentos a los pacientes atendidos en el subcentro de salud?**

Si la mayoría de veces

### 3.11.2 OFERTA ACTUAL

#### ➤ Oferta del “CENTRO DE SALUD”

Pacientes atendidos en la casa de salud.

De acuerdo a la entrevista realizada a la Dra. Verónica Villegas directora del Centro de Salud Chaltura, se identificó el número de pacientes atendidos en éste establecimiento información relevante con la que se logró identificar el número de personas que obtienen medicamentos de forma gratuita entregados en esta casa de salud.

**Tabla 31 *Oferta actual***

| <b>AÑO</b> | <b>OFERTA MENSUAL</b> |
|------------|-----------------------|
| 2016       | 1160                  |

Fuente: Entrevista

Elaborado Por: Los Autores

Año: 2016

### 3.11.2 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para la proyección de la oferta se recopiló información de atención a pacientes que son atendidos en el Centro de Salud, éste número se mantiene constante ya que en el establecimiento no se puede exceder la capacidad de atención.

**Tabla 32 *Proyección de pacientes atendidos en el centro de salud***

| <b>AÑO</b>    | <b>POBLACIÓN ESTIMADA</b> |
|---------------|---------------------------|
| AÑO BASE 2016 | 1160                      |
| 2017          | 1160                      |
| 2018          | 1160                      |
| 2019          | 1160                      |
| 2020          | 1160                      |
| 2021          | 1160                      |

Fuente: Entrevista

Elaborado Por: Los Autores

Año: 2016

### 3.12 ANÁLISIS DE LA PROYECCIÓN DE LA OFERTA

De acuerdo a la entrevista realizada al personal de atención en el Centro de Salud Chaltura, manifiestan que atienden un promedio de 1160 pacientes durante el mes aproximadamente, siendo ésta la capacidad máxima de atención en el establecimiento.

### 3.13 DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

**Tabla 33** *Demanda potencial a satisfacer*

| <b>AÑO</b> | <b>DEMANDA</b> | <b>OFERTA</b> | <b>DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER</b> |
|------------|----------------|---------------|---------------------------------------|
| 2016       | 3.370          | 1160          | 2210                                  |
| 2017       | 3.409          | 1160          | 2249                                  |
| 2018       | 3.448          | 1160          | 2288                                  |
| 2019       | 3.488          | 1160          | 2328                                  |
| 2020       | 3.528          | 1160          | 2368                                  |
| 2021       | 3.568          | 1160          | 2408                                  |

Fuente: Investigación propia

Elaborado Por: Los Autores

Año: 2016

#### 3.13.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

De acuerdo con el estudio de mercado, la demanda potencial a satisfacer es alta debido a la necesidad de adquirir medicamentos por parte de la población, este proyecto aprovechará la oportunidad de crear la farmacia en la parroquia San José de Chaltura y cubrir ésta demanda, brindando el servicio de comercialización de fármacos a la población brindando comodidad además de ahorro en tiempo y dinero.

### 3.14 ANÁLISIS DE PRECIO

La población adquirirá los medicamentos de acuerdo al precio de venta que está fijada por el ARCSA y publicado en el Reglamento para la Fijación de Precios de Medicamentos de Uso y Consumo Humano (decreto Nro. 400) encargado de regular y controlar los precios al

consumidor final de todas las farmacias comercializan fármacos dentro del territorio Ecuatoriano y el listado de precios que emite el Ministerio de Salud Pública.

### **3.15 COMERCIALIZACIÓN**

La venta de medicamentos se la realizará en un establecimiento ubicado en el barrio central de la parroquia, lo que facilitara el acceso al establecimiento ya que en ésta ubicación existen calles muy bien conservadas y altamente transitadas, además estará a pocos metros del subcentro de salud para que las personas que requieran medicamentos que no sean entregados por esta casa de salud se acerquen de manera inmediata a conseguirlos.

La comercialización de medicamentos será directamente con el consumidor por las ventanillas de atención al cliente donde se le dará un trato cómodo y satisfactorio a éste, con los más altos estándares de calidad en el servicio para captar su atención y garantizar que los clientes se sientan atraídos hacia el establecimiento

### **3.16 PRECIO**

En el caso de venta de medicamentos el estado establece precios de venta al público, por lo cual el precio estará acorde a lo establecido por la ley.

### **3.17 PROMOCIÓN**

Se promoverá la farmacia con el nombre de “Farmacia Chaltura” lo que hará que los clientes que son al mismo tiempo habitantes de la parroquia, se sientan atraídos y en confianza de saber que cuentan con una farmacia que atienda sus necesidades al momento de requerir un producto farmacéutico entre otras cosas

Para la captación de clientes se estima realizar promociones que ayude al establecimiento a ser preferido en comparación de la competencia directa o indirecta, para esto el proyecto se

apoyará en promociones de ventas en los productos tales como kits de aseo personal que contengan rebajas en el precio y descuentos en la compra de recetas.

### **3.18 PLAZA**

La farmacia estará ubicada en el barrio central en un ambiente sano, limpio y acogedor que cautive al cliente la misma que contará con las instalaciones necesarias para un buen funcionamiento y que satisfaga las exigencias de las instituciones controladoras, además esta contendrá un variado stock de mercadería adquirida a la distribuidora Farmaenlace, entidad que distribuye medicamentos tanto a farmacias de la cadena Farmacias Económicas como a privadas para garantizar que el producto llegue al consumidos final de la mejor manera posible.

### **3.19 PUBLICIDAD**

Según las encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia y en base a la pregunta 12, estos supieron manifestar que el 56.6% de la población escucha preferentemente la estación de radio CANELA por su programación, por la información recopilada se estableció que se realizarán anuncios publicitarios por este medio que informen a la comunidad de la farmacia a través de esta frecuencia “92.7 FM”

Además de esto gracias al avance de la tecnología y la gran acogida del internet y por el aprecio y la utilización de las redes sociales por parte de la juventud mundial y por ende de la juventud de la parroquia se diseñara una página social en Facebook para que principalmente los jóvenes los cuales son quienes mayormente utilizan estas plataformas virtuales conozcan más acerca de la farmacia y sus productos.

### **3.20 CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO**

En el estudio de mercado realizado en la parroquia de San José de Chaltura se determinó, que en esta localidad existe demanda a satisfacer en cuento al requerimiento de fármacos por parte de la población, al no existir en esta parroquia una farmacia que expenda medicamentos, éste proyecto es posible al ser las medicinas productos de consumo masivo ya que las personas en cualquier etapa de su vida necesitan de éstas para prevenir, enfrentar y curar enfermedades.

Según el estudio de mercado se pudo determinar que los consumidores potenciales serán toda la población de la parroquia ya que niños, jóvenes, adultos y adultos mayores necesitan de medicamentos para aliviar malestares en un determinado momento puesto que las enfermedades se propagan con facilidad.

También se determinó un alto nivel de interés en la creación de la farmacia por parte de la población de la parroquia, puesto que contribuiría con el cambio de actividades tradicionales de comercio en esta localidad, facilitando el acceso a medicamentos de manera rápida y oportuna, siendo éste un servicio de primera necesidad y priorizando la salud de la población.

### **3.21 ANÁLISIS DEL ESTUDIO DE MERCADO**

De acuerdo con el estudio de mercado realizado en la parroquia de Chaltura, se logró determinar que el total de la población está interesada en la creación de una farmacia, puesto que este establecimiento agilizaría la obtención de medicamentos a los pobladores, esta información se la obtuvo mediante una encuesta elaborada estratégicamente.

Se procedió a la creación del logotipo y eslogan que representará a la farmacia, con un diseño colores y frase que logre captar a atención de la ciudadanía y se posicione en la mente del cliente potencial.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1 INTRODUCCIÓN**

Para la creación de la farmacia Chaltura es indispensable realizar un estudio técnico conocido también como ingeniería del proyecto, que permitirá definir el tamaño del proyecto de manera descriptiva, a través de los factores que condicionan el tamaño y la magnitud de la farmacia como: el espacio físico, los suministros e insumos, la tecnología y los equipos, el financiamiento, la organización y otros factores complementarios que conducirá de la mejor manera a la proyección de lo que la farmacia necesita vender para que se convierta en un proyecto rentable.

Al existir un mercado potencial al cual ofrece este tipo de servicio de comercialización de fármacos, el estudio financiero busca elaborar el monto necesario de recursos económicos para el presente proyecto, así también determinará el costo total de operación los indicadores que permitan una adecuada evaluación financiera del proyecto.

En este estudio se presentará la localización macro y micro exacto del proyecto a implementarse que contribuye en mayor medida a que se logre captar clientes para obtener una mayor tasa de rentabilidad sobre el capital destinado a invertir.

#### **4.2 Objetivo general**

Elaborar un estudio técnico mediante la utilización de técnicas de investigación y proyecciones, que permita determinar la macro y micro localización, el nivel de inversión y la capacidad de venta.

#### 4.1.1 Objetivos específicos

- Determinar la macro localización y micro localización para el establecimiento de la farmacia
- Estudiar las características con las que cuenta la zona de influencia donde se ubicará el proyecto
- Determinar la distribución y diseño de las instalaciones
- Construir el diseño del proceso de venta para la comercialización de fármacos en la farmacia Chaltura.
- Determinar los costos, gastos e inversión para la creación de la farmacia

#### 4.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

##### 4.2.1 MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La farmacia estará ubicada en la República del Ecuador, provincia de Imbabura, Cantón Antonio Ante, parroquia San José de Chaltura, cuenta con un clima cálido y agradable por esta razón visitan personas nacionales y extranjeras de manera continua a la parroquia.

**Ilustración 19 Macrolocalización del proyecto**

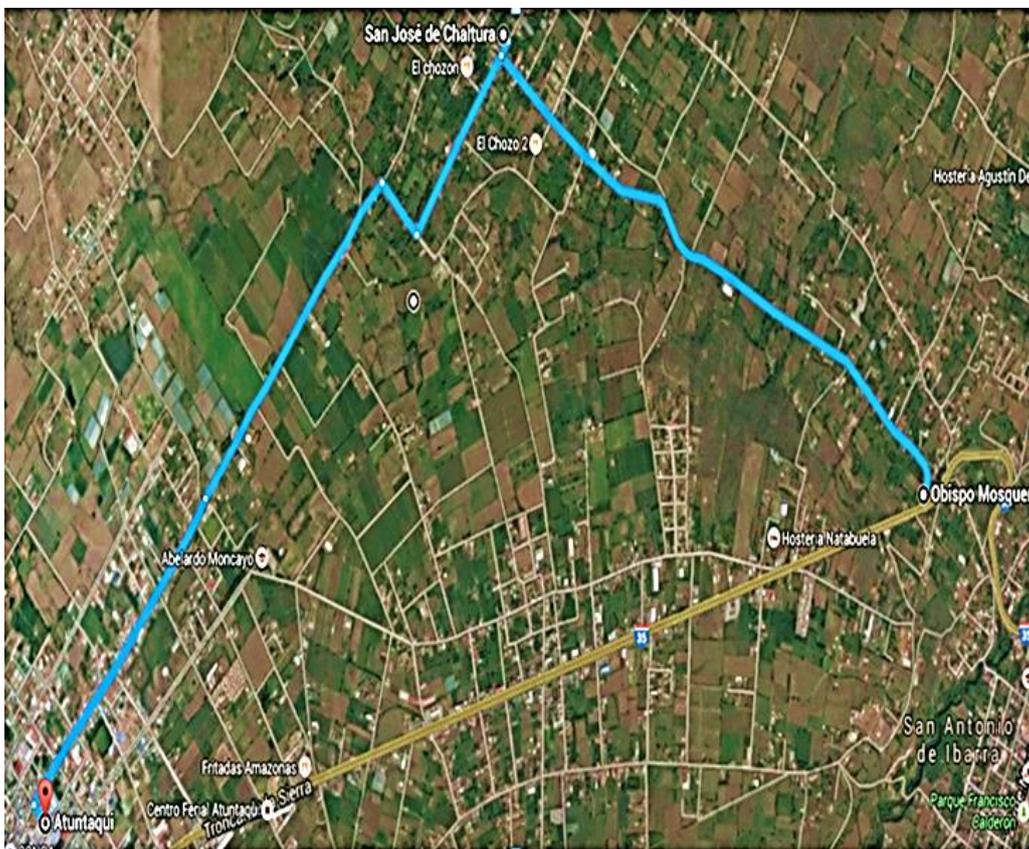


Fuente: Municipio de Ibarra  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

#### 4.2.1.1 VÍAS DE ACCESO

Ubicación geográfica que cuenta con carreteras de primer orden lo que facilita el acceso a la parroquia, cuenta con varias vías de acceso, la principal corresponde a la vía que conecta a Chaltura con la Panamericana Norte, y otra desde la cabecera Cantonal Atuntaqui las cuáles son asfaltadas y se encontrarán en perfecto estado, además posee varias carreteras alternas que conectan a este sector con poblados aledaños como Natabuela, Imbaya y Urcuquí.

**Ilustración 20 Vías de acceso**



**Fuente:** Google maps  
**Elaborado Por:** Los Autores  
**Año:** 2016

## 4.2.2 MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

### 4.2.2.1 MATRIZ DE FACTORES

Se identificarán los lugares con condiciones mayormente favorables para la implementación de la farmacia, para lo cual se analizarán el Barrio Central y el Barrio el Incario al ser estos las dos opciones más óptimas.

**Tabla 34** *Matriz de factores*

---

#### MATRIZ

---

##### a) IDENTIFICACIÓN DE POSIBLES LUGARES

- Barrio Central
- Barrio el Incario

##### b) ANÁLISIS DE LOS FACTORES INTERVINIENTES

###### Geográficos

- Topografía del suelo
- Espacio físico
- Costo de la tierra

###### Servicios básicos

- Alcantarillado
- Agua potable
- Telefonía
- Energía eléctrica

###### Vías de acceso

- Vías de primer orden
- Vías de segundo orden
- Vías de tercer orden

###### Ambientales

---

- 
- Contaminación
  - Manejo de desechos

Talento humano

- Personal calificado
- Personal de apoyo

Sociales

- Seguridad
- Afluencia de personasl

---

**Fuente: Investigación propia**  
**Elaborado por: Los autores**  
**Año: 2016**

#### **4.2.2.2 DISEÑO DE LA MATRIZ DE EVALUACIÓN**

**Tabla 35 *Matriz de evaluación***

---

NIVELES DE EVALUACIÓN (ESCALA DE 1 A 5)

---

Excelente:5

Muy bueno:4

Bueno:3

Malo:2

Regular:1

---

**Fuente: Investigación propia**  
**Elaborado Por: Los Autores**  
**Año: 2016**

**Tabla 36 Matriz de evaluación**

| FACTORES                    | Barrio Central | Barrio el Incario |
|-----------------------------|----------------|-------------------|
| <b>Geográficos</b>          |                |                   |
| Topografía del suelo        | 4              | 4                 |
| Espacio físico              | 5              | 4                 |
| Costo de la tierra          | 5              | 4                 |
| <b>Servicios básicos</b>    |                |                   |
| Alcantarillado              | 4              | 4                 |
| Agua potable                | 4              | 4                 |
| Telefonía                   | 4              | 4                 |
| Energía eléctrica           | 4              | 4                 |
| <b>Ambientales</b>          |                |                   |
| Contaminación               | 3              | 2                 |
| Menejo de desechos          | 4              | 4                 |
| <b>Talento humano</b>       |                |                   |
| Personal calificado         | 1              | 1                 |
| Personal de apoyo           | 1              | 1                 |
| <b>Factores importantes</b> |                |                   |
| Seguridad                   | 4              | 3                 |
| Afluencia de personas       | 5              | 4                 |
| Vías de acceso              | 5              | 5                 |
| TOTAL                       | 52             | 47                |

Fuente: Investigación propia  
 Elaborado Por: Los Autores  
 Año: 2016

**Tabla 37 Categorías de decisión**

| CATEGORÍAS           | PORCENTAJE |
|----------------------|------------|
| Geográficos          | 10%        |
| Servicios básicos    | 20%        |
| Ambientales          | 20%        |
| Talento Humano       | 20%        |
| Factores importantes | 30%        |
| TOTAL                | 100%       |

Fuente: Investigación propia  
 Elaborado Por: Los Autores

## MATRIZ DE FACTORES PONDERADA

**Tabla 38** *Matriz de factores ponderada*

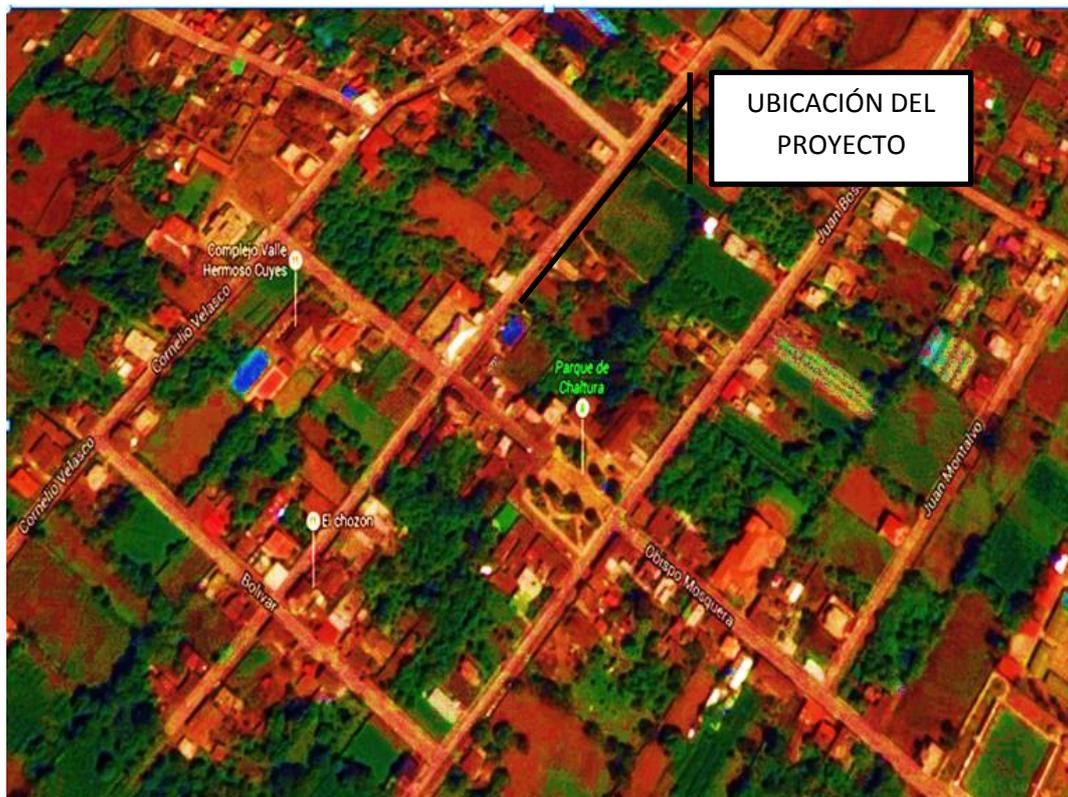
| FACTORES                    | Peso        | Barrio Central |                 | Barrio El Incario |                 |
|-----------------------------|-------------|----------------|-----------------|-------------------|-----------------|
|                             |             | Calif.         | Calif.<br>Pond. | Calif.            | Calif.<br>Pond. |
| <b>Geográficos</b>          | <b>10%</b>  | <b>24</b>      | <b>0.48</b>     | <b>16</b>         | <b>0.40</b>     |
| Topografía del suelo        | 2%          | 4              | 0.08            | 4                 | 0.08            |
| Espacio físico              | 4%          | 5              | 0.20            | 4                 | 0.16            |
| Costo de la tierra          | 4%          | 5              | 0.20            | 4                 | 0.16            |
| <b>Servicios básicos</b>    | <b>20%</b>  | <b>16</b>      | <b>0.80</b>     | <b>16</b>         | <b>0.80</b>     |
| Alcantarillado              | 5%          | 4              | 0.20            | 4                 | 0.20            |
| Agua potable                | 5%          | 4              | 0.20            | 4                 | 0.20            |
| Telefonía                   | 5%          | 4              | 0.20            | 4                 | 0.20            |
| Energía eléctrica           | 5%          | 4              | 0.20            | 4                 | 0.20            |
| <b>Ambientales</b>          | <b>20%</b>  | <b>7</b>       | <b>0.70</b>     | <b>6</b>          | <b>0.60</b>     |
| Contaminación               | 10%         | 3              | 0.3             | 2                 | 0.2             |
| Menejo de desechos          | 10%         | 4              | 0.4             | 4                 | 0.4             |
| <b>Talento humano</b>       | <b>20%</b>  | <b>2</b>       | <b>0.20</b>     | <b>2</b>          | <b>0.20</b>     |
| Personal calificado         | 10%         | 1              | 0.10            | 1                 | 0.10            |
| Personal de apoyo           | 10%         | 1              | 0.10            | 1                 | 0.10            |
| <b>Factores importantes</b> | <b>30%</b>  | <b>14</b>      | <b>1.40</b>     | <b>12</b>         | <b>1.12</b>     |
| Seguridad                   | 6%          | 5              | 0.30            | 3                 | 0.18            |
| Afluencia de personas       | 16%         | 5              | 0.80            | 4                 | 0.64            |
| Vías de acceso              | 6%          | 5              | 0.30            | 5                 | 0.30            |
| <b>TOTAL</b>                | <b>100%</b> |                | <b>3.58</b>     |                   | <b>3.12</b>     |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

En base a la ponderación realizada a los lugares más idóneos para la implementación del proyecto se determinó que la ubicación más aceptable está en el Barrio Central, entre las

calles Abdón Calderón y Obispo Mosquera, a 5 metros del Centro de Salud y a 8 metros de GADPR San José de Chaltura, la parroquia cuenta con vías de acceso asfaltadas que la comunican con la panamericana norte y con la Cabecera Cantonal Atuntaqui, lo que facilita su acceso y facilidad de comunicación entre los poblados aledaños, actualmente la parroquia está conformada por aproximadamente 3370 habitantes.

