



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y**

**ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
FARMACIA DE AUTOSERVICIO EN EL CANTÓN LAGO AGRIO**

**AUTORA:**

**Gallardo Bedón María del Carmen**

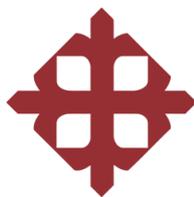
**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de**

**INGENIERA COMERCIAL**

**TUTORA:**

**Ing. Mena Campoverde Carola, Mgs.**

**Guayaquil, 23 Marzo del 2017**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y**

**ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Gallardo Bedón María del Carmen**, como requerimiento para la obtención del Título de **INGENIERA COMERCIAL**.

**TUTORA**

---

**Ing. Mena Campoverde Carola Luxary, Mgs.**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. Balladares Calderón Esther Georgina, Mgs**

**Guayaquil, a los 23 días marzo 2017**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**ECONOMICAS**

**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Gallardo Bedón María del Carmen.**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA DE AUTOSERVICIO EN EL CANTÓN LAGO AGRIO** previo a la obtención del **Título de Ingeniera Comercial**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, 23 Marzo 2017**

**AUTORA**

---

**Gallardo Bedón, María del Carmen.**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**

**ECONOMICAS**

**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, **Gallardo Bedón María del Carmen**, autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA DE AUTOSERVICIO EN EL CANTÓN LAGO AGRIO**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, 23 Marzo 2017**

**LA AUTORA:**

---

**Gallardo Bedón, María del Carmen.**

**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, MODALIDAD A DISTANCIA. UCSG.**  
**REPORTE DE REVISIÓN ANTIPLAGIO URKUND.**  
**ALUMNA: MERY GALLARDO.**

URKUND

Documento [TT\\_Gallardo\\_Mery\\_tutora\\_Carola\\_Mena\\_25\\_feb.doc](#) (D26015855)

Presentado 2017-02-25 12:59 (-05:00)

Presentado por carolamenacamoverde@gmail.com

Recibido carola.mena.ucsg@analysis.orkund.com

Mensaje [TESIS 2014] [Mostrar el mensaje completo](#)

2% de esta aprox. 22 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 1 fuentes.

Lista de fuentes	Bloques
95%	Los indicadores que se van a usar dentro del presente proye... <input type="checkbox"/>
91%	Narváz, 2015) <input type="checkbox"/>
95%	Narváz, 2015) <input type="checkbox"/>
95%	TOTAL 13.352,40 Elaborado por: La autora <input type="checkbox"/>
58%	TOTAL 12.106,18 Elaborado por: La autora <input type="checkbox"/>

0 Advertencias. Reiniciar Exportar Compartir

**Tutora: Ing. Carola Mena C., Mgs.**

**Alumna: María Gallardo**

## **AGRADECIMIENTO**

El presente trabajo elaborado está dedicado a Dios, mi Familia ellos que han sido el motor fundamental en mi vida por medio de su cariño y dedicación he podido llegar muy lejos siendo mi inspiración para mi superación.

**María del Carmen Gallardo Bedón.**

## **DEDICATORIA**

Dedico este Trabajo a las personas más importantes de mi vida: a Dios, al Amor de mi Vida mi Esposo Samuel, Mis Adorados Hijos Mateo, Génesis e Israel, a mis Padres Mariana y Héctor quienes fueron la guía para poder crecer cada día como profesional y un ser lleno de valores.

**María del Carmen Gallardo Bedón.**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONOMICAS  
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**Ing. Carola Luxury Mena Campoverde, Mgs.**

TUTOR

---

**Ing. Georgina Esther Balladares Calderón, Mgs.**

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

---

**Ing. Erick Paúl Murillo Delgado, Mgs.**

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Guayaquil 3 de marzo del 2017.

Ingeniero

**Freddy Camacho**

COORDINADOR UTE B-2016

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

En su despacho.

De mis Consideraciones:

Ingeniero CAROLA MENA C, Docente de la Carrera de Administración, designado TUTOR del proyecto de grado de la Señora María Gallardo, cúpleme informar a usted, señor Coordinador, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto **avaló** el trabajo presentado por el estudiante María del Carmen Gallardo Bedón, titulado “**Estudio de Viabilidad para la creación de una farmacia de autoservicio en el cantón Lago Agrio**” por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades.

Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un 2% de plagio.

Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre B-2016 a mi cargo, en la que me encuentra designada y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación somos el Tutor Carola Mena C. y la Sra. María Gallardo B. y eximo de toda responsabilidad a el coordinador de titulación y a la dirección de carrera.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: **7,5/10 Siete, cinco sobre Diez.**

Atentamente,

**Carola Luxury Mena Campoverde**  
PROFESOR TUTOR-REVISOR  
PROYECTO DE GRADUACIÓN

**María del Carmen Gallardo Bedón.**  
ALUMNA

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>CAPÍTULO 1.....</b>	<b>24</b>
<b>GENERALIDADES DEL PROYECTO .....</b>	<b>24</b>
1.1 ANTECEDENTES .....	24
1.2 PROBLEMÁTICA .....	25
1.3 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN .....	26
1.4 JUSTIFICACIÓN.....	26
1.5 OBJETIVOS DEL PROYECTO .....	27
1.5.1 OBJETIVO GENERAL .....	27
1.5.2 OBJETIVO ESPECÍFICO .....	27
1.6 METODOLOGÍA.....	27
1.7 PLAN DE NEGOCIOS .....	27
1.8 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....	28
1.8.1 FUENTES DE INFORMACIÓN.....	28
1.8.2 ENTREVISTA .....	29
1.8.3 ENCUESTA .....	29
1.8.4 POBLACIÓN .....	29
1.8.5 MUESTRA .....	30
1.8.6 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN Y ANÁLISIS DE LA MISMA .....	30
<b>CAPÍTULO 2.....</b>	<b>31</b>
<b>MARCO TEORICO Y REFERENCIAL .....</b>	<b>31</b>
2.1 MARCO TEÓRICO .....	31
2.1.1 PLAN DE NEGOCIOS .....	31
2.1.2 MARKETING MIX.....	31
2.1.3 MARKETING FARMACÉUTICO .....	32

2.2	LAS 5 FUERZAS DE PORTER .....	32
2.3	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA .....	33
2.4	MATRIZ FODA .....	33
2.5	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....	34
2.6	ÍNDICES FINANCIEROS .....	34
2.6.1	VALOR ACTUAL NETO .....	35
2.6.2	TASA INTERNA DE RETORNO .....	35
2.6.3	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	36
2.7	MARCO LEGAL .....	36
	<b>CAPÍTULO 3.....</b>	<b>37</b>
	<b>ESTUDIO DEL MERCADO .....</b>	<b>37</b>
3.1	ANÁLISIS DE MERCADO .....	37
3.2	ESTUDIO DE MERCADO .....	37
3.2.1	UBICACIÓN.....	37
3.2.2	MICRO LOCALIZACIÓN.....	38
3.2.3	METODOLOGÍA CUANTITATIVA .....	40
3.2.4	FUENTES PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	40
3.3	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	40
3.3.1	OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	40
3.3.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	40
3.4	LA POBLACIÓN .....	41
3.5	MUESTRA .....	41
3.6	ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	42
3.6.1	ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS .....	42
3.6.2	ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS .....	43

3.6.3	RESUMEN E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	52
3.7	MERCADO POTENCIAL .....	52
3.8	ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS DE MICHAEL PORTER .....	53
3.8.1	AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES .....	53
3.8.2	RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES .....	53
3.8.3	PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES .....	54
3.8.4	PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES .....	54
3.8.5	AMENAZA DE INGRESO DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	54
3.8.6	CONCLUSIÓN DE LAS FUERZA DE PORTER.....	54
3.9	ANÁLISIS FODA .....	55
	<b>CAPÍTULO 4.....</b>	<b>57</b>
	<b>DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EMPRESA Y ESTUDIO TÉCNICO.....</b>	<b>57</b>
4.1	SITUACIÓN FUTURA DE LA EMPRESA .....	57
4.2	MISIÓN .....	57
4.3	VISIÓN.....	57
4.4	OBJETIVOS DE LA EMPRESA .....	57
4.5	VALORES DE LA EMPRESA .....	58
4.6	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	59
4.6.1	GERENTE DE LA EMPRESA .....	59
4.6.2	SECRETARIA .....	60
4.6.3	QUÍMICO FARMACÉUTICO .....	60
4.6.4	CONTABILIDAD.....	61
4.6.5	ADMINISTRADOR.....	61
4.6.6	AUXILIAR DE FARMACIA .....	62

4.7	EFFECTOS ECONÓMICOS DE LAS VARIABLES ORGANIZACIONALES.....	63
4.8	ANÁLISIS E IDENTIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DEL NEGOCIO .....	63
4.8.1	COMPRAS .....	64
4.8.2	PUBLICIDAD .....	65
4.8.3	MARKETING VENTAS .....	65
4.8.4	DIRECCIÓN DE RR. HH.....	65
4.8.5	INFRAESTRUCTURA Y AMBIENTE.....	66
4.8.6	ABASTECIMIENTO.....	66
	<b>CAPÍTULO 5.....</b>	<b>67</b>
	<b>ESTUDIO TÉCNICO-ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO .....</b>	<b>67</b>
5.1	ESTUDIO DE TÉCNICO.....	67
5.1.1	TAMAÑO ÓPTIMO DE LA FARMACIA .....	67
5.1.2	CAPACIDAD INSTALADA.....	67
5.1.3	CAPACIDAD UTILIZADA.....	68
5.2	OBJETIVOS DEL ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	71
5.2.1	OBJETIVO GENERAL .....	71
5.2.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	71
5.3	PRESUPUESTO DE INVERSIÓN INICIAL .....	71
5.3.1	ACTIVOS FIJOS .....	72
	ELABORADO POR: LA AUTORA.....	74
5.3.2	ACTIVOS DIFERIDOS.....	74
5.3.3	ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO .....	74
	MANO DE OBRA DIRECTA .....	74
	MATERIA PRIMA DIRECTA .....	75
5.3.4	GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	76