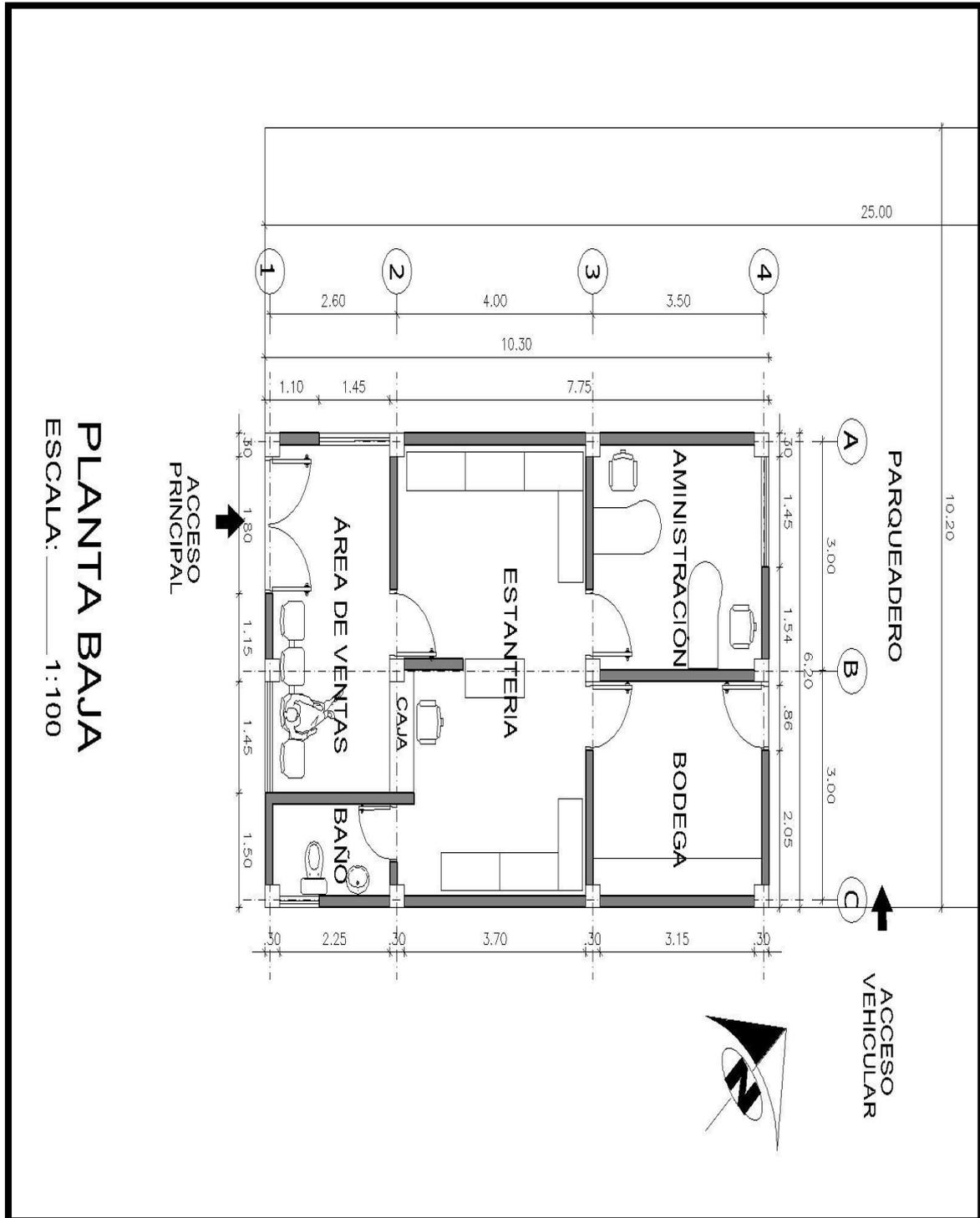
### Ilustración 21 Microlocalización del proyecto



Fuente: Google maps  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

## 4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Ilustración 22 Diseño de las instalaciones



Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

#### **4.3.1 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**

- Área administrativa, oficina principal donde se atenderán las asuntos generales de la farmacia.
- Área de ventas, lugar donde se dará el servicio de atención a los clientes que ingresen al establecimiento.
- Bodega, lugar donde se almacenarán los productos para después ser ubicados en los diferentes estantes según corresponda.
- Área de estantería, espacio físico donde se ubicarán los estantes para la colocación de los diferentes productos
- Baño privado, para el personal de ventas y administración
- Estacionamiento, espacio físico ubicado detrás del establecimiento para los camiones de descarga de medicamentos y vehículos del personal.

#### **4.4 TAMAÑO DEL PROYECTO**

##### **4.4.1 DISPONIBILIDAD DE MERCANCÍA**

La mercancía será suministrada por el grupo FARMAENLACE que se encarga de la distribución de medicamentos, productos OTC, productos de consumo, accesorios de salud, productos naturales entre otros productos farmacéuticos.

Las oficinas de Farmaenlace en Ibarra se encuentran ubicadas en la Ubanización La Quinta, Abel Morán Muñoz 220 Y Juan José Paez y su capacidad les permite entregar los productos hasta la farmacia.

##### **4.4.2 DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA**

En la parroquia de San José de Chaltura no existe personal calificado con título Farmacéutico que cumpla con los parametros legales necesarios para realizar la inspección de

medicamentos, sin embargo en la ciudad de Atuntaqui existen profesionales calificados que pueden acceder a trabajar en el establecimiento, además en esta parroquia existe una gran cantidad de personas con capacidad de atender al público y administrar la farmacia.

**Tabla 39 Mano de obra**

| Mano De Obra | Número De Empleados |
|--------------|---------------------|
| Vendedores   | 2                   |
| Farmacéutico | 1                   |
| Contador     | 1                   |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

#### **4.4.3 DISPONIBILIDAD DE FINANCIAMIENTO**

El BanEcuador otorga micro créditos a personas naturales o jurídicas, que tengan relación con actividades de producción, comercio o servicios, cubriendo hasta el 100% de la inversión a realizar con una tasa de interés del 15% y hasta un monto de 20.000 USD a un plazo hasta de 5 años a base de garantías ya sean quirografarias (personal), prendarias o hipotecarias.

#### **4.5 CAPACIDAD INSTALADA**

Al ser este un proyecto basado en el comercio, se inicia de la capacidad de alcance a cubrir una parte de la demanda potencial a satisfacer determinada en el estudio de mercado.

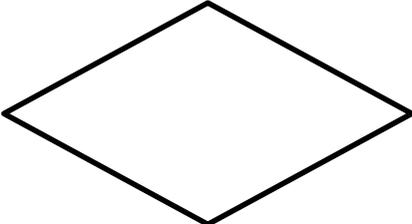
## 4.6 PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

### 4.6.1 SIMBOLOGÍA DE LOS FLUJOGRAMAS

**Tabla 40 Simbología para Flujograma**

SIMBOLOGÍAS UTILIZADAS EN LOS FLUJOGRAMAS

---

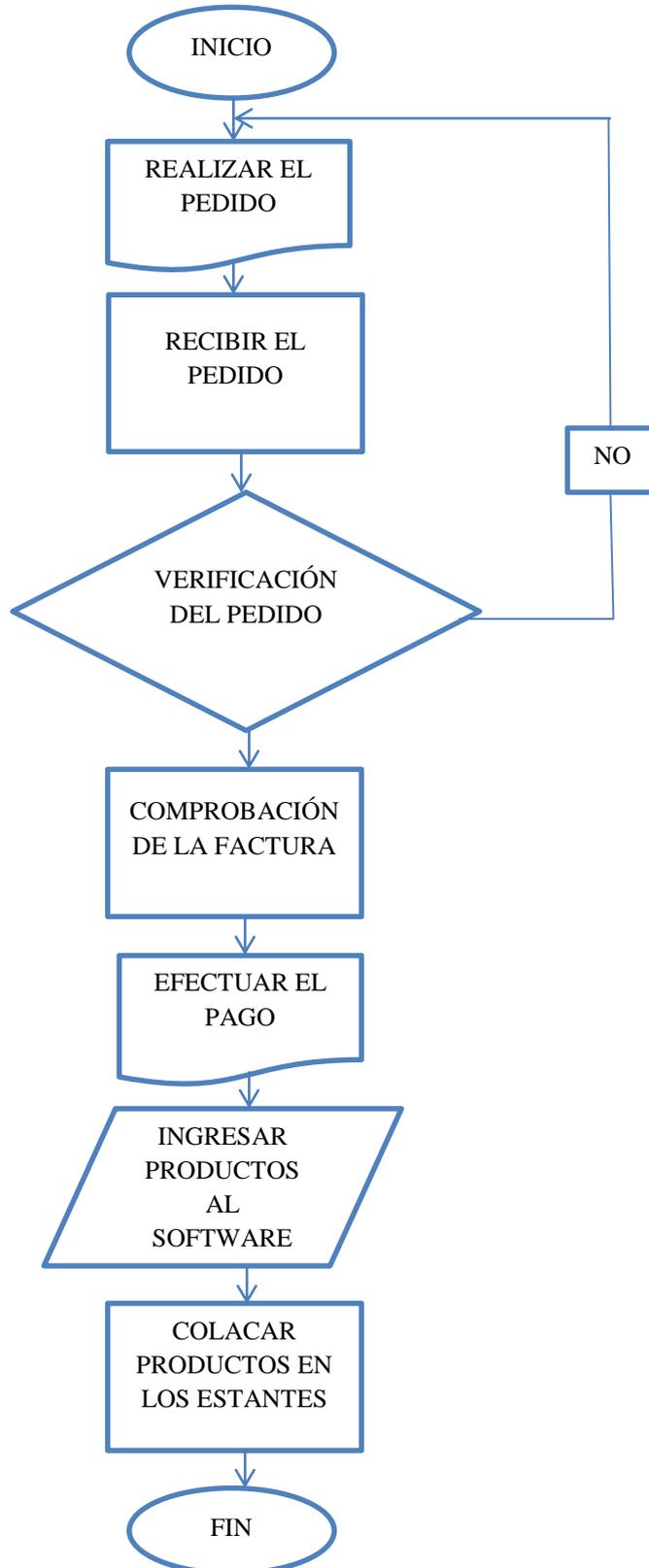
|   |   |
|---|---|
|    | Inicio y fin de las actividades                 |
|    | Expresión de asignacion algebraica              |
|  | Representación de resultados reporte<br>impreso |
|  | Condiciones de asignatura alternada             |

---

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

#### 4.6.2 DIAGRAMA DE PROCESOS NÚMERO 1

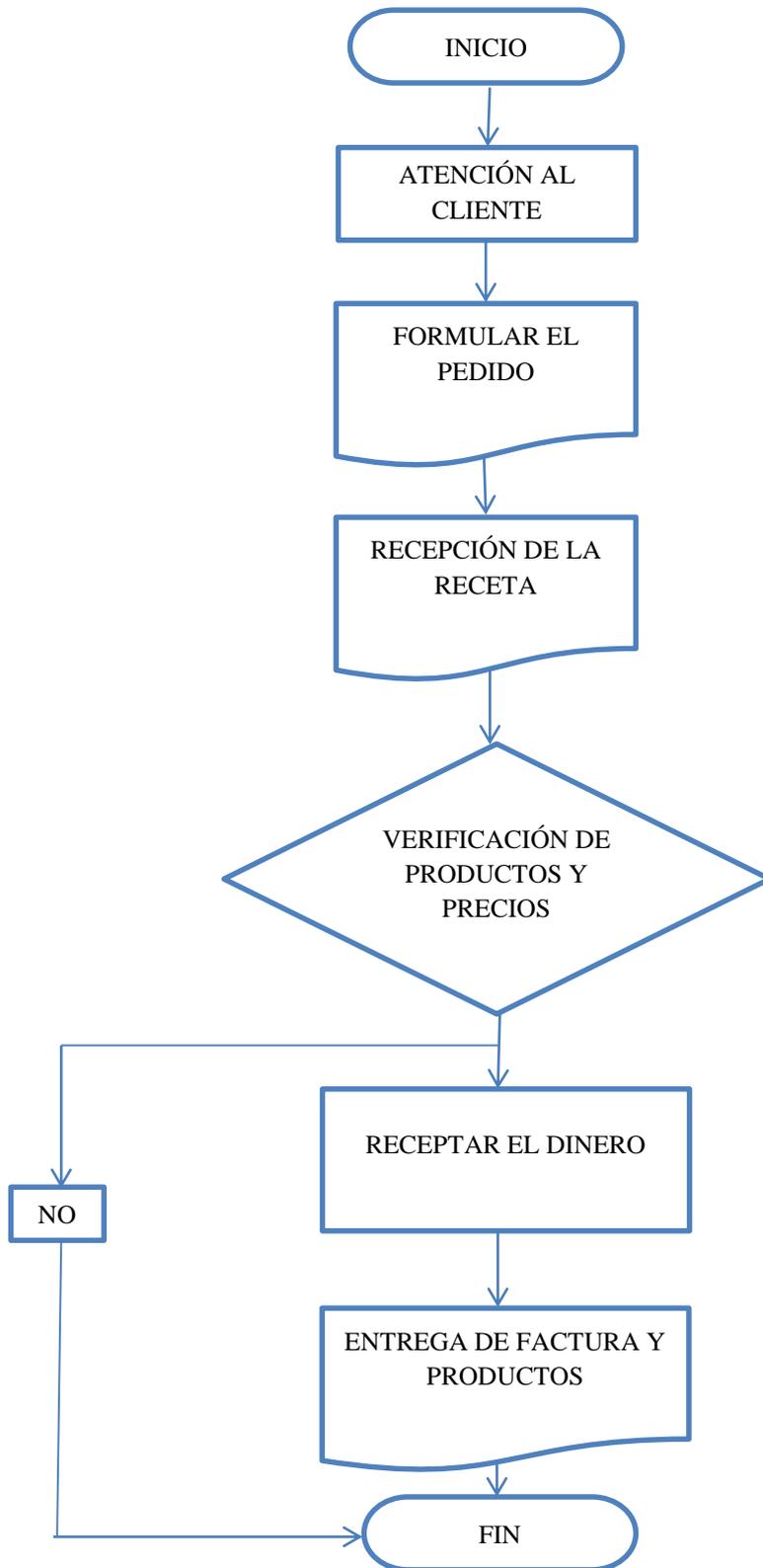
Ilustración 23 Adquisición de medicamentos



Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores  
Año: 2016

#### 4.6.3 DIAGRAMA DE PROCESOS NÚMERO 2

Ilustración 24 Venta de medicamentos al público



Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores  
Año: 2016

## **4.7 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO**

### **4.7.1 DIAGRAMA DE PROCESOS NÚMERO 1**

#### **4.7.1.1 Realizar el pedido**

Una vez realizado el convenio entre la farmacia y la distribuidora de Farmaenlace, se procede a realizar el pedido cuando este sea necesario vía telefónica o personal con las oficinas de esta institución, la cual se encarga de enviar las cantidades de productos solicitadas.

#### **4.7.1.2 Receptar el pedido**

La mercancía solicitada llega hasta las instalaciones de la farmacia y es receptada por el administrador para su posterior traslado a las estantes.

#### **4.7.1.3 Verificación del pedido**

Se realiza la verificación del pedido acorde a lo solicitado previamente mediante conteo físico y facturas para garantizar que los productos sean específicamente los que se ordenó en la cantidad y calidad solicitada.

#### **4.7.1.4 Verificación de la factura**

Se realiza la verificación de la factura para constatar la cantidad y los precios a pagar por los productos solicitados.

#### **4.7.1.5 Realizar el pago**

Una vez verificada la factura se procede a realizar el pago correspondiente en efectivo u otra forma de pago previamente establecida con la distribuidora.

#### 4.7.1.6 Ingresar los productos al software

Se ingresan los productos al software para facilitar su ubicación, búsqueda y existencias según su código.

#### 4.7.1.7 Colocar los productos en los estantes

Finalizado el ingreso de los productos al software se procede a colocarlos en sus respectivos estantes de donde será más fácil ubicarlos en caso de se requiera cierto medicamento.

### **4.7.2 DIAGRAMA DE PROCESOS NÚMERO 2**

#### 4.7.2.1 Atención al Cliente

El cliente que necesite adquirir algún medicamento u otro artículo vendido por la farmacia será atendido de una forma amigable, eficiente y eficaz por el personal que labore en el establecimiento donde se le recibirá de la mejor manera que sea posible para generar aceptación y confianza en las personas que visiten el local.

#### 4.7.2.2 Formular el pedido

Las personas que ingresen al establecimiento realizarán sus pedidos acorde a sus necesidades.

#### 4.7.2.3 Recepción de la receta

Los clientes presentarán la receta emitida por un médico al personal de la farmacia para que estos busquen los medicamentos solicitados.

#### 4.7.2.4 Verificación de productos y precios

El personal de la farmacia buscará en el software los productos requeridos por el cliente para determinar su existencia y valor monetario para garantizar que todo lo solicitado por las personas se encuentre disponible en el establecimiento, de no existir un cierto producto se informará inmediatamente.

#### 4.7.2.5 Receptar el dinero

Una vez garantizada la existencia de todos los productos requeridos se procederá a informar al cliente la cantidad total de dinero que este debe pagar por lo adquirido. El cliente realizará el pago e inmediatamente se ingresará lo recaudado a caja,

El valor total de la factura únicamente se lo recibirá en efectivo.

#### 4.7.2.6 Entrega de factura y productos

Finalizado el cobro del dinero, se realizará la entrega de los productos comprados por el cliente según sus especificaciones y las de la receta en caso de haber, aquí también se le proporcionará el original de la factura para el respaldo del cliente y este la utilice de acuerdo a sus necesidades.

### **4.8 PRESUPUESTO TÉCNICO**

#### **4.8.1 PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO**

##### **A) REQUERIMIENTO DEL TERRENO**

Para la implementación de la farmacia se procederá a la adquisición de un terreno ubicado entre las calles Obispo Mosquera y Abdón Calderón, a pocos metros del Centro de salud y GADPR San Jose de Chaltura.

**Tabla 41 Descripción del terreno**

| DESCRIPCIÓN | METROS CUADRADOS | VALOR COMERCIAL POR M2 | VALOR M2 | TOTAL |
|-------------|------------------|------------------------|----------|-------|
| Terreno     |                  | 70                     | 71.42    | 5000  |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

Una vez realizada la cotización del terreno de 70 metros cuadrados se determino que este cuesta 5.000 Dólares Americanos según avalúo comercial, extensión suficiente para la implementación de la farmacia.

## **B) INFRAESTRUCTURA CIVIL**

Para la puesta en marcha de la farmacia se realizará la construcción del establecimiento que abarcará 70 m2 suficientes para la instalación de las diferentes áreas para su correcto funcionamiento.

**Tabla 42 Cotización de construcción de la infraestructura**

| PRESUPUESTO REFERENCIAL       |                 |
|-------------------------------|-----------------|
| OBRAS PRELIMINARES            | 3050.00         |
| MOVIMIENTO DE TIERRAS         | 702,50          |
| ESTRUCTURA                    | 8,441.20        |
| ALBAÑILERÍA                   | 5.435,20        |
| INSTALACIONES HIDROSANITARIAS | 1.296,50        |
| INSTALACIONES ELÉCTRICAS      | 830,00          |
| ACABADOS                      | 5.282,00        |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>25037.40</b> |

Fuente: Arq. Francisco Chasiguano  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

### C) EQUIPAMIENTO

Se detalla los muebles de oficina y equipos necesarios para el correcto funcionamiento del establecimiento, en sus diferentes áreas.

**Tabla 43 Muebles y equipos de oficina**

| DETALLE               | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|-----------------------|----------|----------------|-------------|
| Computador            | 1        | 399.00         | 399.00      |
| Teléfono              | 1        | 21.00          | 21.00       |
| Impresora             | 1        | 45.00          | 45.00       |
| Calculadora           | 1        | 15.00          | 15.00       |
| Archivadoras          | 2        | 40.00          | 80.00       |
| Escritorio            | 1        | 80.00          | 80.00       |
| Computador            | 1        | 285.00         | 285.00      |
| Software              | 1        | 969.00         | 969.00      |
| Lector de códigos     | 1        | 216.600        | 216.600     |
| Impresora de facturas | 1        | 421.800        | 421.800     |
| Gaveta para dinero    | 1        | 478.800        | 478.800     |
| Mostrador             | 1        | 100.00         | 100.00      |
| Perchas               | 5        | 150.00         | 750.00      |
| TOTAL                 |          |                | 3861.20     |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

### D) EQUIPOS DE SEGURIDAD

Se detalle los equipos de seguridad esenciales para preservar la integridad del establecimiento, la de los empleados y de los clientes, garantizando el buen desempeño de la farmacia.

**Tabla 44 Equipos de seguridad**

| DESCRIPCIÓN         | CANTIDAD | UNIDAD | VALOR<br>UNITARIO | VALOR<br>TOTAL |
|---------------------|----------|--------|-------------------|----------------|
| CÁMARA DE SEGURIDAD | 1        | Unidad | 250.00            | 250.00         |
| ALARMA              | 1        | Unidad | 450.00            | 450.00         |
| EXTINTOR            | 1        | Unidad | 45.00             | 45.00          |
| TOTAL               |          |        |                   | 745.00         |

Fuente: Proforma

Elaborado Por: Los Autores

Año: 2016

**E) MATERIALES GENERALES**

Incluyen los insumos necesarios para el funcionamiento y mantenimiento de las instalaciones de la farmacia.

**Tabla 45 Materiales generales**

| DESCRIPCIÓN                  | CANTIDAD | UNIDAD DE<br>MEDIDA | VALOR<br>UNITARIO | VALOR<br>TOTAL |
|------------------------------|----------|---------------------|-------------------|----------------|
| FOCOS                        | 15       | Unidad              | 3.60              | 54.00          |
| TRAPEADORES                  | 6        | Unidad              | 2.00              | 12.00          |
| ESCOBAS                      | 6        | Unidad              | 1.50              | 9.00           |
| BASUREROS                    | 6        | Unidad              | 2.50              | 15.00          |
| RECOGEDOR DE<br>BASURA       | 2        | Unidad              | 1.50              | 9.00           |
| DESINFECTANTES               | 24       | Litros (2 L)        | 2.00              | 48.00          |
| BOTELLON DE AGUA             | 12       | Litros(20 L)        | 3.00              | 36.00          |
| GUANTES DE CAUCHO            | 12       | Unidad (par)        | 1.00              | 12.00          |
| SILLAS DE ESPERA             | 5        | Unidad              | 6.00              | 30.00          |
| SILLA EJECUTIVA              | 1        | Unidad              | 31.00             | 31.00          |
| SILLAS PARA<br>TRABAJADORES  | 2        | Unidad              | 20.00             | 40.00          |
| CANDADOS                     | 6        | Unidad              | 3.00              | 18.00          |
| DESINFECTANTES<br>PARA MANOS | 12       | Litros(2 L)         | 3.00              | 36.00          |
| TOTAL                        |          |                     | 80.10             | 350.00         |

Fuente: Investigación propia

Elaborado Por: Los Autores

Año: 2016

## F) INVERSIONES VARIABLES

Representa el valor de la mercadería a comprar, (medicamentos, productos OTC, cosméticos, productos de aseo personal entre otros) con los que la farmacia empezará a trabajar, este valor se calculó en base a los ingresos que la farmacia pretende obtener mensualmente.

**Tabla 46 Inversión variable**

| DESCRIPCIÓN | VALOR EN DÓLARES AMERICANOS |
|-------------|-----------------------------|
| MERCADERÍA  | 8.000                       |
| TOTAL       | 8.000                       |

Fuente: Investigación propia

Elaborado Por: Los Autores

Año: 2016

### 4.8.2 CAPITAL DE TRABAJO

#### A) REQUERIMIENTOS DE MANO DE OBRA

Los sueldos administrativos, y de ventas serán establecidos de acuerdo a la ley tomando como base las tablas sectoriales de 2016, correspondiente al Ministerio de Relaciones Laborales.

**Tabla 47 Requerimientos de mano de obra**

| CARGO        | SBU    | FONDO<br>RESERVA | GASTO<br>MENSUAL | INGRESO<br>ANUAL | APORTE<br>MENSUAL<br>12, 15% | APORTE<br>ANUAL | DÉCIMO<br>TERCER | DÉCIMO<br>CUARTO | VACACIONES | TOTAL<br>AÑO 1 |
|--------------|--------|------------------|------------------|------------------|------------------------------|-----------------|------------------|------------------|------------|----------------|
| Contador     | 50.00  | 0.00             | 50.00            | 600.00           | 0.00                         | 0.00            | 0.00             | 0.00             | 0.00       | 600.00         |
| Farmacéutico | 50.00  | 0.00             | 50.00            | 600.00           | 0.00                         | 0.00            | 0.00             | 0.00             | 0.00       | 600.00         |
| Vendedor 1   | 366.00 | 30.50            | 366.00           | 4392.00          | 44.47                        | 533.63          | 366.00           | 366.00           | 183.00     | 5657.63        |
| Vendedor 2   | 183.00 | 15.25            | 183.00           | 2196.00          | 22.23                        | 266.81          | 183.00           | 183.00           | 91.50      | 2828.81        |
| TOTAL        | 649.00 | 45.75            | 649.00           | 7788.00          | 66.70                        | 800.44          | 549.00           | 549.00           | 274.50     | 9686.44        |

Fuente: Investigación propia

Elaborado Por: Los Autores

Año: 2016

En el proyecto interviene un contador al cual se lo contratará una vez por mes, mismo que se encargará de los aspectos necesarios para el buen funcionamiento de la farmacia, un farmacéutico para cumplir con los disposiciones legales y dos vendedores que trabajarán por

turnos, uno de ellos trabajará de lunes a viernes y el segundo lo hará los fines de semana, estos valores se los estableció tomando como bases las tablas sectoriales de 2016, correspondiente al Ministerio de Relaciones laborales, sumando a esto los beneficios de ley.

## **B) INVERSIÓN DIFERIDA**

Los gastos de constitución representan aquellos valores necesarios para la puesta en marcha del proyecto y de esta manera cumplir los parámetros que exige la ley, para con ello lograr un adecuado funcionamiento del establecimiento.

**Tabla 48 Gastos de constitución**

| DESCRIPCIÓN             | VALOR         |
|-------------------------|---------------|
| Registro sanitario      | 58.34         |
| Ordenanza municipal     | 10.50         |
| Gastos de investigación | 600.00        |
| Permiso ARCSA           | 26.80         |
| Permiso de uso de suelo | 18.00         |
| Permiso de bomberos     | 42.00         |
| <b>TOTAL</b>            | <b>755.64</b> |

Fuente: Organismos de control

Elaborado Por: Los Autores

Año: 2016

## **C) SERVICIOS BÁSICOS**

Los servicios básicos representan un rubro a pagar para el buen funcionamiento de la farmacia, para lo cual se han estimado los gastos a incurrir mensual y anualmente.

**Tabla 49 Servicios básicos**

| DETALLE      | VALOR MENSUAL | VALOR ANUAL   |
|--------------|---------------|---------------|
| Agua         | 10.00         | 120.00        |
| Luz          | 30.00         | 360.00        |
| Teléfono     | 20.00         | 240.00        |
| <b>TOTAL</b> | <b>60.00</b>  | <b>720.00</b> |

Fuente: Investigación propia

Elaborado Por: Los Autores

Año: 2016

## B) PUBLICIDAD

La publicidad será realizada en cuñas radiales en la frecuencia 92.7 Radio Canela, y además presentaciones en trípticos para informar a la población acerca de la farmacia que se ubicará en la parroquia.

**Tabla 50 Publicidad**

| DETALLE                           | UNIDAD                        | VALOR MENSUAL EN DÓLARES | VALOR ANUAL EN DÓLARES |
|-----------------------------------|-------------------------------|--------------------------|------------------------|
| Cuñas radiales en la radio Canela | 4 anuncios al mes             | 48.00                    | 576.00                 |
| Hojas volantes                    | 1 paquete de 100 hojas al mes | 9.00                     | 108.00                 |
| <b>TOTAL</b>                      |                               | <b>105.00</b>            | <b>684.00</b>          |

Fuente: Investigación propia

Elaborado Por: Los Autores

Año: 2016

## C) IMPREVISTOS

Pare enfrentar inconvenientes durante el normal funcionamiento del establecimiento se elaboró un Plan de Contingencia para resolver imprevistos que puedan afectar las actividades de la farmacia, (ver tabla número 88, estudio financiero pag. 169)

**Tabla 51 Plan de Contingencia**

| <b>PRESUPUESTO PLAN DE CONTINGENCIA</b>  |  |               |
|--|--|---------------|
| <b>ACTIVIDAD</b>   | <b>RESPONSABLE</b>                           | <b>COSTO</b>  |
| Capacitar al personal sobre las buenas prácticas de recepción, almacenamiento y dispensación de medicamentos en las farmacias. | Personal de la farmacia                      | 400.00        |
| Capacitar al personal en cuanto a desastres naturales.   | Personal de la farmacia                      | 400.00        |
| Establecer convenios con la distribuidora de mercadería para garantizar un stock suficiente.                                   | Representante de la farmacia y distribuidora | 0,00          |
| <b>TOTAL</b>   |  | <b>800,00</b> |

Fuente: Investigación propia

Elaborado Por: Los Autores

Año: 2016

#### 4.9 RESUMEN DEL CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo está proyectado para cumplir con dos meses de funcionamiento según lo detallado en el siguiente cuadro.

**Tabla 52 Capital de trabajo**

| DETALLE                | VALOR EN DÓLARES AMERICANOS |
|------------------------|-----------------------------|
| SUELDOS PERSONAL       | 1614.41                     |
| SERVICIOS BÁSICOS      | 120.00                      |
| SUMINISTROS DE OFICINA | 235.00                      |
| SUMINISTROS DE ASEO    | 23.50                       |
| PUBLICIDAD             | 114.00                      |
| GASTOS DIFERIDOS       | 755.64                      |
| PLAN DE CONTINGENCIA   | 800.00                      |
| <b>TOTAL</b>           | <b>3634.55</b>              |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

#### 4.10 INVERSIÓN TOTAL

La inversión requerida para la puesta en marcha del proyecto se detalla a continuación.

**Tabla 53 Inversión del proyecto**

| DETALLE                    | MONTO EN DÓLARES | PORCENTAJE %    |
|----------------------------|------------------|-----------------|
| INVERSIÓN VARIABLE MENSUAL | 8000.00          | 17.30 %         |
| CAPITAL DE TRABAJO         | 3662.55          | 7.92 %          |
| INVERSIÓN FIJA             | 34571.80         | 74.78 %         |
| TERRENO                    | 5000.00          |                 |
| INFRAESTRUCTURA            | 25037.40         |                 |
| EQUIPO DE COMPUTO          | 1653.00          |                 |
| EQUIPO DE OFICINA          | 776.40           |                 |
| MUEBLES Y ENCERES          | 1010.00          |                 |
| EQUIPO DE SEGURIDAD        | 745.00           |                 |
| MATERIALES GENERALES       | 350.00           |                 |
| <b>TOTAL</b>               | <b>46234.35</b>  | <b>100.00 %</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

#### 4.11 FINANCIAMIENTO

El proyecto será financiado en un 78.37% con recursos propios que los socios aportarán para iniciar con las actividades y el 21.63% mediante la realización de un préstamo en BanEcuador, a un plazo de 5 años.

**Tabla 54 Estructura de la inversión**

| DETALLE              | VALOR EN DÓLARES | PORCENTAJE % |
|----------------------|------------------|--------------|
| INVERSIÓN PROPIA     | 36234.35         | 78.37 %      |
| INVERSIÓN FINANCIADA | 10000.00         | 21.63 %      |
| TOTAL INVERSIÓN      | 46234.35         | 100.00 %     |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

#### 4.12 ANÁLISIS DEL ESTUDIO TÉCNICO

Mediante el estudio técnico realizado para la presente investigación, se logró establecer la macro y micro ubicación, para determinar el lugar idóneo que cuenta con las condiciones ideales tales como: seguridad, servicios básicos y afluencia de personas, además se consideró el número requerido de empleados, suministros y propiedad planta y equipo necesarios para la creación de la farmacia, además se estimó su valor de acuerdo a proformas, avalúo, y diseño de las instalaciones, esto permitió establecer la inversión inicial para la puesta en marcha del proyecto, la misma que estará conformada por el aporte propio y financiado este último se lo obtendrá mediante un crédito en una institución financiera.

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

Realizar el presente estudio financiero tiene como propósito analizar la inversión necesaria, su financiamiento y amortización de crédito, el volumen de venta, proyección de ingresos por ventas, determinar los gastos o egresos, presentar los estados financieros y efectuar la evaluación financiera que sustente la factibilidad y viabilidad del proyecto.

El estudio Financiero se constituye generalmente de presupuestos de ingresos, costos y gastos, así como la determinación y las fuentes de financiamiento que se requieren durante la creación y operación de la farmacia. Esta información es muy necesaria al momento de realizar la evaluación financiera ya que nos permitirá conocer si el proyecto es factible económicamente.

#### 5.1 DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS PROYECTADOS

Para determinar los ingresos por ventas en el establecimiento, es indispensable tomar en cuenta la demanda potencial a satisfacer analizada en el estudio de mercado y su posible crecimiento, para lo cual se consideró el número de familias existentes en el sector y el gasto mensual en que incurren éstas en medicamentos y su respectiva proyección para los años siguientes con el 1.19% de inflación.

**Tabla 55 Proyección de ingresos por ventas**

| PROYECCIÓN | NÚMERO DE HOGARES | GASTO MENSUAL POR HOGAR EN DÓLARES | GASTO ANUAL POR HOGAR EN DÓLARES | INGRESO ANUAL EN DÓLARES |
|------------|-------------------|------------------------------------|----------------------------------|--------------------------|
| Año 1      | 442               | \$ 20.00                           | \$ 240.00                        | \$ 106080.00             |
| Año 2      | 450               | \$ 20.24                           | \$ 242.86                        | \$ 109285.20             |
| Año 3      | 458               | \$ 20.48                           | \$ 245.75                        | \$ 112551.66             |
| Año 4      | 466               | \$ 20.72                           | \$ 248.67                        | \$ 115880.39             |
| Año 5      | 474               | \$ 20.97                           | \$ 251.63                        | \$ 119272.40             |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

La creación de la farmacia cubrirá la demanda potencial a satisfacer ya que en la parroquia no existe un establecimiento similar, por lo que se espera que la aceptación de este proyecto sea altamente favorable.

## 5.2 PRESUPUESTO DE EGRESOS

Representan los desembolsos de dinero que la entidad deberá efectuar para ejecutar con normalidad las actividades que realizará, con la finalidad de obtener beneficios económicos futuros.

### 5.2.1 COSTO DE LA MERCADERÍA

Se presenta la cantidad en dólares de medicamentos y suministros relacionados que la farmacia deberá adquirir para su posterior venta al público.

En base a los ingresos proyectados se calcula el total de la mercadería que la farmacia necesitará para efectuar sus actividades año tras año.

El valor del costo de la mercadería es calculado descontando el 30% del total de los ingresos que se pretende obtener, este valor representa el margen de utilidad que se obtendrá por la venta de la mercancía.

**Tabla 56 Mercancía en dólares**

| AÑO   | COSTO DE LA MERCANCÍA EN DÓLARES |
|-------|----------------------------------|
| Año 1 | \$ 81600.00                      |
| Año 2 | \$ 84065.54                      |
| Año 3 | \$ 86578.20                      |
| Año 4 | \$ 89138.76                      |
| Año 5 | \$ 91748.00                      |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

### 5.3 PROYECCIÓN DEL PRECIO

El precio de los diferentes medicamentos se encuentra establecidos por el Ministerio de Salud Pública y son emitidos a través de un listado por el Consejo Nacional de Fijación de Precios de Medicamentos de Uso y Consumo Humano, por lo cual estos no pueden ser alterados proyectados.

### 5.4 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos de administración son aquellos egresos efectuados en las actividades de planificación y dirección que son necesarias para el buen funcionamiento del establecimiento a una tasa de inflación del 1.19%.

#### 5.4.1 ÚTILES DE OFICINA

Los suministros de oficina comprenden los egresos efectuados para la adquisición de materiales necesarios para el correcto funcionamiento del área administrativa, tabla que será proyectada en base a la tasa de inflación 1.19 %.

**Tabla 57 Detalle de útiles de oficina**

| DETALLE        | CANTIDAD         | VALOR MENSUAL | VALOR ANUAL |
|----------------|------------------|---------------|-------------|
| Resma de papel | 1                | 3.50          | 42          |
| Otros          | Varios artículos | 30.00         | 360.00      |
| Total          |                  | 33.50         | 402.00      |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

**Tabla 58 Útiles de aseo**

| DETALLE                      | CANTIDAD | VALOR<br>(DOS MESES) | VALOR ANUAL |
|------------------------------|----------|----------------------|-------------|
| Trapeadores                  | 1        | 2.00                 | 12.00       |
| Escobas                      | 1        | 1.50                 | 9.00        |
| Basureros                    | 1        | 2.50                 | 15.00       |
| Recogedor de basura          | 1        | 1.50                 | 9.00        |
| Desinfectantes               | 4        | 8.00                 | 48.00       |
| Guantes                      | 2        | 2.00                 | 12.00       |
| Desinfectantes para<br>manos | 2        | 6.00                 | 36.00       |
| Total                        |          | 23.5                 | 141.00      |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

**Tabla 59 Útiles de oficina y aseo proyectados**

| DETALLE           | AÑO 1  | AÑO 2  | AÑO 3  | AÑO 4  | AÑO 5  |
|-------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Útiles de oficina | 402.00 | 406.78 | 411.62 | 416.52 | 421.48 |
| Útiles de aseo    | 141.00 | 142.68 | 144.38 | 146.09 | 147.83 |
| Total             | 543.00 | 549.46 | 556.00 | 562.62 | 569.31 |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

#### 5.4.2 SERVICIOS BÁSICOS

Los servicios básicos comprenden los rubros de pagos por energía eléctrica, telefonía fija, agua potable, egresos indispensables para el funcionamiento de la farmacia con un incremento del 1.19% siendo esta la tasa de inflación.

**Tabla 60 Servicios básicos**

| DETALLE  | VALOR<br>MENSUAL | VALOR<br>ANUAL | AÑO 1  | AÑO 2  | AÑO 3  | AÑO 4  | AÑO 5  |
|----------|------------------|----------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Agua     | 10.00            | 120.00         | 120.00 | 121.43 | 122.87 | 124.34 | 125.81 |
| Luz      | 30.00            | 360.00         | 360.00 | 364.28 | 368.62 | 373.01 | 377.44 |
| Teléfono | 20.00            | 240.00         | 240.00 | 242.86 | 245.75 | 248.67 | 251.63 |
| TOTAL    | 60.00            | 720.00         | 720.00 | 728.57 | 737.24 | 746.01 | 754.89 |

Fuente: Investigación propia  
 Elaborado por: Los autores  
 Año: 2016

### 5.4.3 GASTOS SERVICIOS PROFESIONALES

Con el afán de administrar el establecimiento de manera eficiente se establece los gastos efectuados por el pago de contratación por servicios profesionales para la realización de las actividades contables y administrativas de la farmacia, para su debida proyección en los próximos años se utilizará el porcentaje de variación de los sueldos y salarios en el país la misma que es de 5.83% anual.

**Tabla 61 Gastos por servicios profesionales**

| DETALLE                       | AÑO 1   | AÑO 2   | AÑO 3   | AÑO 4   | AÑO 5   |
|-------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Gasto servicios profesionales | 600.00  | 634.99  | 672.03  | 711.23  | 752.71  |
| Gasto servicios farmacéutico  | 600.00  | 634.99  | 672.03  | 711.23  | 752.71  |
| Total                         | 1200.00 | 1269.99 | 1344.06 | 1422.45 | 1505.42 |

Fuente: Investigación propia  
 Elaborado Por: Los Autores  
 Año: 2016

Se contratará mensualmente los servicios profesionales de un contador CPA, para que realice las gestiones correspondientes a declaraciones de IVA, pagos de décimos al personal de venta y demás requisitos para el buen funcionamiento del establecimiento, además se contratará a un farmacéutico que realice las gestiones establecidas por la ley.

#### 5.4.4 RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

Se presenta de forma de tallada los egresos efectuados en cada uno de los puntos anteriores.

**Tabla 62 Resumen gastos administrativos**

| DETALLE                 | AÑO 1   | AÑO 2   | AÑO 3   | AÑO 4   | AÑO 5   |
|-------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Suministros             | 543.00  | 549.46  | 556.00  | 562.62  | 569.31  |
| Servicios básicos       | 720.00  | 728.57  | 737.24  | 746.01  | 754.89  |
| Sueldos Administrativos | 1200.00 | 1269.99 | 1344.06 | 1422.45 | 1505.42 |
| Total                   | 2463.00 | 2548.02 | 2637.30 | 2731.08 | 2829.62 |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

#### 5.5 GASTOS DE VENTAS

Los gastos de venta corresponderán a los desembolsos de dinero efectuados para garantizar la publicidad de la farmacia en la parroquia y sectores aledaños y demás gastos necesarios para la atención al cliente.

##### 5.5.1 SUMINISTROS Y MATERIALES DE VENTAS

Corresponden los egresos realizados en la adquisición de suministros adecuados para entregar de forma adecuada al cliente los productos que estos soliciten, valores que serán proyectados con una tasa de inflación del 1.19 %

**Tabla 63 Suministros y materiales**

| DETALLE    | Año 1   | Año 2   | Año 3   | Año 4   | Año 5   |
|------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| MATERIALES | 1008.00 | 1020.00 | 1032.13 | 1044.42 | 1056.84 |
| TOTAL      | 1008.00 | 1020.00 | 1032.13 | 1044.42 | 1056.84 |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

## 5.5.2 SUELDOS DE VENDEDORES

Representan los gastos incurridos en el pago de sueldos a las personas encargadas de la venta de los productos que ofrecerá la farmacia quienes tendrán contacto directo con el cliente.

**Tabla 64 Sueldos de vendedores**

| CARGO      | SALARIO UNIFICADO | FONDO RESERVA | GASTO MENSUAL | GASTO ANUAL | APORTE MENSUAL 12, 15% | APORTE ANUAL | DÉCIMO TERCERO | DÉCIMO CUARTO | VACACIONES | TOTAL AÑO 1 |
|------------|-------------------|---------------|---------------|-------------|------------------------|--------------|----------------|---------------|------------|-------------|
| VENDEDOR 1 | 366.000           | 366.00        | 366.00        | 4392.00     | 44.47                  | 533.63       | 366.00         | 366.00        | 183.00     | 5657.63     |
| VENDEDOR 2 | 183.000           | 183.00        | 183.00        | 2196.00     | 22.23                  | 266.81       | 183.00         | 183.00        | 91.50      | 2828.81     |
| TOTAL      | 549.00            | 549.00        | 549.00        | 6588.00     | 66.70                  | 800.44       | 549.00         | 549.00        | 274.50     | 8486.44     |

**Fuente: Investigación propia**

**Elaborado Por: Los Autores**

**Año: 2016**

Se presenta la tabla de sueldos de vendedores proyectada para los años posteriores a la implementación del proyecto.

**Tabla 65 Sueldos de vendedores proyectados**

| DETALLE    | AÑO 1   | AÑO 2   | AÑO 3   | AÑO 4    | AÑO 5    |
|------------|---------|---------|---------|----------|----------|
| VENDEDOR 1 | 5657.63 | 5987.61 | 6336.83 | 6706.42  | 7097.57  |
| VENDEDOR 2 | 2828.81 | 2993.80 | 3168.42 | 3353.21  | 3548.79  |
| TOTAL      | 8486.44 | 8981.41 | 9505.25 | 10059.64 | 10646.36 |

**Fuente: Investigación propia**

**Elaborado por: Los autores**

**Año: 2016**

## 5.5.3 RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS

Se presentan de manera detallada los valores de los egresos efectuados en los anteriores puntos.

**Tabla 66 Resumen de gastos de venta**

| DETALLE    | Año 1   | Año 2    | Año 3    | Año 4    | Año 5    |
|------------|---------|----------|----------|----------|----------|
| Materiales | 1008.00 | 1020.00  | 1032.13  | 1044.42  | 1056.84  |
| Sueldos    | 8486.44 | 8981.41  | 9505.25  | 10059.64 | 10646.36 |
| Total      | 9494.44 | 10001.41 | 10537.38 | 11104.05 | 11703.20 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado Por: Los Autores

Año: 2016

## 5.6 GASTOS FINANCIEROS

El proyecto a ser implementado estará financiado en un 76.83 % con recursos propios los cuales serán aportados por los socios del mismo y la diferencia el 23.17% se obtendrá mediante una gestión de crédito en una de las instituciones financieras del estado, tal cual es BanEcuador, a un plazo de 5 años con una tasa del 15% anual.

La siguiente tabla hace referencia a la amortización del crédito financiero que cubrirá el 23.17% del financiamiento total del proyecto que establece un valor de 10.000 dólares americanos necesarios para la implementación de la farmacia.