5.3.5	GASTOS DE VENTAS.....	79
5.3.6	CAPITAL DE TRABAJO.....	79
5.3.7	DEPRECIACIÓN DE ACTIVO FIJO Y AMORTIZACIÓN .....	81
5.4	FINANCIAMIENTO Y AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA .....	81
5.5	INGRESOS.....	89
5.6	ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	90
5.7	FLUJO DE CAJA .....	91
5.8	PUNTO DE EQUILIBRIO .....	92
5.9	VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	99
5.10	TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	100
5.11	RELACIÓN BENEFICIO COSTO .....	101
5.12	ESTADOS FINANCIEROS .....	103
	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>105</b>
	<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>107</b>
	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>108</b>
	<b>APENDICE.....</b>	<b>109</b>

## **INDICE TABLAS**

<i>Tabla 1 Población del cantón Lago Agrio hombres y mujeres.....</i>	<i>29</i>
<i>Tabla 2 Matriz de Localización .....</i>	<i>39</i>
<i>Tabla 3 Matriz FODA.....</i>	<i>56</i>
<i>Tabla 4 Capacidad Instalada.....</i>	<i>68</i>
<i>Tabla 5 Capacidad Utilizada.....</i>	<i>68</i>
<i>Tabla 6 Promedio de compras por visita.....</i>	<i>69</i>
<i>Tabla 7 Capacidad por Productos.....</i>	<i>70</i>
<i>Tabla 8 % en Capacidad de utilización según línea de productos.....</i>	<i>70</i>
<i>Tabla 9 Distribución de capacidad vs producto.....</i>	<i>71</i>
<i>Tabla 10 Equipo de Oficina.....</i>	<i>72</i>
<i>Tabla 11 Equipo de Computación.....</i>	<i>73</i>
<i>Tabla 12 Muebles y Enseres .....</i>	<i>73</i>
<i>Tabla 13 Activos Diferidos.....</i>	<i>74</i>
<i>Tabla 14 Mano de Obra Directa.....</i>	<i>74</i>
<i>Tabla 15 Clasificación de la Materia Prima .....</i>	<i>75</i>
<i>Tabla 16 Costo mensual de Mercadería.....</i>	<i>75</i>
<i>Tabla 17 Sueldo personal Administrativo.....</i>	<i>76</i>
<i>Tabla 18 Consumo de energía eléctrica .....</i>	<i>76</i>
<i>Tabla 19 Consumo Telefónico .....</i>	<i>77</i>
<i>Tabla 20 Materiales de Oficina .....</i>	<i>77</i>
<i>Tabla 21 Útiles de Aseo .....</i>	<i>78</i>
<i>Tabla 22 Arriendo.....</i>	<i>78</i>
<i>Tabla 23 Gastos Administrativos.....</i>	<i>79</i>
<i>Tabla 24 Capital de trabajo.....</i>	<i>80</i>

<i>Tabla 25 Total inversión</i> .....	80
<i>Tabla 26 Financiamiento</i> .....	81
<i>Tabla 27 Depreciación</i> .....	81
<i>Tabla 28 Amortización</i> .....	82
<i>Tabla 29 Distribución de Intereses</i> .....	82
<i>Tabla 30 Amortización de Activos Diferidos</i> .....	83
<i>Tabla 31 Distribución de Activos Diferidos</i> .....	83
<i>Tabla 32 Distribución de Gastos de Administración</i> .....	84
<i>Tabla 33 Distribución de Gastos de Venta</i> .....	84
<i>Tabla 34 Presupuesto Operativo Belleza, Aseo</i> .....	85
<i>Tabla 35 Presupuesto Operativo Medicina</i> .....	86
<i>Tabla 36 Presupuesto Operativo de Decoración y Confitería</i> .....	87
<i>Tabla 37 Determinación de costo unitario de belleza, aseo</i> .....	88
<i>Tabla 38 Determinación de costo unitario medicina</i> .....	88
<i>Tabla 39 Determinación de costo unitario decoración y confitería</i> .....	89
<i>Tabla 40 Ingreso totales belleza, aseo</i> .....	89
<i>Tabla 41 Ingreso totales de medicina</i> .....	89
<i>Tabla 42 Ingreso totales decoración y confitería</i> .....	90
<i>Tabla 43 Estado de Pérdidas y Ganancias del proyecto</i> .....	91
<i>Tabla 44 Flujo de caja</i> .....	92
<i>Tabla 45 Estructura de Costos Belleza, Aseo</i> .....	93
<i>Tabla 46 Estructura de Costo Medicina</i> .....	94
<i>Tabla 47 Estructura de Costo Decoración y Confitería</i> .....	95
<i>Tabla 48 Determinación de Punto de Equilibrio (P.E.)</i> .....	96
<i>Tabla 49 Valor Actual Neto</i> .....	100

<i>Tabla 50 Tasa Interna de Retorno .....</i>	<i>101</i>
<i>Tabla 51 Relación de Costo Beneficio.....</i>	<i>102</i>
<i>Tabla 52 Periodo de Recuperación del Capital.....</i>	<i>103</i>
<i>Tabla 53 Balance General Inicial.....</i>	<i>104</i>

## **INDICE FIGURAS**

<i>Figura 1. Fotografía Lago Agrio 2017</i> .....	25
<i>Figura 2. Matriz FODA</i> .....	34
<i>Figura 3. Ubicación de la Farmacia Autoservicio</i> .....	39
<i>Figura 4. Pregunta 1</i> .....	43
<i>Figura 5. Pregunta 2</i> .....	44
<i>Figura 6. Pregunta 3</i> .....	45
<i>Figura 7. Pregunta 4</i> .....	45
<i>Figura 8. Pregunta 5</i> .....	46
<i>Figura 9. Pregunta 6</i> .....	46
<i>Figura 10. Pregunta 7</i> .....	47
<i>Figura 11. Pregunta 8</i> .....	48
<i>Figura 12. Pregunta 9</i> .....	48
<i>Figura 13. Pregunta 10</i> .....	49
<i>Figura 14. Pregunta 11</i> .....	50
<i>Figura 15. Pregunta 12</i> .....	50
<i>Figura 16. Pregunta 13</i> .....	51
<i>Figura 17. Pregunta 14</i> .....	51
<i>Figura 18. Cadena de valor</i> .....	64
<i>Figura 19. Punto de equilibrio año 1, Producto de belleza y aseo</i> .....	96
<i>Figura 20. Punto de equilibrio año 5, Producto de belleza y aseo</i> .....	97
<i>Figura 21. Punto de equilibrio año 1, Producto medicina</i> .....	97
<i>Figura 22. Punto de equilibrio año 5, Producto medicina</i> .....	98
<i>Figura 23. Punto de equilibrio año 1, Producto decoración y confitería</i> .....	98
<i>Figura 24. Punto de equilibrio año 5, Producto decoración y confitería</i> .....	99

## RESUMEN

Este proyecto, titulado "Estudio de Viabilidad para la Creación de una Farmacia de Autoservicio en el cantón Lago Agrio", le permite recopilar información, lo que permitirá analizar la profundidad del mercado en este cantón, conocer las fortalezas y debilidades de la Farmacéutica Establecimientos, así como las tendencias que se encuentran en el mercado.

Este estudio puede tomar medidas preventivas y correctivas para ajustar las necesidades de los consumidores de acuerdo a lo que el mercado requiere, donde se puede mejorar y actualizar para hacer frente a la situación.

La realización de este estudio a través de la encuesta realizada a los pobladores del cantón servirá como modelo para el sistema de monitoreo y así atender las necesidades de los pobladores.

La demanda Potencial se determinó considerando los números de familias de áreas urbana del cantón Lago Agrio y las encuestas de los posibles compradores de la Farmacia Autoservicio, teniendo una frecuencia de una compra por mes por cada familia, con estos valores se tiene 214 clientes diarios considerados posibles compradores.

El estudio financiero dio a conocer que la inversión necesaria para la creación de la farmacia de autoservicio es de \$ 109.572,83 por lo cual está dividido por un capital propio de \$ 50.000,00 (45,63%) y un crédito al Banco del Pichicha del 59.572,83 (54,37%), con una tasa de interés del 12% anual.

Para la evaluación del proyecto se aplicaron diferentes cálculos como: TIR, VAN, Punto de Equilibrio y Relación Beneficio Costo, los resultados de los indicadores describe un proyecto positivo para la implementación de la creación de una Farmacia de Auto Servicio en el cantón Lago Agrio.

Palabras clave: Estudio, viabilidad, habilidades, mercado, colonos, consumidor, necesidades, farmacia.

## **ABSTRACT**

This project entitled "Feasibility Study for the Creation of a Self-Service Pharmacy in the canton Lago Agrio ", allows you to gather information, which will allow an analysis of the depth of how the market is in this canton, know the strengths and weaknesses of Pharmaceutical establishments, as well as the trends that are in the market.

This study can take preventive and corrective measures to adjust consumer needs according to what the market requires, where it can be improved and updated in order to address the situation.

The realization of this study through the survey made to the settlers of the canton will serve as a model for the monitoring system and thus meet the needs of the settlers.

Potential demand was determined considering the numbers of families of urban areas in the canton Lago Agrio and the surveys of potential buyers of the Pharmacy Self-service, having a frequency of one purchase per month for each family, with these values have 214 daily customers considered Potential buyers.