MONTO: 10.000 dólares

PLAZO: 60 meses

TASA: 15 %

**Tabla 67 Resumen de obligaciones crediticias**

| Detalle      | Año 1    | Año 2    | Año 3     | Año 4    | Año 5    |
|--------------|----------|----------|-----------|----------|----------|
| Interés      | 1,312.64 | 1,090.16 | 834.32    | 540.10   | 201.75   |
| Pago capital | 1,483.16 | 1,705.63 | 19,961.47 | 2,255.69 | 2,594.05 |
| Total        | 2,795.79 | 2,795.79 | 2,795.79  | 2,795.79 | 2,795.79 |

Fuente: Investigación propia

Elaborado Por: Los Autores

Año: 2016

## **5.7 DEPRECIACIÓN DE PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO**

Para la depreciación de la Propiedad Planta y Equipo de la farmacia en área de ventas y administrativa se consideró la vida útil de cada uno de estos de acuerdo a lo establecido en el REGLAMENTO DE APLICACIÓN DE LA LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO y las consideraciones que establece la NIIF 16.

a) Fuente: Reglamento de la LORTI.

Reglamento de la LORTI menciona en él, artículo 28.- Gastos generales deducibles.- Bajo las condiciones descritas en el artículo precedente y siempre que no hubiera sido aplicados al costo de producción, son deducibles los gastos previstos por la Ley de Régimen Tributario Interno , en los términos señalados en ella y en este reglamento tales como: (SERVICIO DE RENTAS INTERNAS, 2016)

6. Depreciación de Propiedad Planta y Equipo.

a) La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

(I) Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5 % anual

(II) Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual

(III) Vehículos, equipos de transporte y equipo de camionero móvil 20% anual

(IV) Equipos de cómputo y software 33% anual

En caso de que los porcentajes establecidos como máximos en este Reglamento sean superiores a los calculados de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil o la técnica contable, se aplicarán estos últimos.

b) Cuando el contribuyente haya adquirido repuestos destinados exclusivamente al mantenimiento de un activo fijo podrá, a su criterio, cargar directamente al gasto el valor de cada repuesto utilizado o depreciar todos los repuestos adquiridos, al margen de su utilización efectiva, en función a la vida útil restante del activo fijo para el cual están destinados, pero nunca en menos de cinco años. Si el contribuyente vendiere tales repuestos, se registrará como ingreso gravable el valor de la venta y, como costo, el valor que faltare por depreciar. Una vez adoptado un sistema, el contribuyente solo podrá cambiarlo con la autorización previa del respectivo Director Regional del Servicio de Rentas Internas;

c) (Reformado por el núm. 7 del Art. 9 del D.E. 539, R.O. 407-3S, 31-XII-2014).- En casos de obsolescencia, utilización intensiva, deterioro acelerado u otras razones debidamente justificadas, el respectivo Director Regional del Servicio de Rentas Internas podrá autorizar depreciaciones en porcentajes anuales mayores a los indicados, los que serán fijados en la resolución que dictará para el efecto. Para ello, tendrá en cuenta la técnica contable y los parámetros técnicos de cada industria y del respectivo bien. Podrá considerarse la depreciación acelerada exclusivamente en el caso de bienes nuevos, y con una vida útil de al menos cinco años, por tanto, no procederá para el caso de bienes usados adquiridos por el contribuyente. Tampoco procederá depreciación acelerada en el caso de bienes que hayan ingresado al país bajo regímenes suspensivos de tributos.

Mediante este régimen, la depreciación no podrá exceder del doble de los porcentajes señalados en letra a);

b) Fuente: NIFF 16

De acuerdo a la NIIF 16 se considera como elementos de propiedad planta y equipo se reconocerá como activo sí y solo sí:

a) sea probable que la entidad obtenga los beneficios económicos futuros derivados del mismo; y

b) el costo del elemento puede medirse con fiabilidad.

El método de depreciación aplicado a un activo se revisará, como mínimo, al término de cada periodo anual y, si hubiera habido un cambio significativo en el patrón esperado de consumo de los beneficios económicos futuros incorporados al activo, se cambiará para reflejar el nuevo patrón.

Pueden utilizarse diversos métodos de depreciación para distribuir el importe depreciable de un activo de forma sistemática a lo largo de su vida útil. Entre los mismos se incluyen el método lineal, el método de depreciación decreciente y el método de las unidades de producción. La depreciación lineal dará lugar a un cargo constante a lo largo de la vida útil del activo, siempre que su valor residual no cambie. El método de depreciación decreciente en función del saldo del elemento dará lugar a un cargo que irá disminuyendo a lo largo de su vida útil. El método de las unidades de producción dará lugar a un cargo basado en la utilización o producción esperada. La entidad elegirá el método que más fielmente refleje el patrón esperado de consumo de los beneficios económicos futuros incorporados al activo. Dicho método se aplicará uniformemente en todos los periodos, a menos que se haya producido un cambio en el patrón esperado de consumo de dichos beneficios económicos futuros. (NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA, 2016)

Por lo anteriormente expuesto se procederá a realizar el cálculo de la depreciación correspondiente a la propiedad, planta y equipo con los cuales contará el establecimiento.

### 5.7.1 TABLAS DE DEPRECIACIÓN

#### a) EDIFICACIONES Y CONSTRUCCIONES

Para la puesta en marcha del proyecto se construirá un local de 70 metros cuadrados el mismo que tendrá un costo de 25037.40 Dólares americanos con un valor residual al final de su vida útil del 10% del valor actual.

VALOR ACTUAL: 25037.40

VALOR RESIDUAL: 2503.74

VIDA ÚTIL: 20 años

**Tabla 68 Depreciación de edificio**

| EDIFICACIONES | VALOR ACTUAL | DEPRECIACIÓN | DEP. ACUM. | SALDO    |
|---------------|--------------|--------------|------------|----------|
| AÑO1          | 25037.40     | 1126.683     | 1126.683   | 23910.72 |
| AÑO 2         | 25037.40     | 1126.683     | 2253.366   | 22784.03 |
| AÑO3          | 25037.40     | 1126.683     | 3380.049   | 21657.35 |
| AÑO4          | 25037.40     | 1126.683     | 4506.732   | 20530.67 |
| AÑO5          | 25037.40     | 1126.683     | 5633.415   | 19403.99 |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores  
Año: 2016

#### b) EQUIPO DE CÓMPUTO

Para el funcionamiento de la farmacia es necesaria la adquisición de equipo de cómputo que será utilizado por el personal que laborará en el establecimiento, el valor de este asciende a 1653.00 dólares americanos con un valor residual del 10%.

VALOR ACTUAL: 1653.00

VALOR RESIDUAL: 165.30

VIDA ÚTIL: 3 años

**Tabla 69 Depreciación del equipo de cómputo**

| EQUIPO DE OFICINA | VALOR ACTUAL | DEPRECIACION | DEP. ACUM | SALDO   |
|-------------------|--------------|--------------|-----------|---------|
| AÑO 1             | 1653.00      | 495.9        | 495.9     | 1157.10 |
| AÑO 2             | 1653.00      | 495.9        | 991.8     | 661.20  |
| AÑO 3             | 1653.00      | 495.9        | 1487.7    | 165.30  |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

### c) EQUIPO DE OFICINA

Como parte de equipamiento de la farmacia se comprará equipos de oficina cuyo valor es de 776.40.00 dólares y con un valor del 10% al final de su vida útil.

VALOR ACTUAL: 776.40

VALOR RESIDUAL: 77.64

VIDA ÚTIL: 10 años

**Tabla 70 Depreciación del equipo de oficina**

| EQUIPO DE OFICINA | VALOR ACTUAL | DEPRECIACION | DEP. ACUM | SALDO  |
|-------------------|--------------|--------------|-----------|--------|
| AÑO 1             | 776.40       | 69.876       | 69.88     | 706.52 |
| AÑO 2             | 776.40       | 69.876       | 139.75    | 636.65 |
| AÑO 3             | 776.40       | 69.876       | 209.63    | 566.77 |
| AÑO 4             | 776.40       | 69.876       | 279.50    | 496.90 |
| AÑO 5             | 776.40       | 69.876       | 349.38    | 427.02 |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

#### **d) MUEBLES**

Como mobiliario para las instalaciones de la empresa se contará con muebles para uso del personal y público que ingrese a la farmacia con un valor de 1010.00 dólares y con un valor residual del 10%.

VALOR ACTUAL: 1010.00

VALOR RESIDUAL: 101.00

VIDA ÚTIL: 10 años

**Tabla 71 Estanterías**

| ESTANTERÍAS | VALOR ACTUAL | DEPRECIACIÓN | DEP. ACUM | SALDO  |
|-------------|--------------|--------------|-----------|--------|
| AÑO 1       | 1010.00      | 90.90        | 90.90     | 919.10 |
| AÑO 2       | 1010.00      | 90.90        | 181.80    | 828.20 |
| AÑO 3       | 1010.00      | 90.90        | 272.70    | 737.30 |
| AÑO 4       | 1010.00      | 90.90        | 363.60    | 646.40 |
| AÑO 5       | 1010.00      | 90.90        | 454.50    | 555.50 |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los autores  
Año: 2016

#### **e) EQUIPO DE SEGURIDAD**

Como parte del equipamiento para garantizar la seguridad de las instalaciones se procederá a la adquisición de equipos de seguridad con un valor de 763.00 USD y un valor residual del 10%.

VALOR ACTUAL: 745.00

VALOR RESIDUAL: 74.50

VIDA ÚTIL: 10 años

**Tabla 72 Depreciación del equipo de seguridad**

| SEGURIDAD | VALOR ACTUAL | DEPRECIACIÓN | DEP. ACUM | SALDO  |
|-----------|--------------|--------------|-----------|--------|
| AÑO 1     | 745.00       | 67.05        | 67.05     | 677.95 |
| AÑO 2     | 745.00       | 67.05        | 134.1     | 610.90 |
| AÑO 3     | 745.00       | 67.05        | 201.15    | 543.85 |
| AÑO 4     | 745.00       | 67.05        | 268.2     | 476.80 |
| AÑO 5     | 745.00       | 67.05        | 335.25    | 409.75 |

Fuente: Investigación propia  
 Elaborado Por: Los Autores  
 Año: 2016

### 5.7.2 RESUMEN DE DEPRECIACIÓN

Se calculó el valor de la depreciación de la propiedad planta y equipo que dispondrá la farmacia, utilizando el método de línea recta, tomando como referencia los años de vida útil que la ley establece.

**Tabla 73 Resumen depreciación Propiedad Planta y Equipo**

| DETALLE             | VALOR    | VIDA ÚTIL | VALOR RESIDUAL | AÑO 1   | AÑO 2   | AÑO 3   | AÑO 4   | AÑOS    |
|---------------------|----------|-----------|----------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| EDIFICACIÓN         | 25037.40 | 20        | 2503.74        | 1126.68 | 1126.68 | 1126.68 | 1126.68 | 1126.68 |
| EQUIPO DE COMPUTO   | 1653.00  | 3         | 165.3          | 495.90  | 495.90  | 495.90  | 495.90  | 495.90  |
| EQUIPO DE OFICINA   | 776.40   | 10        | 77.64          | 69.88   | 69.88   | 69.88   |         |         |
| MUEBLES Y ENSERES   | 1010.00  | 10        | 101            | 90.90   | 90.90   | 90.90   | 90.90   | 90.90   |
| EQUIPO DE SEGURIDAD | 745.00   | 10        | 74.5           | 67.05   | 67.05   | 67.05   | 67.05   | 67.05   |
| TOTAL               | 29221.80 |           |                | 1850.41 | 1850.41 | 1850.41 | 1354.51 | 1354.51 |

Fuente: Investigación propia  
 Elaborado Por: Los Autores  
 Año: 2016

### 5.8 AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

Estos gastos son pagados de forma anticipada para iniciar la constitución de la empresa y los pre-estudios de factibilidad para el proyecto, esta amortización se la realiza para un plazo de 5 años dividiendo el total en cinco partes iguales.

Los valores correspondientes a cada permiso y gastos previos a la puesta en marcha del proyecto se encuentran detallados a continuación.

**Tabla 74 Activos diferidos**

| DESCRIPCIÓN             | VALOR  |
|-------------------------|--------|
| REGISTRO SANITARIO      | 58.34  |
| ORDENANZA MUNICIPAL     | 10.50  |
| GASTOS DE INVESTIGACIÓN | 600.00 |
| PERMISO ARCSA           | 26.80  |
| PERMISO DE USO DE SUELO | 18.00  |
| PERMISO DE BOMBEROS     | 42.00  |
| TOTAL                   | 755.64 |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

**Tabla 75 Amortización de activos diferidos**

| DESCRIPCIÓN             | VALOR  | VIDA ÚTIL | AÑO 1  | AÑO 2  | AÑO 3  | AÑO 4  | AÑO 5  |
|-------------------------|--------|-----------|--------|--------|--------|--------|--------|
| REGISTRO SANITARIO      | 58.34  | 5         | 11.67  | 11.67  | 11.67  | 11.67  | 11.67  |
| ORDENANZA MUNICIPAL     | 10.50  | 5         | 2.10   | 2.10   | 2.10   | 2.10   | 2.10   |
| GASTOS DE INVESTIGACIÓN | 600.00 | 5         | 120.00 | 120.00 | 120.00 | 120.00 | 120.00 |
| PERMISO ARCSA           | 26.80  | 5         | 5.36   | 5.36   | 5.36   | 5.36   | 5.36   |
| PERMISO DE USO DE SUELO | 18.00  | 5         | 3.60   | 3.60   | 3.60   | 3.60   | 3.60   |
| PERMISO DE BOMBEROS     | 42.00  | 5         | 8.40   | 8.40   | 8.40   | 8.40   | 8.40   |
| TOTAL                   | 755.64 |           | 151.13 | 151.13 | 151.13 | 151.13 | 151.13 |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

Se prorratea el valor total de los activos diferidos de 755.64 para que se distribuyan equitativamente durante los 5 años siguientes a un valor de 151.13.

## 5.9 ESTADOS PROFORMA

Se denomina Estado Financiero a un documento presentado anualmente en el que nos permite conocer la situación financiera del proyecto al final de un periodo fiscal en que está estipulado los ingresos, gastos y ganancias que se tuvieron a lo largo de un período mismo que se reflejara al término del año. La información que contienen los estados son emitidas antes y después de determinar los impuestos.

### 5.9.1 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA, ARRANQUE AL AÑO CERO

El estado de situación o balance general es un informe financiero que proporciona la realidad del patrimonio con el que cuenta la empresa a una fecha determinada con la finalidad de que presente de manera ordenada los valores iniciales con los que empezará la farmacia.

**Tabla 76 Estado de Situación Financiera, arranque al año cero**

| ACTIVOS                          |          | PASIVOS                          |          |
|----------------------------------|----------|----------------------------------|----------|
| <b>ACTIVOS CORRIENTES</b>        | 11662.55 | <b>PASIVOS CORRIENTES</b>        |          |
| <b>ACTIVOS DE DISPONIBILIDAD</b> |          |                                  |          |
| Capital de trabajo               | 3662.55  |                                  |          |
| Inventario mercadería            | 8000.00  |                                  |          |
| <b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>     | 34571.80 | <b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>     | 10000.00 |
| <b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b> |          | Obligaciones de largo plazo      | 10000.00 |
| Terreno                          | 5000.00  |                                  |          |
| Edificio                         | 25037.40 | <b>TOTAL PASIVO</b>              | 10000.00 |
| Muebles                          | 1010.00  |                                  |          |
| Equipo de oficina                | 776.40   | <b>PATRIMONIO</b>                | 36234.35 |
| Equipo de cómputo                | 1653.00  | Inversión propia                 | 36234.35 |
| Equipos de Seguridad             | 745.00   |                                  |          |
| Materiales Generales             | 350.00   | <b>TOTAL PATRIMONIO</b>          | 36234.35 |
| <b>TOTAL ACTIVOS</b>             | 46234.35 | <b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b> | 46234.35 |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

### 3.9.2 ESTADO DE RESULTADOS

Para identificar la utilidad o pérdida del ejercicio es indispensable realizar el estado de resultados que muestre de manera ordenada y detallada los ingresos y los egresos a efectuar para el funcionamiento del establecimiento, los resultados contables se detallan a continuación.

**Tabla 77 Estado de resultados proyectado**

|                            | AÑO 1     | AÑO 2     | AÑO 3     | AÑO 4     | AÑO 5     | AÑO 6     |
|----------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| VENTAS NETAS               | 106080.00 | 109285.20 | 112551.66 | 115880.39 | 119272.40 | 122728.74 |
| - COSTO DE ADQUISICIÓN     | 81600.00  | 84065.54  | 86578.20  | 89138.76  | 91748.00  | 94406.72  |
| = UTILIDAD BRUTA EN VENTAS | 24480.00  | 25219.66  | 25973.46  | 26741.63  | 27524.40  | 28322.02  |
| - GASTOS DE ADMINISTRACION | 4313.41   | 4398.43   | 4487.71   | 4085.59   | 4184.13   | 4287.69   |
| SUELDOS ADMINISTRATIVOS    | 1200.00   | 1269.99   | 1344.06   | 1422.45   | 1505.42   | 1593.22   |
| SUMINISTROS                | 543.00    | 549.46    | 556.00    | 562.62    | 569.31    | 576.09    |
| SERVICIOS BÁSICOS          | 720.00    | 728.57    | 737.24    | 746.01    | 754.89    | 763.87    |
| DEPRECIACIÓN               | 1850.41   | 1850.41   | 1850.41   | 1354.51   | 1354.51   | 1354.51   |
| - GASTOS DIFERIDOS         | 151.13    | 151.13    | 151.13    | 151.13    | 151.13    | 0.00      |
| DIFERIDOS                  | 151.13    | 151.13    | 151.13    | 151.13    | 151.13    | 0.00      |
| - GASTOS DE VENTAS         | 10178.44  | 10693.54  | 11237.76  | 11812.76  | 12420.35  | 13062.40  |
| SUELDOS VENDEDORES         | 8486.44   | 8981.41   | 9505.25   | 10059.64  | 10646.36  | 11267.30  |
| SUMINISTROS                | 1008.00   | 1020.00   | 1032.13   | 1044.42   | 1056.84   | 1069.42   |
| PUBLICIDAD                 | 684.00    | 692.14    | 700.38    | 708.71    | 717.14    | 725.68    |
| = UTILIDAD OPERACIONAL     | 9837.02   | 9976.56   | 10096.87  | 10692.15  | 10768.80  | 10971.93  |
| PROYECTADA                 |           |           |           |           |           |           |
| - GASTOS FINANCIEROS       | 1312.64   | 1090.16   | 834.32    | 540.10    | 201.75    | 0.00      |
| INTERESES PAGADOS          | 1312.64   | 1090.16   | 834.32    | 540.10    | 201.75    | 0.00      |
| = UTILIDAD ANTES DE        | 8524.38   | 8886.40   | 9262.55   | 10152.05  | 10567.05  | 10971.93  |
| OBLIGACIONES               |           |           |           |           |           |           |
| - 15% PARTICIPACIÓN        | 1278.66   | 1332.96   | 1389.38   | 1522.81   | 1585.06   | 1645.79   |
| TRABAJADORES               |           |           |           |           |           |           |
| = UTILIDA NETA             | 7245.73   | 7553.44   | 7873.17   | 8629.24   | 8981.99   | 9326.14   |

**Fuente: Investigación propia**  
**Elaborado Por: Los Autores**  
**Año: 2016**

En el estado de resultados proyectado no se considera el pago de impuesto a la renta ya que la utilidad neta no supera la fracción básica desgravada establecida en los cuadros emitidos por el Servicio de Rentas Internas del Ecuador.

### 3.9.3 ESTADO DE FLUJO DE CAJA

Este estado financiero representa la información acerca de las variaciones y movimientos del efectivo y equivalentes en un período de tiempo determinado, que nos permite evaluar la liquidez o solvencia que tiene la empresa.

**Tabla 78 Estado de flujo de caja**

|                          | AÑO 0    | AÑO 1   | AÑO 2   | AÑO 3   | AÑO 4   | AÑO 5    | AÑO 6    |
|--------------------------|----------|---------|---------|---------|---------|----------|----------|
| INGRESOS                 | 46234.35 |         |         |         |         |          |          |
| CRÉDITO BANCARIO         | 10000.00 |         |         |         |         |          |          |
| UTILIDAD NETA PROYECTADA |          | 7245.73 | 7553.44 | 7873.17 | 8629.24 | 8981.99  | 9326.14  |
| DREPRECIACIÓN            |          | 1850.41 | 1850.41 | 1850.41 | 1354.51 | 1354.51  | 1354.51  |
| VALOR DE RESCATE         |          |         |         |         |         |          | 19607.05 |
| TOTAL DE INGRESOS        |          | 9096.13 | 9403.85 | 9723.57 | 9983.75 | 10336.50 | 30287.69 |
| EGRESOS                  |          |         |         |         |         |          |          |
| PAGO DEL CAPITAL         |          | 1483.16 | 1705.63 | 1961.47 | 2255.69 | 2594.05  | 1483.16  |
| TOTAL EGRESOS            |          | 1483.16 | 1705.63 | 1961.47 | 2255.69 | 2594.05  | 1483.16  |
| FLUJO DE CAJA NETO       | 36234.35 | 7612.98 | 7698.22 | 7762.10 | 7728.06 | 7742.46  | 30287.69 |

**Fuente: Investigación propia**  
**Elaborado Por: Los Autores**  
**Año: 2016**

### 5.10 ANÁLISIS FINANCIERO

La rentabilidad y viabilidad de un proyecto se puede establecer de varias formas que permiten establecer la efectividad de la inversión a realizarse, para ello es importante identificar el valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR), la relación costo-

beneficio, la tasa de rendimiento medio (TRM), el punto de equilibrio y el tiempo de recuperación.

### 5.10.1 COSTO DE OPORTUNIDAD

El costo de oportunidad determina el porcentaje de rentabilidad que se va a obtener del proyecto que está clasificado por el 78.36% de aporte propio que en la actualidad genera un rendimiento financiero del 7%, y la diferencia por el crédito que corresponde al 21.64% que genera un 15% de interés anual, esto demuestra si es factible realizar la inversión.

**Tabla 79 Costo de oportunidad**

| FUENTE               | INVERSION | %      | TASA DE OPERACIÓN | VALOR PONDERADO |
|----------------------|-----------|--------|-------------------|-----------------|
| APORTE PROPIO        | 36234.35  | 0.7837 | 7%                | 0.054859741     |
| APORTE FINANCIADO    | 10000.00  | 0.2163 | 15%               | 0.032443413     |
| COSTO DE OPORTUNIDAD |           |        |                   | 8.730315343     |

Fuente: Investigación propia

Elaborado Por: Los Autores

Año: 2016

El costo de oportunidad que generará esta inversión es de 8.73% porcentaje que demuestra que si es pertinente realizar este proyecto, ya que esta tasa supera a la que se ganaría colocando el dinero en una Institución Financiera.

### 5.10.2 TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

**Fórmula:**

$$TRM = (1+CK) (1+i)-1$$

**Significado:**

CK= Costo de Capital o de oportunidad

i= Tasa de inflación

### **Tabla 80 Tasa de rendimiento Medio**

---

COSTO DE OPORTUNIDAD = 8.73%

---

CK= 8.73%

TRM= ((1+CK) \* (1+inflación))-1

TRM= ((1+0.087313639)\* (1+0.019))-1

TRM= 10.02%

---

**Fuente: Investigación propia**

**Elaborado Por: Los Autores**

**Año: 2016**

El proyecto posee una tasa de rendimiento medio del 10.02%

### **5.10.3 VALOR ACTUAL NETO**

El VAN es una fórmula empleada para dar valoración a las diferentes opciones de inversión de un determinado capital, ésta método consiste en traer a presente los egresos e ingresos futuros que generaría un proyecto.

#### **Fórmula:**

$$\text{VAN} = \frac{\text{Flujo año 1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{Flujo año 2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{Flujo año n}}{(1+i)^n} - \text{Inversión}$$

#### **Significado:**

VAN= Valor Actual Neto

F= Flujo de efectivo neto

i= tasa de descuento

n= Numero de periodo

**Tabla 81 Valor Actual Neto**

| <b>AÑOS</b> | <b>FLUJOS DE CAJA NETOS</b> | <b>FLUJOS DE CAJA ACTUALIZADOS</b> |
|-------------|-----------------------------|------------------------------------|
| -           | <b>(36206.35)</b>           | <b>(36206.35)</b>                  |
| 1           | 7612.98                     | 6919.30                            |
| 2           | 7698.22                     | 6359.24                            |
| 3           | 7762.10                     | 5827.76                            |
| 4           | 7728.06                     | 5273.52                            |
| 5           | 7742.46                     | 4801.94                            |
| 6           | 30287.69                    | 17073.07                           |
| Total       |                             | 46254.83                           |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

La tasa de descuento es de 10.02 %

Inversión Neta = 46,234.35 – 10000 = 36,234.35

VAN= Flujos netos actualizados – Inversión

VAN= 46254.83 - 36,234.35

VAN= 10022.27

El VAN (Valor actual neto) permite identificar el dinero que será percibido si al final del sexto año se cubre totalmente la inversión del proyecto, estos cálculos permiten conocer un resultado positivo.

#### **5.10.4 TASA INTERNA DE RETORNO**

La tasa interna de retorno es aquella que hace al VAN igual a cero, el criterio de la tasa interna de rendimiento proporciona una medida de la rentabilidad relativa ofrecida por un proyecto de inversión. Nos permite tomar decisión de aceptación o rechazo del proyecto tomando en cuenta que esta rentabilidad se calcula sin considerar el costo de capital mínima requerida. De esta manera la decisión de la inversión se adoptará una vez que se haya comparado la rentabilidad relativa con el costo de capital.

**Tabla 82 Tasa interna de retorno**

| <b>AÑOS</b> | <b>FLUJOS NETOS DE CAJA</b> | <b>FLUJOS DE CAJA ACTUALIZADOS</b> | <b>FLUJOS DE CAJA ACTUALIZADOS</b> |
|-------------|-----------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| AÑOS        |                             | <b>(36234.35)</b>                  | <b>(36234.35.00)</b>               |
|             |                             | 10.02 %                            | 17.18%                             |
| 1           | 7612.98                     | 6919.37                            | 6497.06                            |
| 2           | 7698.22                     | 6359.36                            | 5606.79                            |
| 3           | 7762.10                     | 5827.93                            | 4824.65                            |
| 4           | 7728.06                     | 5273.72                            | 4099.39                            |
| 5           | 7742.46                     | 4802.17                            | 3505.01                            |
| 6           | 30287.69                    | 17074.06                           | 11701.44                           |
| VAN         |                             | 10022.27                           | 0                                  |

Fuente: Investigación propia  
 Elaborado Por: Los Autores  
 Año: 2016

**TIR= 17.18%**

La TIR indica que el VAN se hace cero a una tasa de 17.18% positiva en los años de vida útil del proyecto por consiguiente se avala la puesta en marcha del proyecto, lo que incentiva a que los inversionistas mantengan su dinero invertido en éste.

### **5.10.5 RELACIÓN COSTO BENEFICIO**

Es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con la finalidad de evaluar su rentabilidad en proyectos de inversión.

Como referencia para determinar el costo beneficio del proyecto se toma en cuenta las siguientes indicaciones:

Si  $B/C > 1$  Se puede aceptar el proyecto

Si  $B/C < 1$  No se puede aceptar el proyecto

Si  $B/C = 1$  No se debe aceptar el proyecto o pensarlo dos veces

$$TRBC = \frac{\sum \frac{\text{Ingresos}}{(1+i)^n}}{\text{Inversión Inicial}}$$

**Tabla 83 Tasa de rendimiento C/B**

|                         |          |
|-------------------------|----------|
| Ingresos deflactados    | 53634.58 |
| Inversión Inicial       | 46234.35 |
| Tasa de rendimiento C/B | 1.16     |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

De acuerdo con la fórmula utilizada por cada dólar que se invierte se recupera 1.16 dólares, por lo cual se establece un utilidad de 0.16 centavos de retorno de lo invertido, lo que ayuda a la recuperación de la inversión de manera favorable.

**Tabla 84 Relación costo beneficio**

| AÑO   | INGRESOS | INGRESOS ACTUALIZADOS | COSTOS  | COSTOS ACTUALIZADOS |
|-------|----------|-----------------------|---------|---------------------|
| 1     | 9096.13  | 8267.39               | 1483.16 | 1348.03             |
| 2     | 9403.85  | 7768.35               | 1705.63 | 1408.99             |
| 3     | 9723.57  | 7300.64               | 1961.47 | 1472.71             |
| 4     | 9983.75  | 6813.04               | 2255.69 | 1539.31             |
| 5     | 10336.50 | 6411.10               | 2594.05 | 1608.93             |
| TOTAL |          | 36560.53              |         | 7378                |

$$CB = \frac{36560.53}{7378} = 4.95$$

### 5.10.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio indica el porcentaje mínimo de ventas en donde la empresa no obtendrá utilidades ni pérdidas en un período de tiempo determinado.

## FÓRMULA

$$PE = CF / (1 - GV / \text{Ingreso por ventas})$$

$$\text{Ingresos por ventas} = 106080.00$$

$$\text{Costos Fijos} = 15955.62$$

$$\text{Gastos variables} = 81600.00$$

$$PE = (15955.62) / (1 - 81600.00 / 106080.00)$$

$$PE = 69141.00$$

La farmacia debe vender 69141.00 dólares de mercancía al año para lograr alcanzar un punto medio entre los ingresos y egresos y así no obtener ni pérdidas ni ganancias.

### 5.10.7 PERÍODO DE RECUPERACION DE LA INVERSIÓN

Es importante conocer el tiempo de recuperación de la inversión donde se realiza la evaluación financiera que nos permite conocer en qué tiempo se recuperara la inversión del proyecto realiza, para poder tomar una decisión adecuada si se realiza o no dicha inversión.

**Tabla 85 Recuperación de la inversión**

| AÑO | FLUJOS DE CAJA<br>NETOS | FLUJOS DE CAJA<br>ACTUALIZADOS | SUMATORIA |
|-----|-------------------------|--------------------------------|-----------|
| 1   | 7612.98                 | 6919.37                        | 6919.37   |
| 2   | 7698.22                 | 6359.36                        | 13278.73  |
| 3   | 7762.10                 | 5827.93                        | 19106.66  |
| 4   | 7728.06                 | 5273.72                        | 24380.39  |
| 5   | 7742.46                 | 4802.17                        | 29182.56  |
| 6   | 30287.69                | 17074.06                       | 46256.61  |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

Inversión inicial= 46234.35

Último flujo= 17074.06

Por recuperar=  $46234.35 - 29182.56 = 17051.79$

Años por recuperar=  $17051.79 / 17074.06 = 0.9$

En base a los flujos netos actualizados la inversión se la recuperará en 5.9 años, tomando en cuenta que en el quinto año se recupera un monto de \$ 29182.56 del total de la inversión y el faltante en el transcurso del año sexto.

Inversión inicial= 46234.35

Último flujo= 30287.69

Por recuperar=  $46234.35 - 38543.81 = 7690.54$

Años por recuperar=  $7690.54 / 30287.69 = 0.2$

En base a los flujos netos de caja la inversión se recuperará en 5.2 años , tomando en cuenta que para el año cinco la inversión se recupera hasta el monto de \$ 38543.81 y el faltante en el transcurso del sexto año.

### 5.10.8 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

**Tabla 86** *Análisis de sensibilidad*

| DETALLE            |           | AÑO 1     | AÑO 2      | AÑO 3      | AÑO 4      | AÑO 5      | AÑO 6    |
|--------------------|-----------|-----------|------------|------------|------------|------------|----------|
| INGRESOS           |           | 9096.13   | 9403.85    | 9723.57    | 9983.75    | 10336.50   | 30287.69 |
|                    | -18%      | 7458.83   | 7711.15    | 7973.33    | 8186.68    | 8475.93    | 24835.91 |
| EGRESOS            |           | -1483.16  | -1705.63   | -1961.47   | -2255.69   | -2594.05   |          |
| FLUJO DE CAJA NETO | -36234.35 | 5975.6748 | 6005.52443 | 6011.85792 | 5930.98137 | 5881.88477 | 24835.91 |

**Fuente:** Flujo de caja neto  
**Elaborado Por:** Los Autores  
**Año:** 2016

De acuerdo al análisis de sensibilidad efectuado para el presente proyecto, los ingresos pueden disminuir hasta un máximo de 18% para que la Tasa Interna de Retorno sea igual a la Tasa de Rendimiento Medio del 10,02%

### 5.10.9 RESUMEN ANÁLISIS FINANCIERO

Se presentan de forma de tallada los indicadores financieros del presente proyecto.

**Tabla 87 Resumen análisis financiero**

| EVALUADOR            | VALOR    |
|----------------------|----------|
| COSTO DE OPORTUNIDAD | 8.73%    |
| TRM                  | 10.02%   |
| VAN                  | 10022.27 |
| TIR                  | 17.18 %  |
| TRBC                 | 1.16     |
| CB                   | 4.95     |
| PRI REAL             | 5.9 años |
| PRI CORRIENTE        | 5.2 años |
| PUNTO DE EQUILIBRIO  | 69141.00 |

Fuente: Investigación propia  
 Elaborado Por: Los Autores  
 Año: 2016

El presente proyecto se muestra factible ya que la TIR y el VAN son valores positivos y por lo tanto son atractivos para los inversionistas y después de analizar el costo beneficio de la inversión se obtendrá una ganancia razonable en cuanto al monto inicial, a pesar de que esta se recupera en 5.9 años.

## 5.10.10 PLAN DE CONTINGENCIA

**Tabla 88 Plan de Contingencia**

|   |
|---|
| <b>INTRODUCCIÓN</b>   |
| El presente Plan de Contingencias ha sido desarrollado para prevenir, controlar y/o mitigar los riesgos que afecten de manera directa o indirecta el correcto funcionamiento del establecimiento.   |
| <b>OBJETIVO GENERAL</b>   |
| Los objetivos del Plan de Contingencias de FARMACIA CHALTURA están basados en el cumplimiento de lo siguiente:  |
| ✓ Identificar oportunamente los cambio en las políticas de la seguridad social y el buen manejo de medicamentos.  |
| ✓ Capacitar oportunamente al personal de la farmacia en cuanto a desastres naturales.   |
| ✓ Prevenir el desabastecimiento de medicamentos.  |
| <b>DESCRIPCIÓN DE LAS OPERACIONES</b>   |
| El establecimiento brindará servicios de comercialización de fármacos “FARMACIA CHALTURA” y el representante legal es Tito Angamarca Juan Carlos, establecimiento que se encontrará ubicado en la parroquia San José de Chaltura, cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura. |

| <b>ESTUDIO DE LOS RIESGOS</b>   | <b>ESTRATEGIA</b>  |
|---|--|
| Los cambios de las políticas en la seguridad y del control y vigilancia para las buenas prácticas en el uso de medicamentos.                        | Estar en constante capacitación en cuanto a las políticas y disposiciones de los organismos de control que afecten directa o indirectamente el buen funcionamiento de la farmacia. |
| Desastres naturales y eventualidades fortuitas que puedan ocasionar daños en la seguridad de los y las trabajadoras del establecimiento.            | Capacitar a los empleados del establecimiento para actuar de manera rápida y oportuna ante cualquier eventualidad fortuita de la naturaleza.                                       |
| Al existir el Contrabando de medicamentos y artículos relacionados, desestabiliza los precios de los medicamentos que venderá a el establecimiento. | Establecer convenios con la distribuidora para garantizar un stock de mercadería suficiente para cubrir la demanda de la población   |

### **PRESUPUESTO PLAN DE CONTINGENCIA**

| <b>ACTIVIDAD</b>   | <b>RESPONSABLE</b>  | <b>VALOR EN DÓLARES</b> |
|--|---|-------------------------|
| Capacitar al personal sobre las buenas prácticas de recepción, almacenamiento y dispensación de medicamentos en las farmacias. | Personal de la farmacia   | 400.00                  |
| Capacitar al personal en cuanto a desastres naturales.   | Personal de la farmacia   | 400.00                  |
| Establecer convenios con la distribuidora de mercadería para garantizar un stock suficiente.                                   | Representante de la farmacia<br>Representante de la distribuidora | 0,00                    |
| <b>TOTAL</b>   |   | <b>800,00</b>           |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

### **5.10.11 ANÁLISIS DEL ESTUDIO FINANCIERO**

De acuerdo con el estudio financiero realizado para la presente investigación se logró determinar los ingresos, egresos y utilidad neta que tendrá el proyecto a lo largo de su vida, además se evidenció los indicadores financieros los mismos que presentan valores positivos atractivos para el proyecto, lo que avala la puesta en marcha de la farmacia, es por esta razón que los investigadores desean crear este establecimiento con el fin de apoyar con el desarrollo socioeconómico de la región, ya que con emprendimientos como éste se puede contribuir con la misión de la Universidad Técnica del Norte, de formar profesionales comprometidos con la comunidad para mejorar la calidad de vida de la población y siempre al servicio del pueblo.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

#### **6.1 INTRODUCCIÓN**

Este capítulo tiene la finalidad de dar a conocer la propuesta organizacional del establecimiento, la estructura administrativa, la filosofía empresarial, los requerimientos necesarios para el correcto funcionamiento ante todos los organismos de control y los lineamientos del personal que requiera la farmacia. Además, se ha realizado la investigación correspondiente en el GAD Antonio Ante, Bomberos, Ministerio de Salud Pública y Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) con el fin de recabar información con respecto a los permisos que debe obtener para la creación y posteriormente las obligaciones que debe cumplir el representante legal. Con esto se pretende consolidar el servicio de manera eficiente a la población de la parroquia basado en el cumplimiento del marco legal nacional.

Farmacia Chaltura es una microempresa que comercializará fármacos, por su constitución el representante legal será denominado persona natural no obligada a llevar contabilidad, ya que no supera los montos establecidos en Capital Inicial, Costos y Gastos e Ingresos para tener otra denominación.

##### **6.1.1 ASPECTOS ESTRATÉGICOS**

##### **6.1.2 OBJETIVO**

Diseñar la propuesta de estructura organizacional y funcional para la constitución de la farmacia mediante la aplicación de normativas legales, con el propósito de garantizar el buen funcionamiento del proyecto.

### 6.1.3 Nombre o razón social

El nombre con el que se conformará el proyecto en la parroquia es “FARMACIA CHALTURA”

Este nombre está en función a la ubicación en donde va a ser implementado el proyecto y a la misión que va a desempeñar, tomando en cuenta que no existe una establecimiento igual en la parroquia de Chaltura; es importante establecer su nombre para posesionar en la mente de la población y ganar su preferencia haciendo saber que en su pueblo ya podrán contar con una farmacia, para que los habitantes y posibles clientes identifiquen la existencia de este servicio tan prioritario como es la comercialización de fármacos en su propia parroquia.

### 6.1.4 Logotipo empresarial

El logotipo de la empresa estará diseñado con un corazón en señal de protección y bienestar con dos manos sujetando una pequeña cruz la misma que es reconocida a nivel mundial como símbolo de medicina, con el nombre y el eslogan en la parte inferior, todo esto en color verde que representa la calma de la zona, la bondad del pueblo y la fertilidad de sus suelos.

**Ilustración 25 Logotipo de la farmacia**



Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los Autores  
Año: 2016

#### **6.1.4 Eslogan Empresarial**

El eslogan está compuesto por una frase corta que pueda llegar a representar la idea principal que diferenciará nuestra institución de algunas similares.

El eslogan **“su salud es primero”** representará el distintivo institucional y el espíritu del negocio, el cual permitirá al consumidor asociarse en poco tiempo con la existencia de la farmacia en la parroquia.

#### **6.1.5 Filosofía Empresarial**

##### **6.1.5.1 Misión**

“La farmacia Chaltura es una institución dedicada a la comercialización de productos farmacéuticos en la comunidad, con la finalidad de proporcionar bienestar y salud de forma inmediata para sus clientes, trabajando con eficiencia, eficacia y esmerada atención al cliente, fomentando el crecimiento económico y nuevas plazas de empleo en el país”.

##### **6.1.5.2 Visión**

“Para el año 2022, la farmacia Chaltura será líder en la comercialización de productos farmacéuticos a nivel cantonal, con una cultura responsable y comprometida con el mejoramiento continuo, empleando a un mayor número de personas, obteniendo mayor rentabilidad y prestigio por su labor eficiente en beneficio de la comunidad”.

##### **6.1.5.3 Valores y Principios**

Los valores son importantes a nivel empresarial porque inciden en el ambiente laboral y en el crecimiento de la farmacia.

El personal de la “Farmacia Chaltura” practicará los siguientes valores

## **Puntualidad**

Es una actitud humana considerada en muchas sociedades como la virtud de coordinarse cronológicamente para cumplir una tarea requerida o satisfacer una obligación en un plazo comprometido.

Llegar con puntualidad al establecimiento para brindar la debida atención a los clientes, es un valor muy importante que no debe faltar, para garantizar la apertura de la farmacia y cumplir con los horarios establecidos.

## **Respeto**

El respeto es uno de los valores morales más importantes del ser humano, es fundamental para lograr una armoniosa interacción social mediante la valoración, aprecio y reconocimiento.

Este valor es importante en la farmacia porque regirá las relaciones entre el cliente y el farmacéutico, así también con las demás personas que se relacionen en su entorno.

## **Responsabilidad**

La responsabilidad es un valor que nos permite reflexionar, administrar, orientar, analizar y valorar las consecuencias de nuestros actos con el cumplimiento de las actividades asumidas.

Al cumplir este valor por el personal de la farmacia lograremos cumplir el propósito de crecimiento institucional, y permitirá mantener la confianza en los clientes la existencia de la farmacia que brinde el servicio de venta de las medicinas.

## **Lealtad**

Es una virtud consistente en el cumplimiento de lo que exigen las normas de fidelidad, honor y gratitud, a una determinada persona o grupo social que están unidos por lazos de amistad.

Es estar comprometido con la farmacia en todo momento, obrando con honestidad y justicia para mejorar y crecer en el ambiente competitivo.

## **Liderazgo**

Es el conjunto de habilidades gerenciales que tiene una persona con la capacidad de tomar iniciativa, gestionar, convocar, promover, incentivar, motivar y evaluar un proyecto de forma eficaz y eficiente.

Con la creación de la farmacia en la parroquia Chaltura queremos ser líderes, demostrando ejemplo positivo en el trabajo, generando ambiente de coordinación entre todos para tener resultado exitoso.

## **Excelencia en el servicio**

Es la calidad de un producto o servicio ofrecido por una compañía consiste en diversos elementos que independientemente o colectivamente influye en la satisfacción del cliente

Nos consideramos competentes para satisfacer continuamente las expectativas de nuestros clientes, con actitud positiva de manera ágil en poder complacer las necesidades del público de manera inmediata.

## **Eficiencia y eficacia**

**Eficacia.-** Es la capacidad de alcanzar el efecto que espera tras la realización de una actividad.

**Eficiencia.-** Es el uso adecuado de los medios para alcanzar un objetivo con mínimos de recursos disponibles.

Se utilizará de forma adecuada los medios y recursos con los cuales contará la farmacia, para cumplir los objetivos y metas programadas, optimizando el tiempo y demás aspectos.

### **6.1.5.4 Políticas de la empresa**

#### **POLÍTICAS**

La farmacia operará fundamentada en las siguientes políticas empresariales esenciales para el buen funcionamiento y crecimiento en el mercado:

#### **Clientes**

- El cliente deberá cancelar en efectivo y de contado el valor total de los productos solicitados.
- El cliente no puede realizar devoluciones del productos una vez realizado la facturación
- En caso de haber vendido un producto defectuoso el cliente puede hacer el reclamo para poder entregarle otro, con la verificación respectiva por el vendedor.
- Respetar el turno de atención, dando prioridad a personas con capacidades especiales, madres con niños en brazo, mujeres embarazadas y tercera edad.
- Prohibido fumar en las instalaciones de la farmacia

## **Personal**

- El trabajador debe cumplir las 8 horas diarias desde las 08H00 hasta 21H00 en doble jornada.
- El personal de ventas deberá utilizar el mandil, gorra y camiseta proporcionado por los dueños del establecimiento durante su horario de trabajo.
- El personal no deberá realizar otras actividades que no estén relacionados con el funcionamiento de farmacia.
- El trabajador contará con todos los beneficios que exige la ley ecuatoriana.

## **Proveedores**

- La mercadería solicitada se receptorá el primer lunes de cada mes o cuando sea necesaria su adquisición.
- Los productos solicitados al proveedor serán acorde a las exigencias y necesidades del mercado.
- El proveedor debe entregar la mercadería debidamente empacado, en buenas condiciones para la venta.
- El proveedor no puede hacer la entrega sin antes de verificar la cantidad exacta del pedido.

## **Empresariales**

- Cumplir con la normativa legal y los requerimientos en cuanto a conservación del medio ambiente y pago de impuestos, dentro de los plazos establecidos para el efecto.
- La farmacia atenderá 365 días del año
- Tomar como prioridad las sugerencias y opiniones de los clientes quienes nos harán saber sus inquietudes a través de un buzón de sugerencias que será colocada en el establecimiento.

- Promover el uso de la farmacia a través de la publicidad constante mediante cuñas radiales, con la finalidad de aumentar el volumen de ventas.