The financial study revealed that the investment necessary for the creation of the self-service pharmacy is \$ 109,572.83, which is divided by an equity of \$ 50,000.00 (45.63%) and a loan to the Bank of Pichincha of 59,572.83 (54.37%), with an interest rate of 12% per annum.

For the evaluation of the project, different calculations were applied: TIR, VAN, Balance Point and Cost Benefit Ratio, the results of the indicators describe a positive project for the implementation of the creation of a Self Service Pharmacy in the canton Lago Agrio.

Keywords: Study, viability, skills, market, settlers, consumer, needs, pharmacy.

## INTRODUCCIÓN

El Cantón Lago Agrio, ha tenido un crecimiento acelerado en la última década, situación que ha exigido un crecimiento en los servicios de salud, entre ellos los que se encuentran las farmacias existiendo una demanda que no es suplida por las farmacias existentes en el medio.

Nuestro plan de negocios se ubica a realizar un análisis del mercado del cantón Lago Agrio, ya que existe la ausencia de una farmacia de autoservicio en donde se puede encontrar medicina variada y una gama de productos de aseo y belleza, decoración y confitería, brindando todos estos productos nos convertiremos en un negocio inclusivo.

Ante la situación descrita se estableció la importancia de realizar un “Estudio de Viabilidad para la Creación de una Farmacia de Autoservicio en el Cantón Lago Agrio”, la propuesta permitirá cubrir la demanda insatisfecha de este sector, brindando una atención y dotación oportuna de medicamentos, útiles de aseo, belleza, decoración y confitería a la población.

El estudio efectuado permitió dar cumplimiento a los objetivos específicos tratados, en vista que se realizó el estudio de mercado, se efectuó el estudio técnico, se elaboró el estudio organizacional y se efectuó la evaluación financiera, análisis que contribuyeron a determinar la viabilidad para la creación de una Farmacia de Autoservicio en el cantón Lago Agrio. El presente proyecto se estructurará de la siguiente manera:

En el capítulo I, se habla sobre las generalidades del plan de negocios: antecedentes, justificación, objetivos y metodología de la investigación.

En el capítulo II, encontraremos el marco teórico y el marco conceptual del proyecto, donde se fundamenta teóricamente y se da a conocer los conceptos técnicos utilizados en el plan de negocios.

En el capítulo III, trata sobre la investigación de mercados que se realiza a los productos, donde también se realiza una evaluación del mercado a través de las encuestas realizadas y mediante el análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter y de las variables del ambiente externo.

En el capítulo IV, trataremos sobre la descripción general de la empresa y estudio técnico; donde se da un direccionamiento estratégico de la empresa mediante la visión, misión, y los valores de la empresa. Además, se propone una estructura organizacional que vaya de acorde a las necesidades de la empresa.

En el capítulo V, consta del análisis financiero de la empresa, donde se determina la viabilidad del proyecto.

Finaliza el proyecto con las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

## **CAPÍTULO 1**

### **GENERALIDADES DEL PROYECTO**

#### **1.1 ANTECEDENTES**

Lago Agrio es una ciudad comercial, ubicada al noreste del país, en la selva Amazónica del Ecuador, es la ciudad más poblada de la Provincia y a su vez la más poblada de toda la Región Amazónica del Ecuador, en el ámbito farmacéutico no cuenta con una farmacia amplia que pueda abastecer a la ciudadanía es decir posee farmacias pequeñas que tienen limitada cantidad de medicamentos, y no poseen línea de belleza, cuidado personal, alimentos y bebidas, regalos y decoración, juegos y juguetes, cuidado del hogar para la entrega de los habitantes.

La idea de este proyecto nace debido a que se ha podido observar la disminución en la oferta de los medicamentos y artículos de aseo personal dentro de la ciudad de Lago Agrio, causando que los habitantes acudan a otras ciudades como Quito, Guayaquil, Ambato, y Países como Colombia para poder adquirir dichos productos.

Debido al incremento de la población, y con ello, el de sus necesidades, es menester que exista una farmacia que pueda cubrir las expectativas de los clientes en cuanto a medicina y artículos complementarios como de cuidado personal, belleza, hogar, etc., en un solo lugar, pues al tener dichos artículos de venta en lugares dispersos provoca que los clientes tengan que recurrir a diferentes farmacias o bazares para completar sus pedidos.

Los productos farmacéuticos a los que se enfocará esta farmacia para su comercialización cubrirán diferentes áreas: como son: Categorías de riesgo teratógeno, aparato digestivo, sangre y órganos hematopoyéticos, aparato cardiovascular, terapia dermatológica, terapia genitourinaria, terapia hormonal, terapia antiinfecciosa, terapia antineoplásica, aparato locomotor, sistema nervioso, aparato respiratorio, antiparasitarios, varios.

El presente estudio nos enfocara para mirar la necesidad que tienen los habitantes de Lago Agrio para poder adquirir los productos farmacéuticos al por menor, porque no cuenta con una farmacia de autoservicio, que tengan todas las facilidades como un parqueadero donde dejar sus transportes y poder ir por sus compras. En Lago Agrio si hay franquicias como son la Sana Sana, Farmacias Económicas, Farmacias cruz Azul, pero no son farmacias de autoservicio son pequeñas farmacias que están en el centro de la ciudad.



**Figura 1.** Fotografía Lago Agrio 2017

*Titulo Fotografía: Imágenes Lago Agrio 2017, Tomado de Municipio de Lago Agrio.*

## **1.2 PROBLEMÁTICA**

La falta de una farmacia de autoservicio que tengan productos de primera necesidad con costos bajos y alcance de los pobladores del cantón Lago Agrio, resulta que no sea una ciudad competitiva en el sector farmacéutico por que las farmacias que posee este cantón no cuentan con estos servicios.

En el país existe una gran demanda de farmacias que prestan sus servicios lo cual no debemos dejar atrás a esta ciudad que se quede sin implementar una farmacia amplia ya que con las farmacias que tienen alrededor no es suficiente porque los pobladores tiene que

trasladarse a comprar sus medicinas y otros productos a otras ciudades con riesgos de dejar solos a sus familias, caminos largos un enfoque demasiado duro para los pobladores.

Acuden también a la frontera ya que les queda más cerca para realizar sus compras de materiales de aseo, con un costo bajo a las que ofrecen las farmacias de Lago Agrio, la problemática también que tienen las farmacias la ciudad de Lago Agrio es que no cuentan con un estacionamiento para los usuarios y eso se dificulta mucho porque hay que dejar el vehículo o moto a unas 4 cuadras para poder acudir a la farmacia. Como consecuencia de los problemas antes mencionados tenemos:

- Que las pobladores compren sus productos fuera del cantón
- Pérdida de tiempo y dinero por parte de los pobladores.

Por todo lo expuesto anteriormente se puede apreciar una oportunidad de negocio en la creación de una farmacia de autoservicio en el cantón Lago Agrio.

### **1.3 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

¿Es viable la creación de una farmacia de autoservicio en el cantón Lago Agrio?

### **1.4 JUSTIFICACIÓN**

El desarrollo del plan de negocios contemplando en este proyecto nos permitirá orientar las actividades comerciales que no permitirá un cambio de la matriz productiva de la zona.

Lago Agrio se volvería una ciudad más competitiva en el sector farmacéutico ya que no tendrían la necesidad los pobladores de trasladarse a ningún lado hacer sus compras por que ya lo encontrarían todos sus productos en la misma ciudad a mejores precios, descuentos y ofertas que esta farmacia lo estaría ofertando.

Dentro de los 5 años de experiencia trabajando en el mercado farmacéutico, he mirado la evolución de cómo va incrementando nuevos productos farmacéuticos y artículos de aseo, de belleza, etc. Y es una gran oportunidad de crear una farmacia de autoservicio para cubrir las necesidades de los pobladores.

Contando con una farmacia de autoservicio se generaría fuentes de trabajo a los pobladores, ellos podrían acceder a un salario digno y de este modo tendrían un buen vivir para las familias.

## **1.5 OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **1.5.1 Objetivo General**

Realizar un estudio de viabilidad para la creación de una farmacia en el cantón Lago Agrio.

### **1.5.2 Objetivo Específico**

- Realizar un Estudio de Mercado del Sector en la ciudad.
- Realizar un Estudio Técnico organizacional para la creación del proyecto.
- Determinar la viabilidad económica y financiera para la creación del proyecto.

## **1.6 METODOLOGÍA**

Para el desarrollo de este proyecto se utilizó métodos y técnicas, aplicadas durante este proceso de investigación para alcanzar los resultados teóricamente válidos.

La metodología funciona como soporte que rige una aplicación de conocimientos en una investigación, las cuales con acciones orientadas a descubrir un problema.

Entre la hipótesis y la resolución final el estudio del proyecto debe ser eficaz y veras para así determinar si el proyecto es viable o no.

## **1.7 PLAN DE NEGOCIOS**

“El plan de negocios es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación”. (Weinberger Villarán, 2009)

El plan de negocios del proyecto de la farmacia de autoservicio comprenderá realizar un análisis del mercado, con el fin de recopilar información para poder precisar las estrategias más adecuadas para lograr las metas propuestas, con la finalidad de que el administrador con

todo lo analizado pueda mirar al futuro y dirigir el negocio en una forma precisa en la toma de decisiones en beneficio de la misma.

Se utilizará el modelo de estudio e investigación de mercados, recopilaremos información, evaluaremos el estudio al final del proyecto con el análisis financiero.

## **1.8 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

“Se puede definir como la recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo. Se trata, en definitiva, de una potente herramienta, que debe permitir a la empresa obtener la información necesaria para establecer las diferentes políticas, objetivos, planes y estrategias más adecuadas a sus intereses”. (Muñiz, 2015)

Mediante esta investigación nos brinda una información precisa sobre los productos que se van a ofertar en el mercado, aquí conoceremos cuales son las necesidades y preferencias de los encuestados, lograremos mejorar los productos que estarían a la disposición de los consumidores.

Para el estudio de este proyecto utilizaremos datos que es de mucha ayuda por la cual nos ayuda a realizar una investigación completa, y así tendríamos una información veraz y consistente acerca del tema que estamos investigando.

### **1.8.1 Fuentes de información**

Para la realización del presente proyecto se recopilaron fuentes de datos primarios los cuales se obtuvo por medio de entrevistas, encuestas la misma que nos orientó para conocer los gustos y preferencias de las personas acerca de un producto determinado.

### 1.8.2 Entrevista

La entrevista se realizó a los pobladores del cantón lago Agrio, las opiniones que nos proporcionaron los habitantes, nos dieron una forma de pensar para poder satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

### 1.8.3 Encuesta

“La encuesta es un cuestionario preguntas que se presenta a las personas seleccionadas para obtener sus respuestas. Como se trata de un instrumento muy flexible, los cuestionarios son, sin duda, la herramienta más común para recopilar información primaria”. (Kotler & Keller, 2012)

### 1.8.4 Población

“Según el diccionario de estadística básico, defina el término población de la siguiente manera: Población es el conjunto de todos los elementos que comparten un grupo común de características, y forman el universo para el propósito del problema de investigación. Este debe definirse en términos de: el contenido, las unidades, la extensión y el tiempo”. (Rivas Suazo, 2012)

La población total del cantón Lago Agrio según datos del Censo 2010 es de 91.7 mil habitantes. A continuación una tabla de la población.

*Tabla 1*  
*Población del cantón Lago Agrio hombres y mujeres*

---

<b>El cantón Lago Agrio cuenta con parroquias.</b>	
<b>Representa el 17.4% del territorio de la provincia de SUCUMBIOS (aproximadamente 3.2ml km2)</b>	
<b>Población</b>	91.744 ml hab. (52.0% respecto a la provincia de SUCUMBIOS.)
<b>Urbana</b>	52,90%
<b>Rural</b>	47,10%
<b>Mujeres</b>	48,80%
<b>Hombres</b>	51,20%
<b>PEA</b>	54,0% (52,6% de la PEA de la provincia de SUCUMBIOS)

---

Tomado de: INEC, Censo 2010. [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec)

### **1.8.5 Muestra**

“Es una porción de la población que se toma en cuenta para que se represente a todo un registro de personas en un determinado espacio, es aplicada para realizar una investigación de mercados, que brindará información importante para la elaboración del presente proyecto”.

La fórmula que se usará posteriormente en el estudio de mercado es:

$$n = \frac{Nz^2xPxQ}{e^2(N - 1) + Z^2xPxQ} \quad (\text{Cortez, 2015})$$

### **1.8.6 Procesamiento de la información y análisis de la misma**

Para el procesamiento de la información se realizó utilizando la aplicación Microsoft Excel que nos permitió realizar cálculos, presentar gráficos, para una mejor interpretación de los resultados obtenidos que se van obtener al final de este estudio de mercado.

## **CAPÍTULO 2**

### **MARCO TEORICO Y REFERENCIAL**

#### **2.1 MARCO TEÓRICO**

Para el desarrollo de este proyecto vamos a definir algunas teorías metodológicas de marketing y finanzas que nos permiten analizar, un análisis y evaluar conclusiones que de esta manera podemos sacar muy buenos resultados al finalizar el proyecto.

##### **2.1.1 Plan de Negocios**

“El plan de negocios es una guía para el empresario en donde se detallan detenidamente varios temas importantes para la ejecución o consecución de un negocio. Analiza el mercado en el presente y se proyecta acciones para un buen futuro. Además, ayuda al estudio de estrategias y desarrollo de objetivos claves para la innovación de nuevos servicios o productos “. (Basantes, 2012)

“Para Lambing y Kuethl, un plan de negocios es un documento amplio que ayuda al empresario a analizar el mercado y planear la estrategia de negocio. Un plan de negocio bien escrito constituye una evidencia de la capacidad del empresario para planear y administrar su compañía”. (Lambing&Kuel, 2011)

De los conceptos citados anteriormente de planes de negocios podemos decir que es un instrumentó una guía para el empresario, el gerente, y administrador de la empresa por que consta de las actividades que se van a realizar y ver en qué estado se encuentra la empresa y para poder desarrollar exitosamente con una herramienta de planificación estratégica de la empresa que nos ayuda a planificar, dirigir y evaluar nuestro trabajo dentro del mundo de los negocios, y así poder alcanzar metas y objetivos planteados.

##### **2.1.2 Marketing Mix**

“El marketing mix es uno de los elementos clásicos del marketing, es un término creado por McCarthy en 1960, el cual se utiliza para englobar a sus cuatro componentes básicos,

producto, precio, distribución y comunicación, Estas cuatro variables también son conocidas como las 4 Ps del marketing (el marketing mix de la empresa) pueden considerarse como las variables tradicionales con las que cuentan una organización para conseguir sus objetivos comerciales. Para ello es totalmente necesario que las cuatro variables del marketing mix se combinen con total coherencia y trabajen conjuntamente para lograr complementarse entre sí”. (Espinosa, 2015)

### **2.1.3 Marketing Farmacéutico**

Según esta definición el marketing nos ayudará a analizar cada una de las variables que tenemos que poner en marcha en nuestra empresa para manejarlo dentro del mercado.

## **2.2 LAS 5 FUERZAS DE PORTER**

“El análisis de las 5 fuerzas competitivas de Porter es una herramienta de marketing basada en un modelo estratégico ingeniado por el archiconocido Michael Porter en 1979. (Torreblanca, 2015)

“Se trata de un modelo que propone un sistema de análisis para valorar el nivel competitivo dentro de una industria o sector concreto, con el objetivo de optimizar la creación y el desarrollo de la estrategia empresarial adecuada”. (Torreblanca, 2015)

Porter propone que son 5 las fuerzas que ejercen influencia en el entorno competitivo de una industria o sector, determinando el grado de rivalidad existente. Este indicador nos orientará acerca del grado de convivencia o no de implantarnos en dicha industria o sector según la relación de las oportunidades de inversión y los niveles de rentabilidad que nos pueda aportar “. (Torreblanca, 2015)

Las cinco fuerzas quedarían configuradas como sigue:

1. Poder de negociación de los clientes.
2. Poder de negociación de los proveedores.
3. Amenaza de nuevos entrantes.

4. Amenaza de productos sustitutos.
5. Rivalidad entre los competidores.

Las 5 fuerzas de Porter es una instrumento la cual nos permite analizar y calcular como se encuentra la rentabilidad de una empresa es decir cómo se encuentra en este momento las farmacias que están entrono al mercado y así proyectarnos al futuro.

### **2.3 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA**

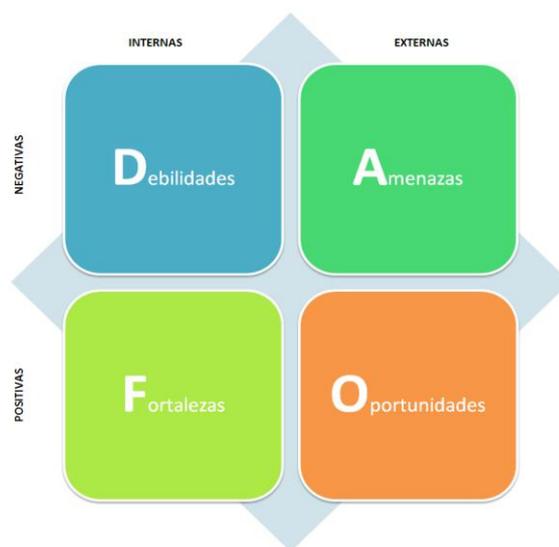
Un plan estratégico es el documento que sintetiza a nivel económico financiero, estratégico y organizativo el posicionamiento actual y futuro de la empresa (Martínez & Milla, 2012, p, 8).

Mediante lo investigado podemos expresar que, es una herramienta muy importante que la utilizaremos en la organización para mejorar recursos económicos y financieros a largo plazo.

### **2.4 MATRIZ FODA**

“La matriz FODA se orienta hacia los factores internos y externos, que dan a la empresa ciertas ventajas y desventajas en la satisfacción de las necesidades de su mercado meta. Esta matriz se la debe analizar con los requerimientos del mercado y la competencia, ya que de esta manera podremos determinar lo que se hace mejor y en donde se necesita cambiar. (Ferrel & Hartline, 2012)

Según la definición podemos aplicar correctamente la matriz para encontrar ventajas que nos aprueba tener una mayor aceptación en el mercado y determinar las necesidades de nuestros futuros clientes pero a la vez también podemos mirar nuestras falencias que estamos cometiendo y de este modo nos está afectando de una u otra manera a nuestra empresa.



**Figura 2.** Matriz FODA.

## 2.5 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

“Según Kotler la investigación de mercado es un análisis sistemático de problemas, construcción de modelos y hallazgos de hechos que permitan mejorar la toma decisiones y el control en el mercado de bienes y servicios”. (Herrera, 2013.p.5)

Hacemos referencia que la Investigación de mercados es para analizar algún problema que este atravesando la empresa y buscar posibles soluciones dentro de las empresas, para hacer un correcto análisis de la problemática encontrada y así tomar las mejores decisiones aplicando estrategias de cambio para mejorar la empresa al máximo.

## 2.6 ÍNDICES FINANCIEROS

El análisis financiero del plan de negocios para la creación de una farmacia nos permite tener una idea clara sobre la rentabilidad y sostenibilidad del plan de negocios.

Conocer los ingresos que va a tener la farmacia los gastos operativos y de esta manera cancelar todos los costos de adquisición de productos para la comercialización de los mismos que van hace vendidos dentro de la farmacia.