## 6.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

### 6.2.1 Organigrama estructural de la Farmacia Chatura

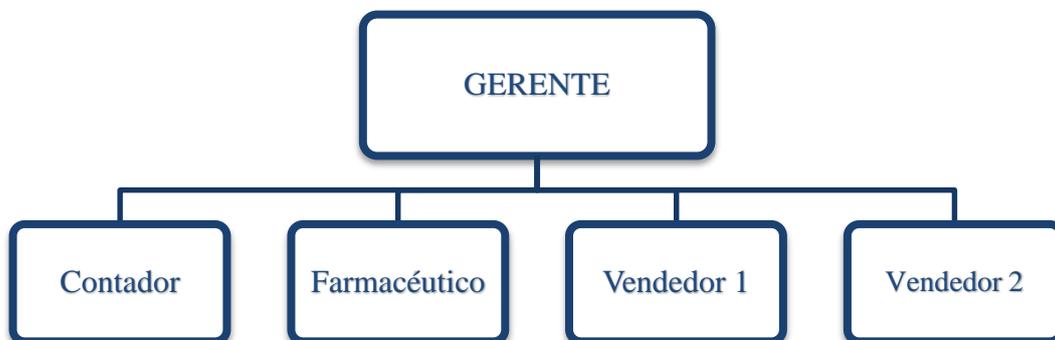
El organigrama estructural y funcional son diagramas que representan gráficamente de manera simplificada la estructura formal que necesita una organización, brindando una herramienta de trabajo que le ayude a establecer de manera visible los niveles de jerarquía, identificando las líneas, las cadenas de autoridad y la comunicación que les une a cada uno de ellos.

**Organigrama estructural:** presentan solamente la estructura administrativa de la organización

**Organigrama funcional:** muestra, además de las unidades y sus relaciones, las principales funciones de cada departamento.

A continuación se presenta el organigrama estructural que se propone implementar para el buen funcionamiento de la farmacia.

**Ilustración 26 Organigrama Institucional**



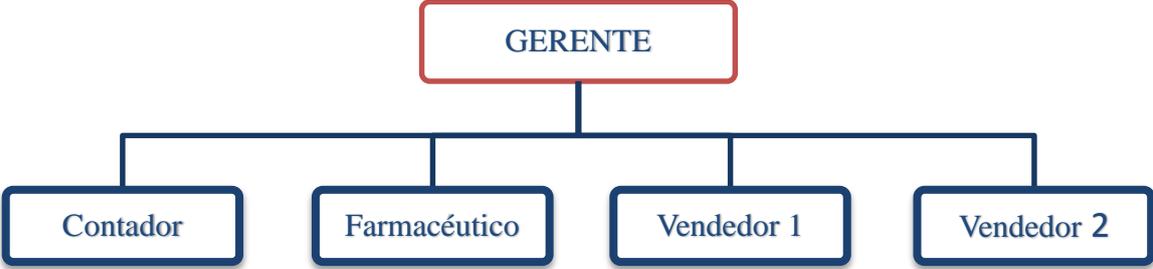
Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Los Autores  
Año: 2016

### 6.3 MANUAL DE FUNCIONES

Describe detalladamente cada uno de las tareas, cargos y roles de desempeño de los diferentes miembros que laborarán en la farmacia, identificando sus responsabilidades en los diferentes puestos de trabajo.

## *GERENTE*

**Tabla 89 Manual de funciones**

|   |                                |  |
|---|--------------------------------|--|
|    | <b>MANUAL DE<br/>FUNCIONES</b> | <b>Gerente</b>                                 |
|   |                                | <b>1</b>                                       |
| <b>IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO</b>  |                                |  |
| <b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO</b>  |                                | <b>GERENTE</b>                                 |
| <b>LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA</b>  |                                | Antonio Ante                                   |
| <b>AMBIENTE DE TRABAJO</b>  |                                | Oficina  |
| <b>ÁREA DE GESTIÓN</b>  |                                | Administrativa                                 |
| <b>NIVEL DE PUESTO</b>  |                                |  |
| <b>REPORTE A</b>  |                                | Ninguno  |
| <b>SUPERVISA A</b>  |                                | Contador, Farmacéutico, vendedor 1, vendedor 2 |
| <b>ORGANIGRAMA</b>  |                                |  |
|  <pre> graph TD     GERENTE[GERENTE] --- Contador[Contador]     GERENTE --- Farmacéutico[Farmacéutico]     GERENTE --- Vendedor1[Vendedor 1]     GERENTE --- Vendedor2[Vendedor 2]         </pre> |                                |  |

**MISIÓN DEL PUESTO**

El representante legal es la autoridad del establecimiento y el representante de la farmacia ante las autoridades competentes. Será el encargado de administrar, dirigir y supervisar la buena marcha de la Farmacia Chaltura.

**FUNCIONES**

- Representar al establecimiento ante las autoridades competentes.
- Gestión de la adquisición de activos.
- Contratación del personal para la farmacia
- Contratación de servicios basicos como: Luz, agua, telefono.
- Controlar las actividaes del personal
- Capacitar al personal en todas las areas para el buen funcionamiento de la farmacia.

**REQUISITOS**

- Título ing. Comercial o Administracion e Empresas
- Espíritu emprendedor.
- Capacidad de liderazgo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los Autores

Año: 2016

**CONTADOR**

**Tabla 90 Manual de funciones contador**

|   |                  |                 |
|---|------------------|-----------------|
|  | <b>MANUAL DE</b> | <b>CONTADOR</b> |
|   | <b>FUNCIONES</b> | 2               |
| <b>IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO</b>  |                  |                 |
| <b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO</b>  | Contador         |                 |
| <b>LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA</b>  | Antonio Ante     |                 |
| <b>AMBIENTE DE TRABAJO</b>  | Oficina          |                 |
| <b>ÁREA DE GESTIÓN</b>  | Administrativo   |                 |
| <b>NIVEL DE PUESTO</b>  |                  |                 |
| <b>REPORTE A</b>  | GERENTE          |                 |
| <b>SUPERVISA A</b>  | Ninguno          |                 |
| <b>ORGANIGRAMA</b>  |                  |                 |

|   |
|---|
| <pre> graph TD     GERENTE[GERENTE] --- Contador[Contador]     GERENTE --- Farmacéutico[Farmacéutico]     GERENTE --- Vendedor1[Vendedor 1]     GERENTE --- Vendedor2[Vendedor 2] </pre>  |
| <b>MISIÓN DEL PUESTO</b>  |
| El contador es el encargado de la parte contable de la farmacia, encargado de la realización de las actividades tributarias del establecimiento.  |
| <b>FUNCIONES</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de información contable y financiero.</li> <li>• Elaboración de rol de pagos del personal y pagos de las obligaciones al IESS</li> <li>• Elaboración de informe sobre pago de sueldos y salarios</li> <li>• Pagar a los proveedores.</li> <li>• Organizar y mantener los archivos contables de la farmacia.</li> <li>• Realizar las declaraciones tributarias en la fecha indicada evitando multas y sanciones por parte del SRI.</li> </ul> |
| <b>REQUISITOS</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener título de contador CPA</li> <li>• Experiencia de 1 año como contador</li> </ul>  |

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los Autores

Año: 2016

## *FARMACÉUTICO*

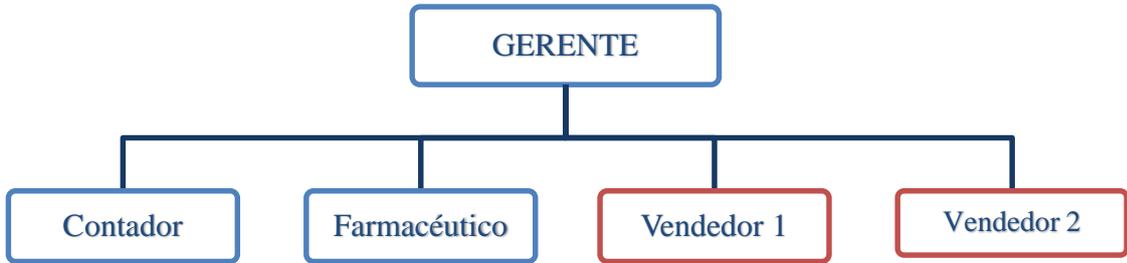
**Tabla 91 Manual de funciones farmacéutico**

|  |                        |                |
|--|------------------------|----------------|
|  | MANUAL DE              | ADMINISTRACIÓN |
|  | FUNCIONES              | 3              |
| <b>IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO</b> |                        |                |
| <b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO</b>               | Área de Administración |                |
| <b>LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA</b>               | Antonio Ante           |                |
| <b>AMBIENTE DE TRABAJO</b>                   | Oficina                |                |

|   |                |
|---|----------------|
| <b>ÁREA DE GESTIÓN</b>  | Administración |
| <b>NIVEL DE PUESTO</b>  |                |
| <b>REPORTE A</b>  | GERENTE        |
| <b>SUPERVISA A</b>  | Vendedores     |
| <b>ORGANIGRAMA</b>  |                |
| <pre> graph TD   GERENTE[GERENTE] --- Contador[Contador]   GERENTE --- Farmacéutico[Farmacéutico]   GERENTE --- Vendedor1[Vendedor 1]   GERENTE --- Vendedor2[Vendedor 2] </pre>  |                |
| <b>MISIÓN DEL PUESTO</b>  |                |
| Realizar la supervisión técnica para que la adquisición y dispensación de los medicamentos se haga conforme lo determina la ley y normativa vigente.  |                |
| <b>FUNCIONES</b>  |                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificar que todos los medicamentos, cosméticos, productos higiénicos y demás productos autorizados para la venta en farmacias, cumplan con los requisitos establecidos para el etiquetado según corresponda.</li> <li>• Controlar que en la farmacia se cumpla con las buenas prácticas de dispensación y farmacia para su normal funcionamiento y se mantenga stock permanente de Medicamentos.</li> <li>• Responsabilizarse del control permanente de las recetas específicas para la dispensación de medicamentos que contienen sustancias estupefacientes y psicotrópicas; de este control presentará informes mensuales al Instituto Nacional de Higiene, dentro de los diez primeros días de cada mes</li> </ul> |                |
| <b>REQUISITOS</b>   |                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de Químico Farmacéutico o Bioquímico Farmacéutico.</li> <li>• Tener conocimiento en ventas de farmacos.</li> <li>• Experiencia laboral minimo 2 años.</li> </ul>  |                |

## VENDEDOR

**Tabla 92 Manual de funciones vendedor**

|  |                                |                      |  |
|--|--------------------------------|----------------------|--|
|   | <b>MANUAL DE<br/>FUNCIONES</b> | <b>ÁREA DE VENTA</b> |  |
|  |                                | <b>3</b>             |  |
| <b>IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO</b>   |                                |                      |  |
| <b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO</b>   |                                | Área de Venta        |  |
| <b>LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA</b>   |                                | Antonio Ante         |  |
| <b>AMBIENTE DE TRABAJO</b>   |                                | Oficina              |  |
| <b>ÁREA DE GESTIÓN</b>   |                                | Ventas               |  |
| <b>NIVEL DE PUESTO</b>   |                                |                      |  |
| <b>REPORTE A</b>   |                                | GERENTE              |  |
| <b>SUPERVISA A</b>   |                                | Ninguno              |  |
| <b>ORGANIGRAMA</b>   |                                |                      |  |
|  <pre>                 graph TD                     GERENTE[GERENTE] --- Contador[Contador]                     GERENTE --- Farmacéutico[Farmacéutico]                     GERENTE --- Vendedor1[Vendedor 1]                     GERENTE --- Vendedor2[Vendedor 2]             </pre>    |                                |                      |  |
| <b>MISIÓN DEL PUESTO</b>   |                                |                      |  |
| Responsabilidad de ejecutar todo el proceso de comercialización y almanecamiento de los farmacos solicitados y llegados a las instalaciones.   |                                |                      |  |
| <b>FUNCIONES</b>   |                                |                      |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Expende los productos a los clientes.</li> <li>• Realizar el cobro de la venta de los medicaentos.</li> <li>• Recibir la mercadería a los proveedores.</li> <li>• Almacenar productos.</li> <li>• Revisar las recetas medicas presentadas por el cliente.</li> <li>• Verificar las fechas de caducidad de los productos.</li> </ul> |                                |                      |  |

- Tener el area de venta ordenada y limpia.

## **REQUISITOS**

- Título de bachillerato como mínimo y certificado de curso especial de capacitación en manejo de medicamentos.
- Tener conocimiento en ventas de farmacos.
- Experiencia laboral minimo 2 años

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Los investigadores  
Año: 2016

## **6.4 BASE LEGAL**

### **6.4.1 Permiso de operación de la farmacia (15 días laborables para la obtención)**

ARCSA (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria), el permiso de funcionamiento, es aquel documento otorgado por el ARCSA a los establecimientos que se encuentran bajo control y vigilancia Sanitaria, que cumpla con los requisitos establecidos de acuerdo al tipo de establecimiento.

#### **Requisitos**

- Solicitud dirigido a la Director Zonal de ARCSA Ing. Dayana Donoso
- Registro Único de Contribuyente (RUC)
- Croquis de ubicación del local exacta
- Copia de cedula y certificado de votación del propietario
- Copia de permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos
- Certificado de salud original y copia del propietario.

### **Registro Único de Contribuyente RUC (1 día para su obtención)**

El RUC representa un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que ejecuten alguna actividad económica en el Ecuador.

- Formulario 01 A y 01B

- Escritura de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención
- Original y copia de la cedula del representante legal o agente de la retención
- Original del certificado de votación del último proceso electoral del representante legal o agente de retención
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

**Permiso para uso de suelo se obtienen en (8 días laborales para su obtención)**

- Solicitud dirigida al Arq. Arturo Valverde – DIRECTOR DE PLANIFICACIÓN
- Tasa por servicio administrativo
- Certificado de no adeudar al municipio
- Copia de cedula de ciudadanía y papeleta de votación
- Copia de pago de impuesto predial del propietario del inmueble
- Especie valorado para certificación vacía
- Croquis de ubicación realizar
- Pago de uso de suelo

**Permiso de Bomberos (1 mes aproximado para su obtención)**

- Copia de cedula y papeleta de votación del propietario
- Copia del RUC
- Copia de la aprobación del uso de suelo extendido por el GAD Antonio Ante
- Copia de pago del último pago del impuesto predial
- Croquis de la ubicación exacta del negocio

**Patente (1 mes aproximado para su obtención)**

- Formulario de solicitud y declaración de la patente
- Formulario 1.5 activos totales

- Certificado de no adeudar a la municipalidad
- Copia de cedula y papeleta de votación
- Copia de RUC
- Copia de declaración del impuesto a la renta
- Copia de permiso de bomberos
- Copia de estados financieros legalizados

### **Inscripción en el Servicio de Rentas Internas**

Se procederá a la inscripción una vez que se tenga la autorización del ARCSA Zona 1 de Imbabura y las demás documentaciones necesarias para la creación de la farmacia.

## **6.5 CONCLUSIÓN DE ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

El estudio organizacional realizado se determinó los requisitos necesarios que debe cumplir para poder crear la farmacia, así también las responsabilidades de cada personal que forme parte del proyecto, se plasmó la misión, visión, valores, nombre de la empresa y el logotipo de la misma que nos permitirá hacer conocer la existencia de la farmacia en la parroquia, para que esta brinde un servicio a la ciudadanía de manera eficiente y eficaz.

## **6.6 ANÁLISIS DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

Una vez realizada la redacción del estudio administrativo para el proyecto, se pudo determinar los aspectos más relevantes tales como el organigrama de la institución, el manual de funciones, políticas y valores con los que se regirá la farmacia, además de esto se evidenció los permisos de funcionamiento y RUC que se deberá obtener para la creación del establecimiento.

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS

#### 7.1 ANÁLISIS DE IMPACTOS

Los impactos que se generen con la implementación del proyecto en los diferentes aspectos, es importante identificarlos utilizando una matriz que hará referencia a los aspectos económicos, social, comercial y ambiental; estos impactos son considerados como los más importantes para la creación de la farmacia.

En la matriz de impacto se establece los indicadores que afectará positiva o negativamente en el proyecto. El análisis se realizará con los indicadores planteados para cada uno de las variables, y serán evaluadas con la calificación alto, medio y bajo de acuerdo a la siguiente tabla de valoración.

**Tabla 82 Medición de impactos**

| IMPACTOS           | CALIFICACIÓN | NIVEL                 |
|--------------------|--------------|-----------------------|
| <b>Negativo</b>    | -3           | Negativo alto         |
|                    | -2           | Negativo medio        |
|                    | -1           | Negativo bajo         |
| <b>Indiferente</b> | 0            | No representa impacto |
|                    | 1            | Positivo bajo         |
|                    | 2            | Positivo medio        |
| <b>Positivo</b>    | 3            | Positivo alto         |

Fuente: Investigación propia

Elaborado Por: Los Autores

Año: 2016

Se construye una matriz por cada impacto y se establece indicadores medibles que permitan obtener información específica y puntual.

#### 7.2 IMPACTO ECONÓMICO

El impacto económico es causado por la actividad productiva que realizan las empresas, las organizaciones de producción, personas naturales y jurídicas, instituciones estatales y privadas que planean el desarrollo económico.

**Tabla 83 Matriz de impacto económico**

| Nro.         | NIVEL DE IMPACTO   | NIVEL DE IMPACTOS |    |    |   |   |   |   | VALORACIÓN NUMÉRICA |
|--------------|--|-------------------|----|----|---|---|---|---|---------------------|
|              |  | -3                | -4 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |                     |
| 1            | Generar fuentes de empleo.                               |                   |    |    |   |   | X |   | 2                   |
| 2            | Genera ingresos fiscales para el estado.                 |                   |    |    |   |   | X |   | 2                   |
| 3            | Generación de recursos económicos para los propietarios. |                   |    |    |   |   |   | X | 3                   |
| 4            | Incremento de ingresos económicos a proveedores.         |                   |    |    |   |   | X |   | 2                   |
| <b>TOTAL</b> |  |                   |    |    |   |   | 6 | 3 | <b>9</b>            |

Fuente: Investigación propia  
 Elaborado Por: Los Autores  
 Año: 2016

El nivel de impacto se obtiene a la suma total de los factores de ponderación dividida para el número de indicadores del impacto.

### Fórmula

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{total de los factores de ponderación}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{9}{4} = 2,25$$

$$\text{Nivel de impacto} = 9/4$$

$$\text{Nivel de impacto} = 2,25$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \text{Positivo Medio}$$

### Análisis

Con la implementación del proyecto se beneficiarán de manera directa los propietarios de la Farmacia Chaltura, mejorando la estabilidad económica y garantizando el bienestar

familiar; además, dependiendo del éxito que tenga el proyecto, se verá la necesidad de contratación de mano de obra generando fuente de empleo para dinamizar la economía local.

### 7.3 IMPACTO SOCIAL

El impacto social se refiere al cambio que puede darse en la sociedad por la implementación de las políticas públicas favorables, garantizando el derecho de la ciudadanía y cumpliendo con las normas comerciales.

**Tabla 84 Matriz de impacto social**

| Nro. | NIVEL DE IMPACTO                             | NIVEL DE IMPACTOS |    |    |   |   |   |   | VALORACIÓN NUMÉRICA |
|------|--|-------------------|----|----|---|---|---|---|---------------------|
|      |  | -3                | -4 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |                     |
| 1    | Mejora en la calidad de vida de la población |                   |    |    |   |   |   | X | 3                   |
| 2    | Bienestar Comunitario                        |                   |    |    |   |   |   | X | 3                   |
| 3    | Prevención de enfermedades en la población   |                   |    |    |   |   | X |   | 2                   |
|      | <b>TOTAL</b>                                 |                   |    |    |   |   | 2 | 6 | <b>8</b>            |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

El nivel de impacto se obtiene de la suma total de los factores de ponderación dividida para el número de indicadores del impacto.

#### Fórmula

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{total de los factores de ponderación}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{8}{3} = 2,66 = 3$$

$$\text{Nivel de impacto} = 8/3$$

$$\text{Nivel de impacto} = 3$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \text{Positivo Alto}$$

## Análisis

Con la creación de la farmacia en la parroquia Chaltura se ayudará a la población a satisfacer la necesidad en cuanto a la demanda de fármacos, por lo que existe el crecimiento poblacional que obliga contar con el servicio de comercialización de medicina.

### 7.4 IMPACTO COMERCIAL

El impacto comercial es la dinámica productiva, que proyecta el bienestar con la innovación, consumo y satisfacción de las necesidades de las personas, cumpliendo con las normativas y políticas comerciales.

**Tabla 85 Matriz de impacto comercial**

| Nº | NIVEL DE IMPACTO   | NIVEL DE IMPACTOS |    |    |   |   |   |   | VALORACIÓN<br>NÚMÉRICA |          |
|----|--|-------------------|----|----|---|---|---|---|------------------------|----------|
|    |  | -3                | -4 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |                        |          |
| 1  | Atención y servicio al cliente   |                   |    |    |   |   |   | X | 3                      |          |
| 2  | Eficiencia y eficacia en el ámbito administrativo de la farmacia.                        |                   |    |    |   |   |   | X | 2                      |          |
| 3  | Tener a disposición los medicamentos en cuanto a la variedad y cantidad para el cliente. |                   |    |    |   |   |   | X | 2                      |          |
| 4  | Canales de distribución para el centro médico de la parroquia.                           |                   |    |    |   |   | X |   | 1                      |          |
|    | <b>TOTAL</b>   |                   |    |    |   |   | 1 | 4 | 3                      | <b>8</b> |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

El nivel de impacto se obtiene a la suma total de los factores de ponderación dividida para el número de indicadores del impacto.

## Fórmula

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{total de los factores de ponderación}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{8}{4} = 2$$

Nivel de impacto= 8/4

Nivel de impacto= 2

Nivel de Impacto = Positivo Medio

## Análisis

Al crear la farmacia en la parroquia Chaltura se mejoraría el servicio comercial de fármacos, contratando personal profesional y eficiente; además, se optimizará el tiempo de atención al cliente.

## 7.6 IMPACTO AMBIENTAL

El impacto ambiental es el efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente, causando consecuencias negativas o positivas de manera no cuantificable.

**Tabla 86 Matriz de impacto ambiental**

| Nro. | NIVEL DE IMPACTO   | NIVEL DE IMPACTOS |    |    |   |   |   |   | VALORACIÓN<br>NÚMÉRICA |
|------|--|-------------------|----|----|---|---|---|---|------------------------|
|      |  | -3                | -4 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |                        |
| 1    | Manejo adecuado de desechos farmacéuticos                            | x                 |    |    |   |   |   |   | -3                     |
| 2    | Espacio adecuado para residuos solidos                               |                   |    | X  |   |   |   |   | -1                     |
| 3    | Manejo de normas ambientales   |                   |    | X  |   |   |   |   | -1                     |
| 4    | Infraestructura compatible con el medio paisajístico de la parroquia |                   | X  |    |   |   |   |   | -4                     |
| 5    | Uso de embalaje reciclables  |                   | X  |    |   |   |   |   | -4                     |
|      | <b>TOTAL</b>   | -3                | -8 | -2 |   |   |   |   | <b>-13</b>             |

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Los Autores  
Año: 2016

El nivel de impacto se obtiene a la suma total de los factores de ponderación dividida para el número de indicadores del impacto.