Los indicadores que se van a usar dentro del presente proyecto van a ser los siguientes:

### 2.6.1 Valor Actual Neto

“El valor actual neto (V.A.N) consiste en llevar el flujo futuro de fondos a términos de moneda del momento inicial. Esto se consigue por medio de la aplicación a cada uno de los valores de flujo de fondos de coeficiente surgido de dividir 1 por la formula actualización, y sumando luego algebraicamente los resultados”. (Narváez, 2015)

Para realizar este cálculo utilizaremos la siguiente formula:

$$VAN = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n}$$

“Dónde: Fn representa a cada valor del flujo futuro de fondos, “i” corresponde a la tasa de interés de descuento y “n” representa los periodos correspondientes al flujo de fondos”. (Narváez, 2015).

### 2.6.2 Tasa Interna de Retorno

“Es aquella tasa a la cual los ingresos incrementales que se esperan de un proyecto tienen un valor descontando exactamente igual al valor descontando de todos los egresos de fondos incrementales en que hay que incurrir para encarar un determinado proyecto”. (Narváez, 2015)

Para el cálculo de la TIR utilizaremos la siguiente formula:

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

“Donde Fn representa a cada valor del flujo futuro de fondos, “i” corresponde a la tasa de interés de descuento y “n” representa los periodos correspondientes al flujo de fondos”. (Narváez, 2015)

### **2.6.3 Punto de Equilibrio**

“El análisis de punto de equilibrio es una herramienta sencilla, que permite visualizar el nivel mínimo de ventas que la empresa requiere para cubrir sus costos totales. El análisis nos permite proyectar las utilidades (o pérdidas en su caso) ante cambios en precio de venta, nivel y estructura de costos, y volúmenes de venta. (Buena Economía, 2015)

La fórmula general es:

Punto de equilibrio = costos fijos / (precio de venta – costo total variable unitario)

El análisis de punto de equilibrio es particularmente útil en tiempos de incertidumbre económica o de mercado. Nos permite dimensionar el nivel de seguridad operativa o ventas en el que estamos o planeamos estar para no caer en pérdidas. (Buena Economía, 2015)

## **2.7 MARCO LEGAL**

La apertura de esta empresa lo primero que se realiza es la inscripción para sacar el RUC, documento en el cual es de suma importancia para poder ejercer el negocio y poder contribuir con las obligaciones. Obligaciones que todo contribuyente tiene para el IVA 14% y el impuesto al a Renta.

Luego se tramitará el patente municipal en el Municipio del Cantón Lago Agrio.

Como otro punto es el permiso de funcionamiento que es otorgado por la Autoridad de salud a los sujetos de control y salud y vigilancia comunitaria este trámite se lo realiza en la Dirección Provincial de Salud y en las aéreas de salud más cercanas.

Con toda la documentación descrita anteriormente se acudirá al Cuerpo de Bomberos del cantón Lago Agrio, para sacar un permiso de funcionamiento de la farmacia, que cada año entrega a toda actividad económica.

## **CAPÍTULO 3**

### **ESTUDIO DEL MERCADO**

#### **3.1 ANÁLISIS DE MERCADO**

En este capítulo se va a desarrollar el proyecto de estudio de viabilidad para la creación de una farmacia de autoservicio en el cantón Lago Agrio, que brindará medicinas, productos de primera calidad, en este estudio abarcará las líneas de productos y servicios que vamos a ofrecer.

Con el análisis del mercado nos dará una idea como va a marchar nuestra empresa, y la participación del mercado.

#### **3.2 ESTUDIO DE MERCADO**

##### **3.2.1 Ubicación.**

La localización de la planta se analiza la macro y el micro localización.

Macro localización: En vista que el proyecto se trata de la creación de una farmacia de autoservicio, dedicada a la comercialización de medicamentos, artículos de aseo y belleza y decoración y confitería, se considera que es el factor humano es el más importante, así como la necesidad de la comunidad por tal motivo se ha elegido ubicar la farmacia en el siguiente lugar:

El cantón Lago Agrio se encuentra ubicado en el centro de la provincia de Sucumbíos, se crea gracias al Decreto Ejecutivo del 20 de Junio de 1979, publicado en el Registro Oficial no. 872 del 11 de julio de 1979, sus límites son:

- NORTE: Con los límites internacionales con Colombia
- SUR: Con el cantón Shushufindi
- ESTE: Con los cantones Cuyabeno y Putumayo
- OESTE: Con el cantón Cáscales.
- ALTITUD: 30m. s. n. m.

- CLIMA: Tropical Húmedo
- TEMPERATURA: 25 a 30 grados aprox. en promedio

Está conformado por 8 parroquias: PARROQUIA URBANA: **Nueva Loja**, con el 52% de la población provincial. PARROQUIAS RURALES: **Santa Cecilia, Dureno, El Eno, General Farfán, Pacayacu, Jambelí, 10 de Agosto**. La ciudad de Nueva Loja está conformada por 149 barrios en 5 sectores: centro, sur, norte, este y oeste, denominada así por el alto porcentaje de migración lojana.

### **3.2.2 Micro localización**

La farmacia de autoservicio se ubicaría en dos puntos los cuales los vamos analizar donde nos convendrían poner la farmacia de autoservicio:

Opción A: Calle 18 de noviembre y venezuela.

Opción B: Calle amazonas y 12 de febrero.

Una vez definido los posibles lugares donde se puede ubicar la farmacia de autoservicio se procedió a analizar diversos factores tales como disponibilidad de locales, accesibilidad del personal proveedores, y clientes, y servicios básicos, a los cuales se les asigno un peso para su importancia, luego se calificó según las características de cada opción asignando un valor de 1 a 10, a continuación se multiplico la calificación por el peso y se obtuvo una calificación ponderada de ambas opciones. La opción que tenga mayor puntaje es la que cumple en mayor proporción los requerimientos del proyecto.

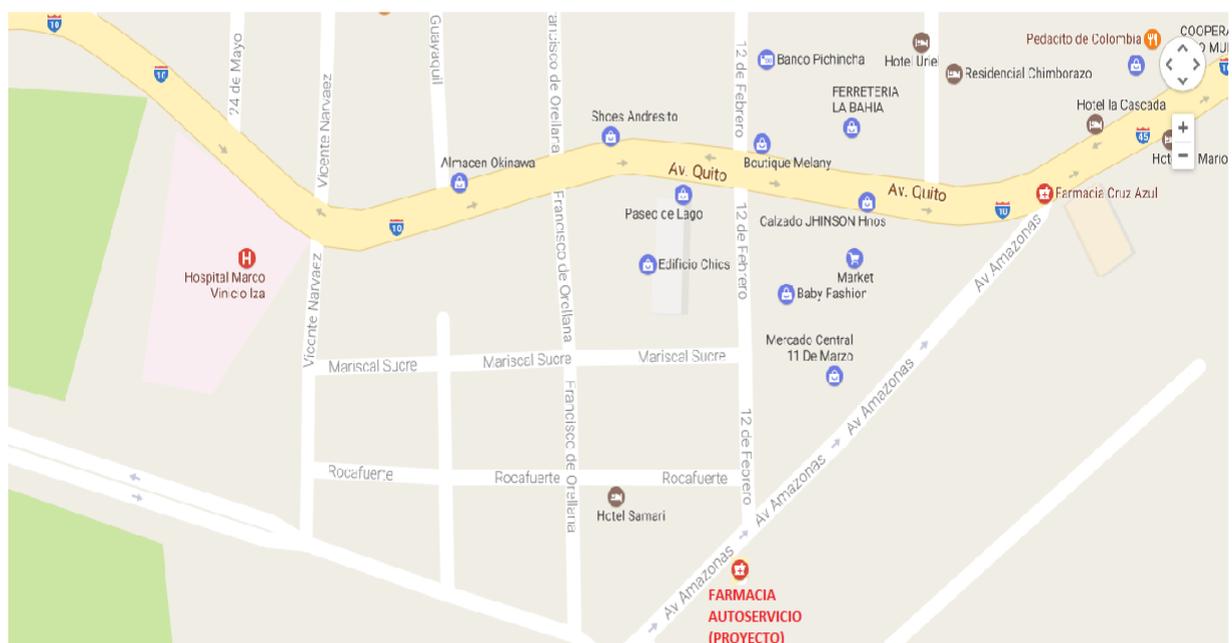
A continuación se presenta los resultados de la matriz de localización por el método de puntos:

Tabla 2  
Matriz de Localización

MATRIZ DE LOCALIZACIÓN					
FACTOR	PESO	ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN			
		OPCIÓN A		OPCIÓN B	
		CALIF .	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIF	CALIFICACIÓN PONDERADA
<b>Cercanía del mercado</b>	0,35	8	2,8	10	3,5
<b>Servicios Básicos</b>	0,30	8	2,4	9	2,7
<b>Acceso. Del personal proveedores y clientes</b>	0,35	5	1,75	9	3,15
<b>TOTAL</b>	1,00	TOTAL	<b>6,95</b>	TOTAL	<b>9,35</b>

Elaborado por: La Autora.

De acuerdo con los resultados obtenidos la opción B es la más conveniente para ubicar la farmacia de autoservicio, por lo tanto esta se ubicara en las calles amazonas y 12 de febrero.



**Figura 3.** Ubicación de la Farmacia Autoservicio

Modificado: Google maps.

**Elaborado por: La Autora.**

Según la evaluación de la matriz de la localización la opción B tiene un porcentaje del 9,35 con unos factores que son: cercanía del mercado, servicios básicos, accesibilidad del

personal, proveedores y clientes es una alternativa muy buena para poder poner a funcionar nuestra farmacia de autoservicio.

### **3.2.3 Metodología cuantitativa**

En este plan de negocios utilizaremos la recolección y el análisis de datos mediante la tabulación de una encuesta, para dar a conocer información cuantitativa del mercado, por medio de porcentajes que nos dará una referencia para determinar la demanda de los productos.

### **3.2.4 Fuentes para la investigación de mercado**

Las fuentes que realizamos para esta investigación de mercado han sido las encuestas, que fueron ejecutadas en lugares de mayor afluencia de personas como en los parques, plazas, también acudimos hacerlo donde había influencia de compra de productos que vamos a comercializar, es decir con ello estaríamos en contacto directo de nuestros posibles clientes.

Las preguntas que fueron elaboradas en la encuestas son fáciles y sencillas de responder, debido a que las personas no disponen de mucho tiempo para contestarla, por lo que hemos desarrollado 14 preguntas de valiosa información acerca de preferencias y gustos de los artículos, la calidad que adquieren con mayor frecuencia. Con todo lo planteado podemos agrupar a nuestros posibles consumidores de nuestros productos, y alistarnos con estrategias para lograr nuestras metas.

## **3.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

### **3.3.1 Objetivo general de la investigación de mercado**

Determinar el grado de aceptación de nuestros productos en el mercado del cantón de Lago Agrio.

### **3.3.2 Objetivos específicos de la investigación de mercado**

- Fortalecer la existencia de una necesidad insatisfecha o parcialmente satisfecha dentro del mercado local.

- Establecer el gusto del producto
- Determinar el volumen de compra de los productos.
- Podremos fijar que valor agregado pudiéramos entregar al cliente los productos que comercialicemos.
- Estar al tanto de los medios que utilizan para hacer conocer los productos que tenemos a los consumidores.

### 3.4 LA POBLACIÓN

De acuerdo al último censo de población y vivienda elaborado por el INEC en el año 2010 en el cantón Lago Agrio existen 91,744 mil habitantes; con un crecimiento poblacional del 2,65% anual por lo que se espera que para el año 2016 la población del cantón Lago Agrio alcance a 106,331 habitantes de acuerdo a las proyecciones realizadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

### 3.5 MUESTRA

Es una pequeña parte de la población que se hace el cálculo para realizar una investigación de mercados, la cual brindará información para la creación del presente proyecto.

En el actual proyecto, la muestra serán las 12.133 familias urbanas del cantón Lago Agrio según datos del INEC.

Se aplicara la siguiente fórmula para determinar el valor de la muestra:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times P \times Q}{e^2(N - 1) + Z^2 \times P \times Q} \quad (\text{Cortez, 2015})$$

De donde:

n= Tamaño de la muestra.

N= Tamaño de la población de estudio.

Z= Nivel de confianza (1,96).

P= Probabilidad de éxito. (50%).

Q= Probabilidad de fracaso (50%).

e= Error experimental (5%).

N-1= Factor de corrección.

Aplicando la formula tenemos:

$$n = \frac{12,133 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{12,133 * 0,05^2 + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 372$$

Para el presente estudio del mercado se aplicará un total de 372 muestras (familias) del Cantón Lago Agrio.

### **3.6 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

Se realizaron entrevistas a los pobladores de la ciudad de Lago Agrio para estar al tanto del presente proyecto que detallamos más adelante así como también se realizaron encuestas para determinar el estudio de mercado, para saber si el proyecto va a tener la aceptación por parte de los habitantes de Lago Agrio.

#### **3.6.1 Análisis de las entrevistas**

Otro medio por el cual recolectamos información son las entrevistas para el estudio de mercado, las cuales que son realizadas a los habitantes de Lago Agrio que fueron quienes colaboraron con nosotros para sacar adelante este proyecto.

Las primeras entrevistas que fueron revisadas nos dieron una idea para poder seguir con nuestro proyecto, por que manifestaban como desean sus productos de aseo, belleza y sus medicinas la manera que tienen de atender a la clientela ese es otro factor muy importante debido a que el cliente puede preguntar sobre el producto o medicina que están adquiriendo y despejar sus dudas y estar más conformes con lo que adquieren.

### 3.6.2 Análisis de las encuestas

Después de haber realizado el estudio de mercado adecuado para el presente proyecto. Tenemos los siguientes resultados.

#### ¿Qué tipo de medicina adquiere para su familia?

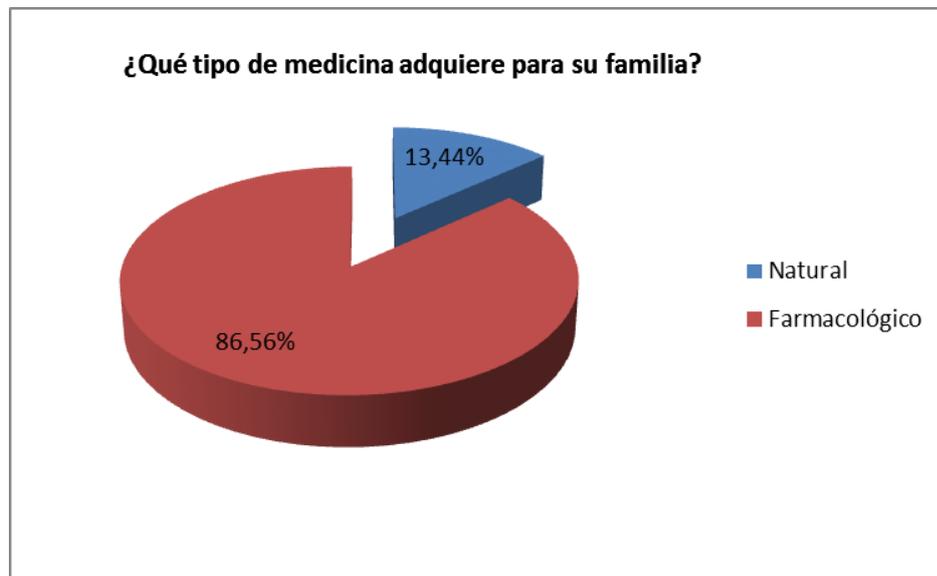
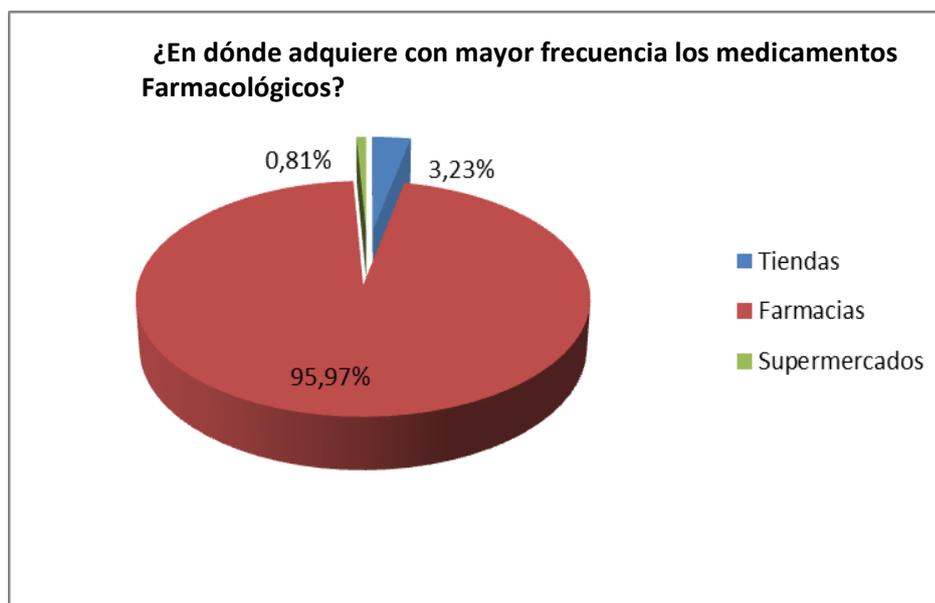


Figura 4. Pregunta 1

Elaborado por: La Autora

En este gráfico, miramos que el 86,56% de medicinas farmacológico estarían comprando en farmacias, y un 13,44 adquieren medicina natural.

#### ¿En dónde adquiere con frecuencia los medicamentos farmacológicos?.



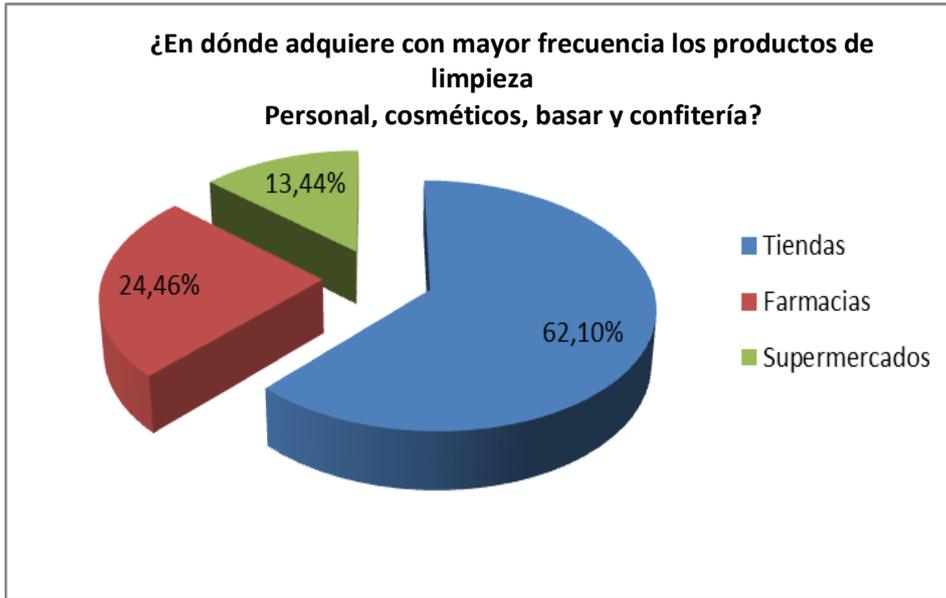
**Figura 5. Pregunta 2**

**Elaborado por: La Autora.**

Aquí miramos que un 95,97% personas adquieren sus medicinas farmacológicas, en farmacias y un 0,81% personas lo realizan en supermercados, y el 3,23% de personas lo hacen en tiendas. Esto se debe a las regulaciones de los entes que controlan las ventas de medicamentos ya que los únicos entes y establecimientos autorizados en vender medicamentos son en las farmacias autorizadas por Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia.