### Fórmula

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{total de los factores de ponderación}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{-13}{5} = -2,6$$

$$\text{Nivel de impacto} = -13/5$$

$$\text{Nivel de impacto} = -2,6$$

Nivel de Impacto = Negativo Alta

### Análisis

Por tratarse de un proyecto para la comercialización de productos químicos medicinales, la farmacia implementará normas internas de manejo de desechos y contará con áreas adecuadas para depositar los residuos de los productos.

## 7.8 IMPACTO GENERAL

**Tabla 87** *Matriz de impacto general*

| Nro. | NIVEL DE IMPACTO  | DE NIVEL DE IMPACTOS |    |    |   |   |   |   | VALORACIÓN NÚMÉRICA |
|------|-------------------|----------------------|----|----|---|---|---|---|---------------------|
|      |                   | -3                   | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |                     |
| 1    | Impacto Económico |                      |    |    |   |   | x |   | 2                   |
| 2    | Impacto Social    |                      |    |    |   |   |   | X | 3                   |
| 3    | Impacto Comercial |                      |    |    |   |   | x |   | 2                   |
| 4    | Impacto Ambiental | X                    |    |    |   |   |   |   | -3                  |
|      | <b>TOTAL</b>      | -3                   |    |    |   |   | 4 | 3 | <b>4</b>            |

Fuente: Investigación propia  
 Elaborado Por: Los Autores  
 Año: 2016

El nivel de impacto se obtiene a la suma total de los factores de ponderación dividida para el número de indicadores del impacto.

### **Fórmula**

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{total de los factores de ponderación}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{4}{4} = 1$$

$$\text{Nivel de impacto} = 4/4$$

$$\text{Nivel de impacto} = 1$$

Nivel de Impacto = Positivo Bajo

### **Análisis**

De acuerdo con el resultado obtenido sobre los impactos generados por el proyecto, se determinó que mantiene un nivel positivo bajo, esto quiere decir, que si existen condiciones favorables para la venta de fármacos en la parroquia San José de Chaltura, en caso de generarse algún efecto adverso por la implementación del proyecto se elaborará un instructivo de manejo de residuos y desechos, para mitigar los impactos negativos que pueda ocasionar daños en el medio ambiente.

## **7.9 CONCLUSIÓN DE LOS ANÁLISIS DE LOS IMPACTOS**

El estudio de los análisis de los diferentes impactos permitió identificar los factores positivos y negativos que ocasionará la puesta en marcha de la farmacia en la parroquia, mediante la implementación de las matrices de evaluación en cada uno de los impactos tanto social, comercial, económico y ambiental, se realizó la ponderación del impacto general donde se identificó que este será de 1 bajo positivo al ser este proyecto una microempresa el cual no causará un efecto a gran escala en la sociedad.

## **7.10 ANÁLISIS DE IMPACTOS**

En base a la ponderación de los diferentes impactos analizados en la investigación, se logró establecer su nivel de incidencia en la parroquia en caso de que la farmacia empiece a funcionar, una vez finalizada la investigación se determinó que el impacto general será de uno bajo positivo, puesto que al tratarse de una microempresa el efecto positivo y negativo que traerá consigo es establecimiento no será a gran escala.

## CONCLUSIONES

De la investigación realizada acerca de la creación de la farmacia en la parroquia de Chaltura se concluye lo expuesto a continuación.

- Como resultado del diagnóstico situacional realizado en la parroquia San José de Chaltura, Cantón Antonio Ante, se evidenció que cuenta con vías de acceso en buen estado, servicios básicos, seguridad y extensión territorial suficiente, por lo tanto se determina que el proyecto puede ser implementado en esta zona.
- El marco teórico desarrollado facilitó la obtención de la información para sustentar científicamente cada uno de las fases de la investigación, con las consultas bibliográficas y aportes personales que fueron enfocadas en conceptos y definiciones extraídas de la documentación.
- La elaboración del estudio de mercado permitió demostrar la existencia de una demanda insatisfecha, que puede ser captada por la farmacia a implementar en la parroquia. Este estudio permitió conocer la información relacionada con la demanda, oferta, ingresos y las formas de comercializar las medicinas para satisfacer las necesidades de los clientes.
- En el estudio técnico determinó el lugar de construcción y funcionamiento de la farmacia en la parroquia Chaltura, con la implementación de equipos y tecnologías necesarias para el buen funcionamiento del establecimiento.
- El esquema financiero está diseñado para que los dueños del proyecto aporten un 78.37% de la inversión necesaria y el mercado financiero un 21.63%, y de acuerdo con el análisis de la evaluación financiera se obtuvo un VAN favorable y una TIR del 17.18% demostrando así la factibilidad del proyecto.

- La farmacia se constituirá como persona natural no obligada a llevar contabilidad, y se ha diseñado la estructura orgánica de tal manera que, facilite el desempeño y desenvolvimiento del personal de la farmacia.
- El nivel de impactos analizados es positivo Bajo, lo que determina que el proyecto a ejecutarse es totalmente viable sin causar daños ambientales en la parroquia de Chaltura.

## RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se deben aplicar son las siguientes.

- Se establece dar prioridad a la creación y puesta en marcha del proyecto, al no existir una farmacia o botiquín en la parroquia de Chaltura y satisfacer la necesidad de la población en cuanto al requerimiento de medicinas.
- Se debe sustentar el proyecto con la investigación científica, actualizando información continuamente, porque sirve como base y apoyo para fundamentar cualquier disposición en el funcionamiento de la farmacia garantizando el servicio a los clientes.
- Se recomienda implementar la farmacia en la parroquia debido a que en esta zona existe demanda potencial a satisfacer, para brindar el servicio de comercialización de fármacos, que satisfaga las necesidades de la población de Chaltura y contribuir con el bienestar del pueblo.
- Se recomienda crear la farmacia junto al centro de salud de Chaltura por el movimiento diario de pacientes que asisten a este establecimiento y además en esta área existe una gran afluencia de personas por encontrarse en el centro de la parroquia.
- Se sugiere aprovechar los beneficios que otorgan las instituciones financieras en cuanto a la solicitud de financiamiento buscando la mejor opción con la menor tasa de interés del mercado.
- Se recomienda usar el organigrama propuesto, así como la estructura y funciones que se presentan en el capítulo sexto para el correcto funcionamiento del establecimiento.
- Se sugiere implementar estrategias que reduzcan los impactos negativos y fortalezcan los positivos que se presenten en el transcurso del funcionamiento de la farmacia.

## **BIBLIOGRAFÍA**

ALFONSO, R. G. (2013). *FUNDAMENTO DE FARMACOLOGÍA BÁSICA Y CLÍNICA*. MADRID - ESPAÑA : 2013, EDITORIAL MÉDICA PANAMERICA, S. A.

ARAUJO ARÉVALO, D. (2012). *Proyectos de Inversión*. Editorial Trillas.

COLIN, J. G. (2013). *Contabilidad de Costos*. México : Educativos S.A de C.V.

CÓRDOBA, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. ECOE EDICIONES.

DÍAZ, A. (2011). *El Arte de dirigir Proyectos*. México: Alfaomega Grupo Editor S.A.

FIERRO MARTÍNEZ, Á. (2011). *Contabilidad Genral*. Bogotá: ECOE EDICIONES.

GALLARDO, J. (2012). *Administración Estratégica*. México: Alfaomega.

GARCÍA, E. S.-R. (2012). *Real Academia Nacional de Medicina*. Madrid: 2012, Editorial Médica Panamericana, S.A.

GIL ESTALLO , M., & Giner de la Fuente , F. (2012). *Como Crear y Hacer Funcionar una Empresa*. Madrid: ESIC EDITORIAL .

HERRERO, G. G. (2011). *2011, TRATADO DE MEDICINA FÁRMACEUTICA*. MADRID-ESPAÑA: EDITORIAL MÉDICA PANAMERICANA , S.A.

HERRERO, G. G. (2011). *TRATADO DE MEDECINA FARMACÉUTICA*. MADRID-ESPAÑA: 2011, EDITORIAL MÉDICA PANAMERICANA, S.A. .

MORUECO, R. (2014). *Manual Práctico de administración*. Colombia : Ra-ma Editorial (España).

PALACIOS ACERO, L. (2012). *Estrategias de Creación Empresarial*. Bogotá: ECOE EDICIONES.

RIVERA CAMINO , J., & MOLERO AYALA, V. (2012). *Formación de vendedores Saber para vender* . Madrid : ESIC Editorial.

URBINA, B. (2013). *Evaluación de Proyectos*. México: McGrawHill.

ZAMBRANO PONTÓN, P. (2013). *Microeconomía*. Editorial Jurídica del Ecuador.

ZAPATA, P. (2011). *Contabilidad General*. McGrawHill.

## LINKOGRAFÍA

- ANTONIO ANTE. (s.f.). *ANTONIO ANTE*. Obtenido de ANTONIO ANTE Tegiendo desarrollo: <http://www.antonioante.gob.ec/>
- CONTRIBUCIONES), R. (. (25 de febrero de 2016). *wikipedia*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Farmacéutico&action=info>
- Diccionario Médico. (s.f.). *Doctissimo*. Obtenido de Diccionario de medicina: <http://salud.doctissimo.es/diccionario-medico/diccionario-de-medicina/>
- GAD PARROQUIAL CHALTURA. (2015). *app.sni.gob.ec*. Obtenido de Antonio Ante: [http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/sigadplusdiagnostico/1060013320001\\_DIAG,CHALTURA-DEFIN\\_15-05-2015\\_11-43-42.pdf](http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/sigadplusdiagnostico/1060013320001_DIAG,CHALTURA-DEFIN_15-05-2015_11-43-42.pdf)
- GAD PARROQUIAL CHALTURA. (2016). *GAD PARROQUIAL CHALTURA*. Obtenido de G.A.D.P.R. San José de Chaltura: <http://www.gadchaltura.gob.ec/>
- NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA. (15 de Noviembre de 2016). *16\_NIC*. Obtenido de Norma Internacional de Contabilidad 16 Propiedad Planta y Equipo: [https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta\\_publ/con\\_nor\\_co/vigentes/nic/16\\_NIC.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_publ/con_nor_co/vigentes/nic/16_NIC.pdf)
- SERVICIO DE RENTAS INTERNAS. (15 de Noviembre de 2016). *SRI*. Obtenido de Reglamento de aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/depreciacion-acelarada-de-activos-fijos>
- SRI. (s.f.). *SERVICIO DE RENTAS INTERNAS*. Obtenido de SERVICIO DE RENTAS INTERNAS: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home/>

## ANEXOS

### ANEXO 1



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

### CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

#### ENCUESTA DIRIGIDA A LOS POBLADORES DE SAN JOSÉ DE CHALTURA

La presente encuesta va dirigida a los pobladores de la Parroquia de San José de Chaltura con la finalidad de identificar las necesidades en cuanto a la adquisición de medicamentos.

Marque con una X donde considere necesario.

Sexo: Masculino  Femenino

**Edad:**

Entre 15 a 25 años  Entre 26 a 40 años

Entre 41 a 60 años  Más de 61 años

**1. ¿Cuándo se dispone a comprar medicamentos en una farmacia a que ciudad o parroquia acude frecuentemente?**

Ibarra

Atuntaqui

San Antonio de Ibarra

Otro lugar

Mencione.....

**2. ¿A Cuál de estas farmacias acude con mayor frecuencia para la adquisición de medicamentos?**

Farmacias Económicas

Farmacia Cruz Azul

Farmacia Sana Sana

Farmacia Fybeca

Otra

Mencione.....

3. **¿Cuánto tiempo le toma realizar este proceso de compra de medicamentos en las farmacias ubicadas en las parroquias cercanas a Chaltura?**

- Menos de 30 minutos
- 0.30 min- a 1 hora
- 1 hora a 1 hora y 30 min
- 1 hora y 30 min a 2 horas
- 2 horas en adelante

4. **¿Cuándo viaja a las parroquias o ciudad más cercanas a Chaltura para adquirir medicamentos que medios de transporte utiliza?**

- Automóvil propio
- Buses de transporte público (Cooperativa Flota Antaña)
- Cooperativa de Taxis / camionetas
- Otros
- Mencione cual.....

5. **¿Le beneficiaría la creación de una farmacia en la parroquia de Chaltura?**

Si  No

6. **¿Acudiría a una farmacia ubicada en esta parroquia para la adquisición de medicamentos?**

Si  No

7. **¿Qué monto de dinero gasta usted en consumo de medicamentos u otro tipo de artículos mensualmente en una farmacia?**

- 0 a 5 USD
- 6 a 10 USD
- 11 a 20 USD
- 21 a 30 USD
- 31 USD en Adelante

8. **Su nivel de ingresos mensuales está en el rango de:**

- Menos de 100 USD
- 100 a 200 USD
- 201 a 366 USD
- 366 a 500 USD
- 501 a 800 USD
- 801 USD en adelante

9. **¿Cuándo usted compra medicamentos, prefiere que estos sean de marca o genéricos?**

Marca  Genéricos

**10. ¿Qué artículos adquiere con mayor frecuencia cuando visita una farmacia?**

- Productos para aliviar síntomas leves
- Medicamentos bajo receta médica
- Cosméticos
- Productos de higiene personal
- Otros

Mencione cuales.....

**11. ¿De qué forma prefiere que se le entregue los productos farmacéuticos?**

- Empaques reciclables
- Fundas de papel
- Fundas de plástico
- Otros

Mencione cual.....

**12. ¿Cuál de las siguientes estaciones de radio escucha con mayor frecuencia?**

- Radio Canela
- Radio la Fábrica
- Radio Exa
- Radio Vocu
- Otro

Mencione cual.....

## ANEXO 2



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### FACAE

#### CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

#### ENTREVISTA A LA DIRECTORA DEL CENTRO DE SALUD DE CHALTURA

La presente entrevista va dirigida al directora del centro de salud de la parroquia de San José de Chaltura con la finalidad de conocer el número de pacientes y la cantidad de medicamentos entregados.

NOMBRE: Verónica Villegas

CARGO: Directora del Centro de salud

1.- ¿El subcentro de salud cuenta con el personal y los equipos necesarios para atender todo tipo enfermedades que presenten los pacientes?

2.- ¿Qué número de pacientes son atendidos diariamente por el subcentro de salud?

3.- ¿De este número de pacientes atendidos que cantidad representan a los niños, adolescentes, jóvenes, adultos, adultos mayores?

4.- ¿Qué tipo de enfermedades presentan con mayor frecuencia los habitantes que son atendidos en el subcentro de salud?

5.- ¿Qué medicamentos son mayormente entregados a los pacientes del subcentro de salud?

6.- ¿Se entrega la totalidad de los medicamentos a los pacientes atendidos en el subcentro de salud?

### **ANEXO 3**

#### **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

#### **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

#### **CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

Esta entrevista está dirigida a personal de despacho de medicamentos en la farmacia interna de la “CLINICA IBARRA”, que me permitirá conocer el número de pacientes que son atendidas en el establecimiento.

**Nombre:** Patricia Arciniegas

**Cargo:** Personal de despacho de fármacos

1.- ¿Cuál es la clasificación general de los medicamentos?

2.- ¿Qué tipo de enfermedades presentan con mayor frecuencia los pacientes que son atendidos en este establecimiento?

3.- En base a la pregunta uno. ¿Qué medicamentos usualmente son mayormente demandados por las personas que acuden a este establecimiento?

4.- ¿Cuántas personas acuden mensualmente a este establecimiento?

5.- ¿Cuánto dinero ingresa en promedio mensualmente por la venta de medicamentos?

# ANEXO 4

## PROFORMAS

**SOLUCIONES TECNOLÓGICAS**

*Diego Suárez ext 109*

Av. Coruña E25-17 (1123) y Colón (esq.)  
QUITO - ECUADOR

Matriz Quito: (593-2) 2557 512 / 2503 398 / 2557 514 / 2503401 / 2504 675  
Sucursal 1 Guayaquil: (593) 4 2523-774 / (593) 4 2523-776  
Sucursal 2 Ambato: 03 2820 511 / 03 2825 511

E-mail: [ventas@casapazmino.com.ec](mailto:ventas@casapazmino.com.ec) / [casapazmino-uso@hotmail.com](mailto:casapazmino-uso@hotmail.com)




**SISTEMA DE FACTURACION - POS CAPAZ**

| <b>FULL TIME CONTABILIDAD - 8 MODULOS</b>  |   |  |  |  |
|--|---|--|--|--|
| OPCIONES   | PAQUETE 1   | PAQUETE 2  |  |  |
| <b>COMPARACION</b>   |    |                            |  |  |
| PC completa<br>(Incluye: teclado y mouse)<br>Marca: Quasad / Speedmind   | SI  | SI <i>250 + IVA</i>  |  |  |
| Gaveta de dinero<br>USB  | NO  | SI <i>420 + IVA</i>  |  |  |
| Impresora de facturas Marca:<br>Epson TMU-220<br>USB o LX-350II  | SI  | SI <i>390 + IVA</i>  |  |  |
| Generador de código de<br>barras - Programa: Prolabel  | NO  | SI <i>120 + IVA</i>  |  |  |
| Software FULL TIME   | SI  | SI <i>850 + IVA</i>  |  |  |
| Garantía   | 1 año (contra defectos de fábrica)  |  |  |  |
| Precio   | \$1880 + IVA (Incluye capacitacion*)  | \$2080 + IVA (Incluye capacitacion*)   |  |  |
| <b>ACTUALIZACION DE FACTURACION ELECTRONICA SIN COSTO</b>  |   |  |  |  |
| <i>*Capacitacion e instalacion incluida dentro de Quito, fuera de provincia con costo aparte</i>   |   |  |  |  |
| <b>OPCIONALES</b>  |   |  |  |  |
| MODELOS  | 1200G VOYAGER   | MS-7120 ORBIT  | MK-7820 SOLARIS  | MS-7625 HORIZON  |
| Lector de códigos de barras<br>(Scanners)<br>Marca: Metrologic /<br>Honeywell  |  |                           |  |   |
| Precio   | \$190 + IVA   | \$460 + IVA  | \$480 + IVA  | \$680 + IVA  |
| <b>SOFTWARE FULL TIME CONTABILIDAD 8 MODULOS - PRECIO: \$850 + IVA</b>   |   |  |  |  |
| <b>MATRIZ QUITO</b><br>Av. Coruña E25-17 y Colón esq.<br>Telf: 2557514 / 2557512 / 2503398 / 2503401<br>Mail: <a href="mailto:ventas@casapazmino.com.ec">ventas@casapazmino.com.ec</a><br>Pagina web: <a href="http://www.casapazmino.com.ec">www.casapazmino.com.ec</a> |   | <b>SUCURSAL AMBATO</b><br>Cevallos y Mariano Eguez<br>CC. Teofilo Lopez, Piso 3<br>Telf: 03-2820511/28025511 |  | <b>SUCURSAL GUAYAQUIL</b><br>Pedro Carbo 911 entre 10<br>de Agosto y Sucre<br>C.C Paseo Parque, Piso 2<br>Telf: 04-2523774 / 2523776 |

Impresoras de recibos compactas y versátiles

**EPSON**  
TM-U220

## Impresora de impacto para puntos de venta

Las impresoras TM-U220 de EPSON son las sucesoras más poderosas y modernas de la serie más vendida TM-U200 de EPSON.

Disponibles en tres modelos diferentes, las impresoras TM-U220 de EPSON son compactas, confiables y rápidas y ofrecen todas las prestaciones fáciles de usar que son importantes para los sectores de minoristas, restaurantes y hotelería.



- Tres modelos de impresoras
- Fácil de operar
- Mayor velocidad de impresión (30% más rápida que la serie TM-U200)
- Sencilla carga del papel
- Impresión bicromática en negro y rojo
- Anchos de papel flexibles
- Garantía de dos años



### Prestaciones universales

Los tres modelos de impresoras de la serie TM-U220 de EPSON han sido optimizados para producir resultados inmediatos al imprimir recibos de clientes y pedidos de cocina más rápidamente que nunca. Para máxima eficacia, los modelos TM-U220A, TM-U220B y TM-U220D ofrecen fácil carga del papel e impresión bicromática en negro y rojo, para destacar las ofertas especiales e imprimir logotipos más impactantes, y una función de ajuste del ancho del papel que permite utilizar rollos de papel de 58, 70 y 76 mm para mayor flexibilidad y economía.

### Un modelo para cada necesidad

Con la serie TM-U220 de EPSON puedes seleccionar el modelo que se adapte mejor a tus necesidades. Por ejemplo: los modelos TM-U220A y TM-U220B vienen con un cortador automático para que puedas elegir entre un corte completo o parcial, y una función de mensajes automáticos de estado (Auto Status Back) que transmite automáticamente los

cambios en el estado de la impresora. La TM-U220A incluye un dispositivo de enrollado de registros de diario (para contabilidad) y la TM-U220B cuenta con una opción de instalación en la pared, la solución perfecta para cocinas activas u otras áreas donde el espacio sea limitado. Y, el modelo TM-U220D, también con la opción de instalación en la pared, es la elección adecuada cuando trabajas con un presupuesto limitado pero aún así deseas la calidad, confiabilidad y velocidad típicas de EPSON.

### Transición sencilla y sin complicaciones

Para cambiar de dispositivo más fácilmente, la serie TM-U220 de EPSON se ha diseñado para que sea completamente compatible con los sistemas que usen actualmente una impresora TM-U200. Puesto que las dimensiones externas de la serie TM-U200 y TM-U220 son casi idénticas, la transición a una nueva impresora TM-U220 es tan sencilla como retirar la impresora TM-U200 e instalar un nuevo modelo TM-U220.

**EPSON**  
Technology with a future.™



# Cash Drawer DYN-CD800G

The Dynapos Cash Drawers are loaded with many value added features that allow you to adjust the drawer to fit your cash management needs.