**¿ En dónde adquiere con mayor frecuencia los productos de limpieza personal, cosméticos, bazar y confitería?.**

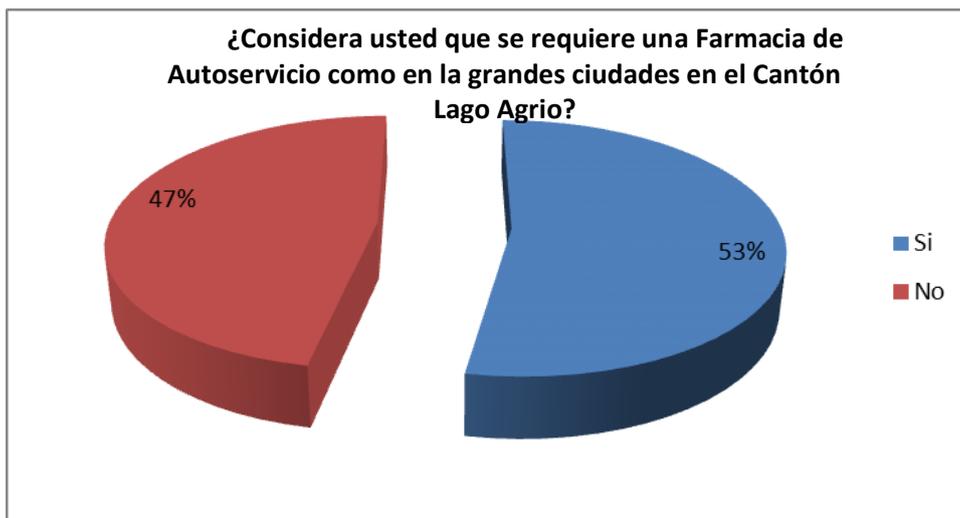
Como se visualiza en el gráfico 3 se tiene un 62,10% de personas compran sus productos de limpieza personal en las tiendas, el 24,46% adquieren en farmacias y un 13,44% lo realizan sus compras en supermercados.



**Figura 6. Pregunta 3**

**Elaborado por: La Autora.**

**¿Considera usted que se requiere una farmacia de autoservicio como en las grandes ciudades en el cantón Lago Agrio?**

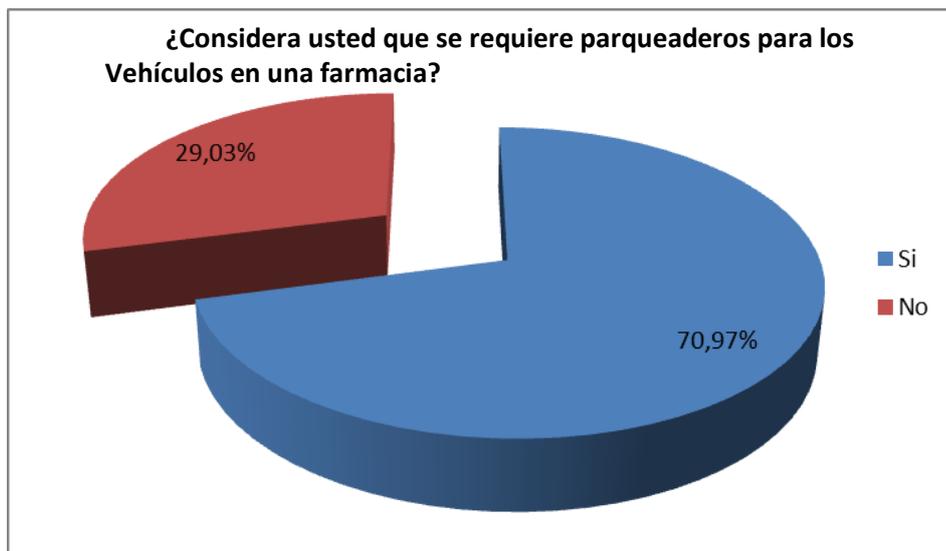


**Figura 7. Pregunta 4**

**Elaborado por: La Autora.**

Este gráficos nos explica según la encuesta realizada se tiene lo siguiente: Se requiere farmacia de autoservicio un 53% se tiene respuesta positiva y un 47% no requiere.

**¿ Considera usted que se requiere parqueaderos para los vehiculos en una farmacia?**

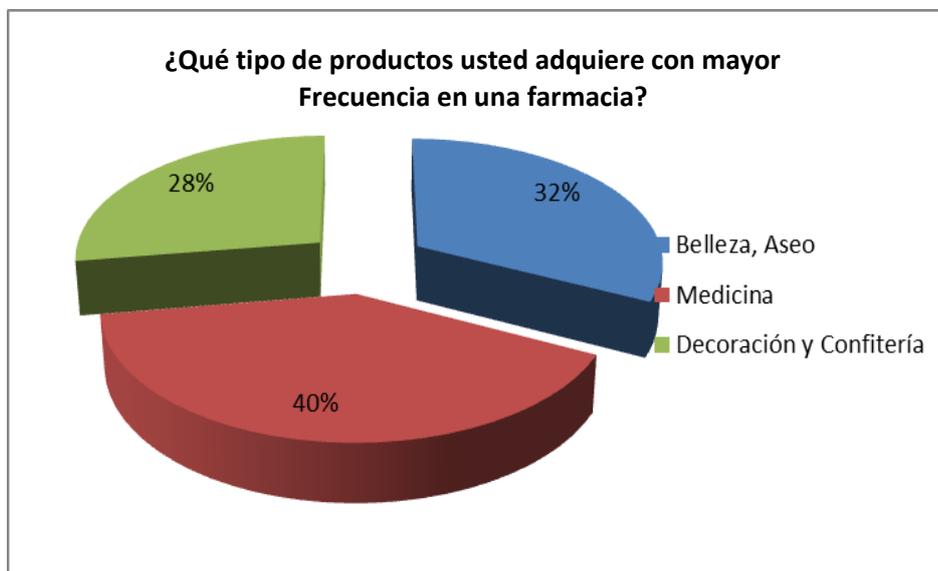


**Figura 8.** Pregunta 5

**Elaborado por: La Autora.**

En este gráfico nos indica que un 70,97% si desean un parqueadero en una farmacia y un 29,03% no lo desean.

**¿ Qué tipos de productos usted adquiere con mayor frecuencia en una farmacia?**

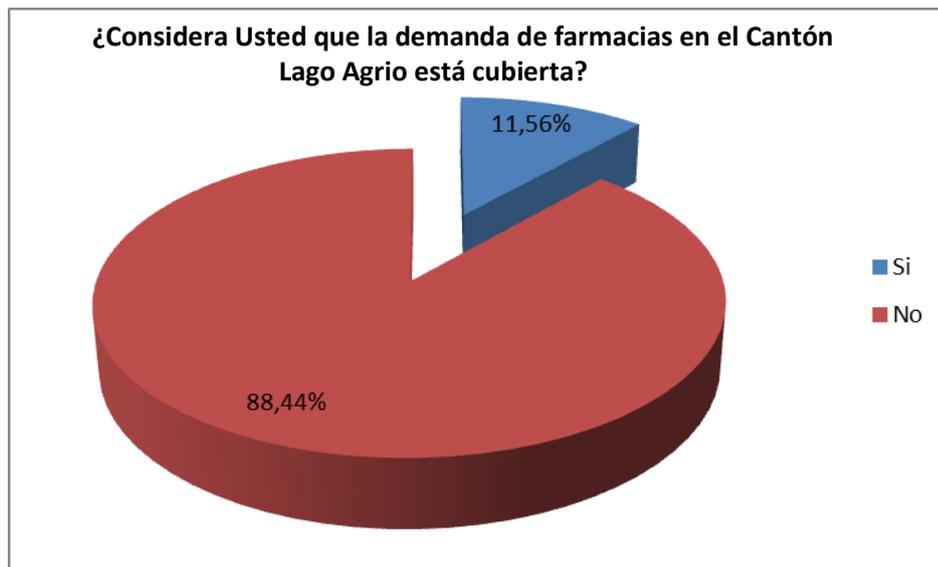


**Figura 9.** Pregunta 6

**Elaborado por: La Autora.**

Del análisis del gráfico 6 se tiene resultados de la encuesta de las personas que realizan compras, el 40% de adquiere medicina, 32% adquieren productos de belleza y aseo y un 28% adquieren productos de decoración y confitería, esta información es de gran utilidad para el desarrollo del análisis del estudio del mercado.