### Specifications

- Dimension: 420(W) x 440(D) x 100(H) mm
- Net Weight: 8.3kg
- Cash Tray: 355(W) x 325(D) x 60(H)mm with

### Features

- Micro switch for drawer open feed back status detection
- Adjustable dividers for five bill compartments and 8 coin sections
- Metal construction
- 5 Pin / 24 V W/Micro
- Metal bill clips
- Separated coin tray removable from the bill tray with adjustable dividers for up to 9 compartments
- Printer Driven
- Lifecycle: tested to minimum one million cycles
- Color: Black



### Accessories

#### DYN-0003 Serial Cash Drawer Trigger

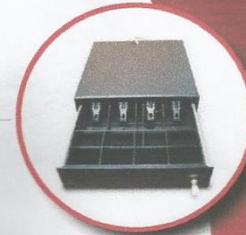
The DYN-0003 Cash Drawer Trigger is designed to provide serial interfacing to the cash drawer. This allows the cash Drawer to be directly connected to a Serial Port of the computer.

#### Features:

- Cash Drawer can be directly connected to the computer
- Powered by the USB bus, external power is not required.
- No need to set the COM properties
- Suitable to any cash drawer command

#### Specifications

- Dimension: Interface Module: 68(H) x 44(W) x 25(H) mm
- Weight: 80 grams (including cable)
- Color: Black
- Computer Interface : USB & Serial
- Power Requirement: 5V 200mA (max)
- Cash Drawer: Connector: RJ11  
Rating: Suits 12/24 Volts  
Repeat Rate: 5 seconds (max)
- Environment: Operating temp: 0 ~ 55°C  
Storage Temp: -10 ~ 55°C  
Humidity: 10 ~ 90% Relative



DYN-0003 Serial  
Cash Drawer Trigger

[www.dynapos.com](http://www.dynapos.com)

Complete Point of Sale Solutions

Honeywell

## Voyager 1200g

### Escáner láser de una sola línea

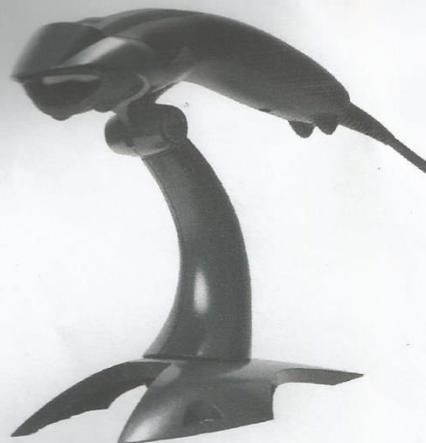
TPV Center

Basado en la plataforma del escáner de una sola línea más vendido del mundo, el Voyager® 1200g de Honeywell ofrece un excelente rendimiento de lectura en prácticamente todos los códigos de barra lineales, incluyendo los de baja calidad y los que están dañados. La detección de objetos actualizada y la configuración y detección automática en soporte permiten una lectura en modo de presentación que está entre las mejores de su categoría potenciando al máximo el rendimiento. Además de un rendimiento de lectura excepcional y un diseño fiable, aporta una solución de lectura lineal muy versátil que se adecua a una gran variedad de aplicaciones.

El intuitivo Voyager 1200g proporciona una lectura de códigos de barras rápida y fiable en todo su alcance de operación, lo que minimiza la necesidad de formar al usuario. El Voyager 1200g decodifica con facilidad los códigos de barras que son difíciles de leer, ya sean códigos corridos, borrosos o con una impresión deficiente. El Voyager 1200g también destaca en la lectura de códigos de barras de alta densidad con una resolución de hasta 3,5 mils eliminando la necesidad de adquirir escáneres especializados.

Diseñado para reducir el tiempo de inactividad y los costes de servicio, el Voyager 1200g incluye una única placa de circuitos impresos con un soporte de amortiguación que proporciona una mayor resistencia a los impactos. El impacto de las caídas accidentales queda minimizado gracias a un botón empotrado que está protegido por un molde de goma ergonómico integrado. La ventana de cristal protegida y resistente a los arañazos, así como su grado de protección IP42, contribuyen a una mayor durabilidad del producto.

El Voyager 1200g, la siguiente entrega de la mundialmente famosa serie Voyager, proporciona un rendimiento de lectura y una fiabilidad extraordinarios para los usuarios finales que buscan una solución de lectura lineal excepcional.



#### Características

- **Rendimiento de lectura extraordinario en códigos de barras dañados o de baja calidad:** mantiene la productividad mediante la aportación de una solución de lectura lineal sin preocupaciones que minimiza la necesidad de la entrada de datos manual
- **Lectura en modo de presentación que está entre las mejores de su categoría:** aumenta el rendimiento mediante la detección de objetos y la configuración y detección en soporte automáticas
- **Interfaz múltiple:** al ofrecer compatibilidad con USB, teclado e interfaz RS232 en un solo escáner, reduce los costes al mínimo
- **Excelente experiencia "llave en mano":** simplifica la configuración porque ofrece montaje del soporte sin herramientas; detección y configuración en soporte automáticas; y detección y configuración de interfaz automáticas
- **Diseño contemporáneo y ergonómico:** garantiza la comodidad y la productividad del usuario al incorporar una ranura para el dedo integrada en un diseño industrial impecable y ligero que encaja perfectamente en casi todas las manos
- **Tecnología CodeGate®:** permite que los usuarios se aseguren de que se ha leído el código de barras deseado antes de transmitir los datos, haciendo que el escáner resulte ideal para utilizarlo en aplicaciones de lectura de menús

## ANEXO 5

LISTADO DE MEDICAMENTOS EMITIDA POR EL CONSEJO NACIONAL DE REVISIÓN Y FIJACIÓN DE MEDICAMENTOS DE USO Y CONSUMO HUMANO.

| CONSEJO NACIONAL DE FIJACIÓN Y REVISIÓN DE PRECIOS DE MEDICAMENTOS DE USO Y CONSUMO HUMANO |   |                         |  |   |        |   |
|--|---|-------------------------|--|---|--------|---|
| LISTA DE PRECIOS TECHO DE MEDICAMENTOS NUEVOS  |   |                         |  |   |        |   |
| SECRETARÍA TÉCNICA DE FIJACIÓN Y REVISIÓN DE PRECIOS                                       |   |                         |  |   |        |   |
|  |   |                         |  |   |        |   |
| 1  | BROMURO DE TIOTROPIO + OLODATEROL   | LÍQUIDO ORAL            | SOLUCIÓN PARA INHALACIÓN ORAL                  | 0,226 mg/ml + 0,226 mg/ml   | 67.00  | Sesión N° 654, 27 de julio de 2016      |
| 2  | CLORHIDRATO DE TIAMINA<br>CLORHIDRATO DE PIRIDOXINA<br>CIANOCOBALAMINA<br>FOSFATO DE DEXAMETASONA<br>CLORHIDRATO DE LIDOCAÍNA | LÍQUIDO PARENTERAL      | SOLUCIÓN INYECTABLE (JERINGUILLA DOBLE CÁMARA) | 100 mg/ml<br>100 mg/ml<br>2,5 mg/ml<br>2 mg/ml<br>15 mg /ml   | 5.74   | Sesión N° 643, 15 de enero de 2016      |
| 3  | DENOSUMAB   | LÍQUIDO PARENTERAL      | SOLUCIÓN INYECTABLE                            | 70,59 mg/ml   | 261.10 | Sesión N° 634, 03 de julio de 2015      |
| 4  | FULVESTRANT   | LÍQUIDO PARENTERAL      | SOLUCIÓN INYECTABLE                            | 50 mg/ml  | 133.63 | Sesión N° 641, 08 de diciembre de 2015  |
| 5  | GLATIRAMER ACETATO  | LÍQUIDO PARENTERAL      | SOLUCIÓN INYECTABLE                            | 20 mg/ml  | 56.72  | Sesión N° 639, 15 de septiembre 2015    |
| 6  | GLOBULINA ANTITIMOCÍTICA EQUINA   | LÍQUIDO INYECTABLE      | SOLUCIÓN INYECTABLE                            | 50 mg/ml  | 148.00 | Sesión N° 655, 22 de Agosto . 2016      |
| 7  | HEMAGLUTININAS DE VIRUS ANTI INFLUENZA INACTIVO Y PURIFICADO  | LÍQUIDO PARENTERAL      | SUSPENSION INYECTABLE                          | Cepa A (H1N1) - hemaglutinina 7,5mcg/0,25 ml<br>Cepa A (H3N2) - hemaglutinina 7,5mcg/0,25ml<br>Cepa B (Yamagata) - hemaglutinina 7,5mcg/0,25ml<br>Cepa B (Victoria) - hemaglutinina 7,5mcg/0,25ml | 17.50  | Sesión N° 641, 08 de diciembre de 2015  |
| 8  | IBUPROFENO  | LÍQUIDO PARENTERAL      | SOLUCIÓN INYECTABLE                            | 5 mg/ml   | 207.86 | Sesión N° 639, 15 de septiembre de 2015 |
| 9  | ILOPROST  | LÍQUIDO PARA INHALACIÓN | SOLUCIÓN PARA INHALACIÓN                       | 0,010 mg/ml   | 28.13  | Sesión N° 639, 15 de septiembre de 2015 |

|    |                             |                         |  |               |        |   |
|----|-----------------------------|-------------------------|--|---------------|--------|---|
| 10 | INSULINA DETEMIR            | LÍQUIDO PARENTERAL      | SOLUCIÓN INYECTABLE                          | 100 UI / 1 ml | 15.92  | Sesión N° 639, 15 de septiembre de 2015         |
| 11 | LABETALOL                   | LÍQUIDO PARENTERAL      | SOLUCIÓN INYECTABLE                          | 5 mg/ml       | 10.00  | Sesión Extraordinaria N° 01, 20 de mayo de 2016 |
| 12 | LARONIDASA                  | LÍQUIDO PARENTERAL      | SOLUCIÓN INYECTABLE PARA PERFUSIÓN FCO. VIAL | 0,58 mg /ml   | 128.81 | Sesión N° 641, 08 de diciembre de 2015          |
| 13 | LEVETIRACETAM               | LÍQUIDO PARENTERAL      | SOLUCIÓN PARA PERFUSIÓN                      | 100 mg/ml     | 2.42   | Sesión N° 641, 08 de diciembre de 2015          |
| 14 | OLODATEROL CLORHIDRATO      | LÍQUIDO PARA INHALACIÓN | SOLUCIÓN PARA INHALACIÓN                     | 2,5 mcg       | 43.20  | Sesión N° 641, 08 de diciembre de 2015          |
| 15 | ÓXIDO NÍTRICO               | GAS PARA INHALACIÓN     | GAS PARA INHALACIÓN                          | 800 ppm       | 2.35   | Sesión N° 657, 16 de Sep. 2016                  |
| 16 | PASIREOTIDA                 | LÍQUIDO PARENTERAL      | SOLUCIÓN INYECTABLE                          | 0,6 mg/ml     | 94.65  | Sesión N° 641, 08 de diciembre de 2015          |
| 17 | PASIREOTIDA                 | LÍQUIDO PARENTERAL      | SOLUCIÓN INYECTABLE                          | 0,9 mg/ml     | 98.78  | Sesión N° 641, 08 de diciembre de 2015          |
| 18 | POLIDOCANOL                 | LÍQUIDO PARENTERAL      | SOLUCIÓN INYECTABLE                          | 30 mg/ml      | 4.00   | Sesión N° 639, 15 de septiembre de 2015         |
| 19 | SALBUTAMOL                  | LÍQUIDO PARA INHALACIÓN | SOLUCIÓN PARA INHALACIÓN                     | 1 mg/ml       | 0.16   | Sesión N° 655, 22 de Agosto . 2016              |
| 20 | SOMATROPINA                 | LÍQUIDO PARENTERAL      | SOLUCIÓN INYECTABLE                          | 5,83 mg/ml    | 155.71 | Sesión Extraordinaria N° 01, 20 de mayo de 2016 |
| 21 | SOMATROPINA                 | LÍQUIDO PARENTERAL      | SOLUCIÓN INYECTABLE                          | 8 mg/ml       | 213.84 | Sesión Extraordinaria N° 01, 20 de mayo de 2016 |
| 22 | SULFATO DE ZINC             | LÍQUIDO ORAL            | SOLUCIÓN ORAL                                | 4 mg/ml       | 0.033  | Sesión N° 648, 03 de junio de 2016              |
| 23 | SURFACTANTE PULMONAR BOVINO | LÍQUIDO PARENTERAL      | SUSPENSIÓN INTRATRAQUEAL                     | 27 mg/ml      | 340.00 | Sesión N° 647, 13 de mayo de 2016               |
| 24 | SECUKINUMAB                 | SÓLIDO PARENTERAL       | POLVO PARA SOLUCIÓN INYECTABLE               | 150 mg        | 650.00 | Sesión N° 659, 29 de septiembre de 2016         |
| 25 | DEGARELIX                   | SÓLIDO PARENTERAL       | POLVO LIOFILIZADO PARA SOLUCIÓN INYECTABLE   | 80 mg         | 426.65 | Sesión N° 661, 14 de octubre de 2016            |
| 26 | DEGARELIX                   | SÓLIDO PARENTERAL       | POLVO LIOFILIZADO PARA SOLUCIÓN INYECTABLE   | 120 mg        | 752.00 | Sesión N° 661, 14 de octubre de 2016            |
| 27 | TRIPTORELINA                | SÓLIDO PARENTERAL       | POLVO ESTÉRIL PARA RECONSTITUIR A            | 3,75 mg       | 290.00 | Sesión N° 661, 14 de octubre de 2016            |

|   |                              |                       |   |                     |          |  |
|---|------------------------------|-----------------------|---|---------------------|----------|--|
|   |                              |                       | SOLUCIÓN<br>INYECTABLE                                    |                     |          |  |
| 28  | OCTREOTIDA                   | SÓLIDO<br>PARENTERAL  | POLVO<br>LIOFILIZADO PARA<br>SUSPENSIÓN<br>INYECTABLE     | 30 mg               | 2,004.89 | Sesión N° 661,<br>14 de octubre<br>de 2016       |
| 29  | SITAGLIPTINA +<br>METFORMINA | SÓLIDO ORAL           | COMPRIMIDOS<br>RECUBIERTOS DE<br>LIBERACIÓN<br>PROLONGADA | 50 mg + 1000 mg     | 1.30     | Sesión N° 661,<br>14 de octubre<br>de 2016       |
| 30  | SITAGLIPTINA +<br>METFORMINA | SÓLIDO ORAL           | COMPRIMIDOS<br>RECUBIERTOS DE<br>LIBERACIÓN<br>PROLONGADA | 100 mg + 1000<br>mg | 2.09     | Sesión N° 661,<br>14 de octubre<br>de 2016       |
| 31  | OBINUTUZUMAB                 | LÍQUIDO<br>PARENTERAL | SOLUCIÓN PARA<br>INFUSIÓN                                 | 25 mg/ml            | 84.23    | Sesión N° 661,<br>14 de octubre<br>de 2016       |
| 32  | FENITOÍNA SÓDICA             | SÓLIDO ORAL           | CÁPSULA DE<br>LIBERACIÓN<br>PROLONGADA                    | 100 mg              | 0.09     | Sesión N°<br>659, 29 de<br>septiembre<br>de 2016 |
| <b>NOTA:</b> En el caso de los segmentos de mercado que presenten su forma farmacéutica líquida, el interesado deberá multiplicar el precio techo unitario fijado por la presentación comercial de conformidad a la concentración del producto. |                              |                       |   |                     |          |  |

## ANEXO 6

**Tabla 93 Amortización del crédito**

| N° Cuota | Capital    | Valor Cuota | Interés  | Amortización | Saldo      |
|----------|------------|-------------|----------|--------------|------------|
| 1        | 10000      | \$ 232.98   | \$117.15 | \$ 115.83    | \$9,884.17 |
| 2        | \$9,884.17 | \$ 232.98   | \$115.79 | \$ 117.19    | \$9,766.98 |
| 3        | \$9,766.98 | \$ 232.98   | \$114.42 | \$ 118.56    | \$9,648.41 |
| 4        | \$9,648.41 | \$ 232.98   | \$113.03 | \$ 119.95    | \$9,528.46 |
| 5        | \$9,528.46 | \$ 232.98   | \$111.63 | \$ 121.36    | \$9,407.10 |
| 6        | \$9,407.10 | \$ 232.98   | \$110.20 | \$ 122.78    | \$9,284.32 |
| 7        | \$9,284.32 | \$ 232.98   | \$108.77 | \$ 124.22    | \$9,160.11 |
| 8        | \$9,160.11 | \$ 232.98   | \$107.31 | \$ 125.67    | \$9,034.43 |
| 9        | \$9,034.43 | \$ 232.98   | \$105.84 | \$ 127.15    | \$8,907.29 |
| 10       | \$8,907.29 | \$ 232.98   | \$104.35 | \$ 128.63    | \$8,778.65 |
| 11       | \$8,778.65 | \$ 232.98   | \$102.84 | \$ 130.14    | \$8,648.51 |
| 12       | \$8,648.51 | \$ 232.98   | \$101.32 | \$ 131.67    | \$8,516.84 |
| 13       | \$8,516.84 | \$ 232.98   | \$99.77  | \$ 133.21    | \$8,383.64 |
| 14       | \$8,383.64 | \$ 232.98   | \$98.21  | \$ 134.77    | \$8,248.87 |
| 15       | \$8,248.87 | \$ 232.98   | \$96.63  | \$ 136.35    | \$8,112.52 |
| 16       | \$8,112.52 | \$ 232.98   | \$95.04  | \$ 137.95    | \$7,974.57 |
| 17       | \$7,974.57 | \$ 232.98   | \$93.42  | \$ 139.56    | \$7,835.01 |
| 18       | \$7,835.01 | \$ 232.98   | \$91.79  | \$ 141.20    | \$7,693.82 |
| 19       | \$7,693.82 | \$ 232.98   | \$90.13  | \$ 142.85    | \$7,550.97 |
| 20       | \$7,550.97 | \$ 232.98   | \$88.46  | \$ 144.52    | \$7,406.44 |
| 21       | \$7,406.44 | \$ 232.98   | \$86.77  | \$ 146.22    | \$7,260.22 |
| 22       | \$7,260.22 | \$ 232.98   | \$85.05  | \$ 147.93    | \$7,112.29 |
| 23       | \$7,112.29 | \$ 232.98   | \$83.32  | \$ 149.66    | \$6,962.63 |
| 24       | \$6,962.63 | \$ 232.98   | \$81.57  | \$ 151.42    | \$6,811.22 |
| 25       | \$6,811.22 | \$ 232.98   | \$79.79  | \$ 153.19    | \$6,658.03 |
| 26       | \$6,658.03 | \$ 232.98   | \$78.00  | \$ 154.98    | \$6,503.04 |
| 27       | \$6,503.04 | \$ 232.98   | \$76.18  | \$ 156.80    | \$6,346.24 |
| 28       | \$6,346.24 | \$ 232.98   | \$74.35  | \$ 158.64    | \$6,187.60 |
| 29       | \$6,187.60 | \$ 232.98   | \$72.49  | \$ 160.50    | \$6,027.11 |
| 30       | \$6,027.11 | \$ 232.98   | \$70.61  | \$ 162.38    | \$5,864.73 |

|    |            |           |         |           |            |
|----|------------|-----------|---------|-----------|------------|
| 31 | \$5,864.73 | \$ 232.98 | \$68.70 | \$ 164.28 | \$5,700.45 |
| 32 | \$5,700.45 | \$ 232.98 | \$66.78 | \$ 166.20 | \$5,534.25 |
| 33 | \$5,534.25 | \$ 232.98 | \$64.83 | \$ 168.15 | \$5,366.10 |
| 34 | \$5,366.10 | \$ 232.98 | \$62.86 | \$ 170.12 | \$5,195.98 |
| 35 | \$5,195.98 | \$ 232.98 | \$60.87 | \$ 172.11 | \$5,023.87 |
| 36 | \$5,023.87 | \$ 232.98 | \$58.85 | \$ 174.13 | \$4,849.74 |
| 37 | \$4,849.74 | \$ 232.98 | \$56.81 | \$ 176.17 | \$4,673.57 |
| 38 | \$4,673.57 | \$ 232.98 | \$54.75 | \$ 178.23 | \$4,495.34 |
| 39 | \$4,495.34 | \$ 232.98 | \$52.66 | \$ 180.32 | \$4,315.02 |
| 40 | \$4,315.02 | \$ 232.98 | \$50.55 | \$ 182.43 | \$4,132.59 |
| 41 | \$4,132.59 | \$ 232.98 | \$48.41 | \$ 184.57 | \$3,948.02 |
| 42 | \$3,948.02 | \$ 232.98 | \$46.25 | \$ 186.73 | \$3,761.29 |
| 43 | \$3,761.29 | \$ 232.98 | \$44.06 | \$ 188.92 | \$3,572.37 |
| 44 | \$3,572.37 | \$ 232.98 | \$41.85 | \$ 191.13 | \$3,381.23 |
| 45 | \$3,381.23 | \$ 232.98 | \$39.61 | \$ 193.37 | \$3,187.86 |
| 46 | \$3,187.86 | \$ 232.98 | \$37.35 | \$ 195.64 | \$2,992.23 |
| 47 | \$2,992.23 | \$ 232.98 | \$35.05 | \$ 197.93 | \$2,794.30 |
| 48 | \$2,794.30 | \$ 232.98 | \$32.73 | \$ 200.25 | \$2,594.05 |
| 49 | \$2,594.05 | \$ 232.98 | \$30.39 | \$ 202.59 | \$2,391.45 |
| 50 | \$2,391.45 | \$ 232.98 | \$28.02 | \$ 204.97 | \$2,186.49 |
| 51 | \$2,186.49 | \$ 232.98 | \$25.61 | \$ 207.37 | \$1,979.12 |
| 52 | \$1,979.12 | \$ 232.98 | \$23.19 | \$ 209.80 | \$1,769.32 |
| 53 | \$1,769.32 | \$ 232.98 | \$20.73 | \$ 212.26 | \$1,557.07 |
| 54 | \$1,557.07 | \$ 232.98 | \$18.24 | \$ 214.74 | \$1,342.32 |
| 55 | \$1,342.32 | \$ 232.98 | \$15.73 | \$ 217.26 | \$1,125.07 |
| 56 | \$1,125.07 | \$ 232.98 | \$13.18 | \$ 219.80 | \$905.26   |
| 57 | \$905.26   | \$ 232.98 | \$10.61 | \$ 222.38 | \$682.89   |
| 58 | \$682.89   | \$ 232.98 | \$8.00  | \$ 224.98 | \$457.90   |
| 59 | \$457.90   | \$ 232.98 | \$5.36  | \$ 227.62 | \$230.29   |
| 60 | \$230.29   | \$ 232.98 | \$2.70  | \$ 230.29 | \$0.00     |

---

**FUENTE:** Investigación propia  
**Elaborado por:** Los autores  
**Año:** 2016