**¿Considera Usted que la demanda de farmacias en el cantón Lago Agrio está cubierta?**

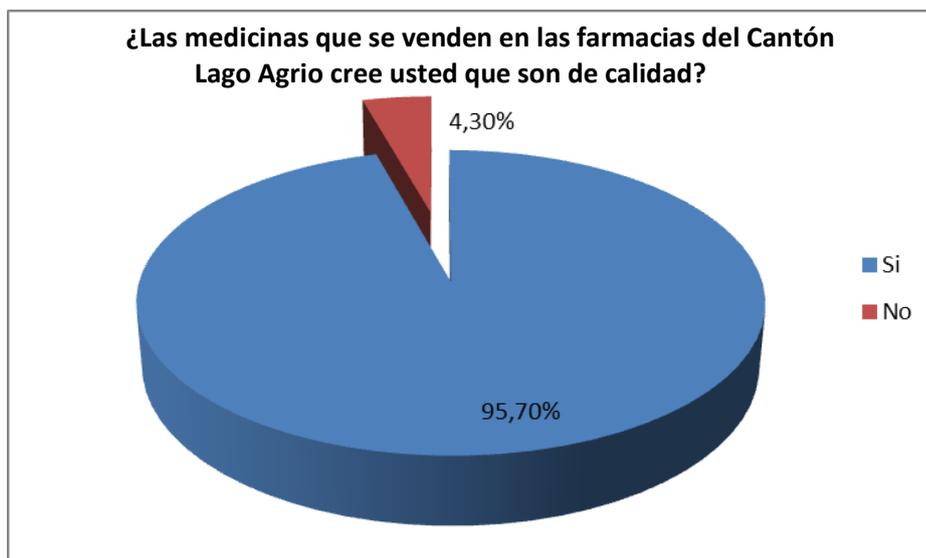


**Figura 10.** Pregunta 7

**Elaborado por: La Autora.**

En el gráfico 7 muestra el 84,44% de los encuestados indican que no están cubiertas la demanda de farmacias en el cantón Lago Agrio, y 11,56% describe si esta cubierta. Esta información es de vital importancia ya que los encuestados indican el deficit de farmacias en el cantón.

**¿ Las medicinas que se venden en las farmacias del cantón Lago Agrio cree usted que son de calidad?.**

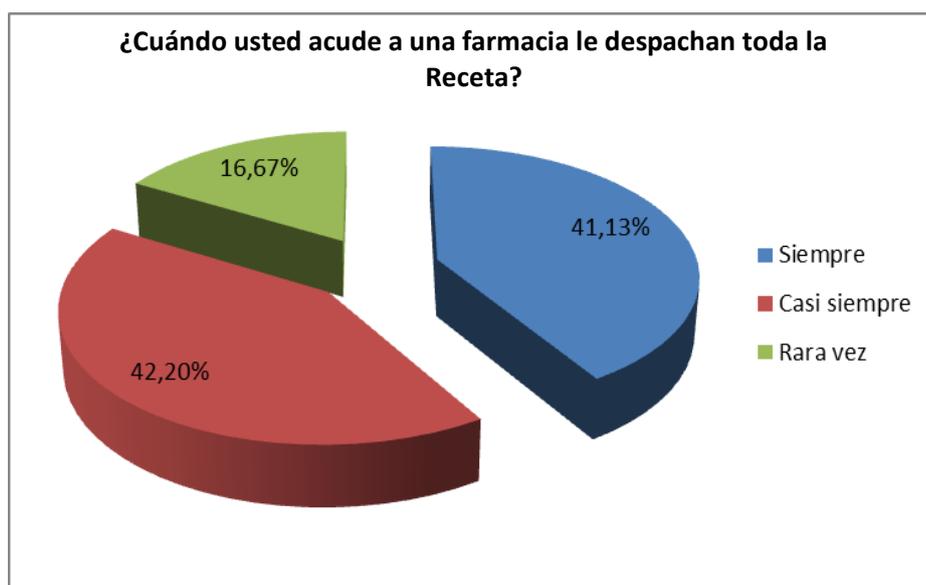


**Figura 11.** Pregunta 8

**Elaborado por: La Autora.**

Aquí miramos que un 95,70% de personas dicen que si venden productos de calidad en las farmacias y un 4,30 lo dicen que no.

**¿Cuando usted acude a una farmacia le despachan toda la receta?**

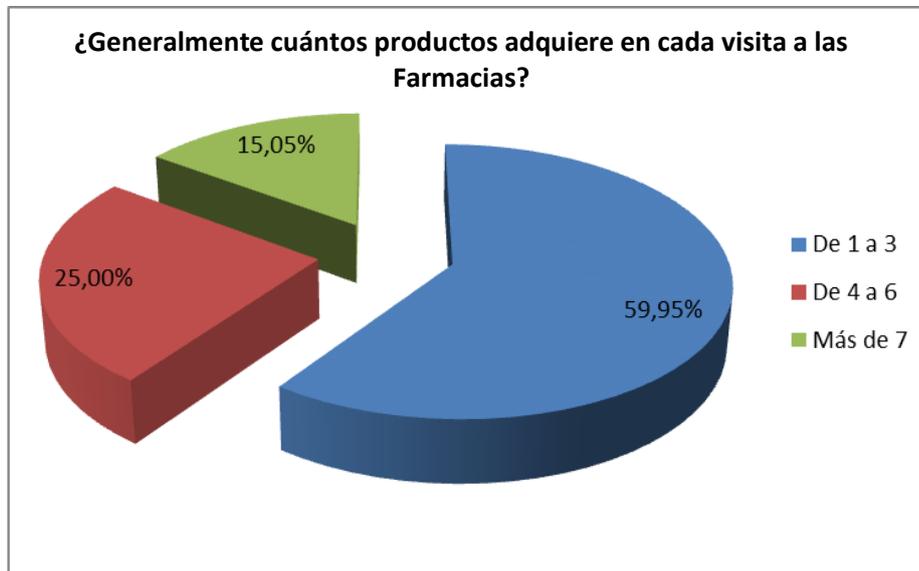


**Figura 12.** Pregunta 9

**Elaborado por: La Autora.**

En este gráfico miramos que un 42,20 están diciendo que si casi si les despachan todos los medicamentos en las farmacias, un 41,13% que si les despachan sus recetas, y un 16,67 rara vez los despachan sus compras.

**¿ Generalmente cuantos prodcutos adquiere en cada visita las farmacias?**

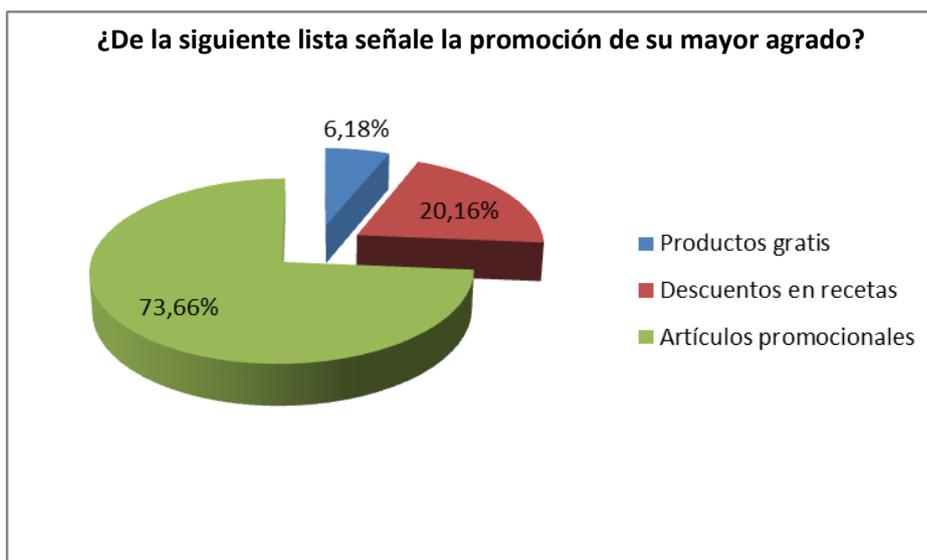


**Figura 13.** Pregunta 10

**Elaborado por: La Autora.**

Aquí miramos, que un 59,95% adquieren de 1 a 3 productos en las farmacias, un 25,00% adquieren 4 a 6 productos en las farmacias y 15,05% adquieren más de 7 productos de cada visita, esta información será utilizada para calcular la capacidad instalada de la farmacia.

**¿ De la siguiente lista señale la promoción de su mayor agrado?**

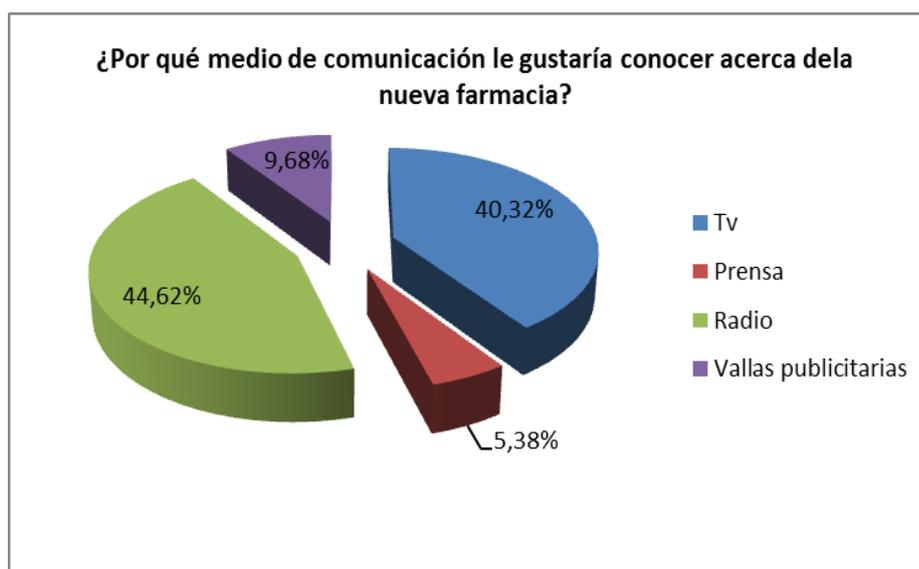


**Figura 14.** Pregunta 11

**Elaborado por: La Autora.**

En este gráfico nos encontramos que un 73,66% encuentran artículo en promoción, un 20,16% no tienen descuento, y un 6,18% nada de productos gratis.

**¿ Por que medio de comunicación le gustaría conocer la nueva farmacia?.**

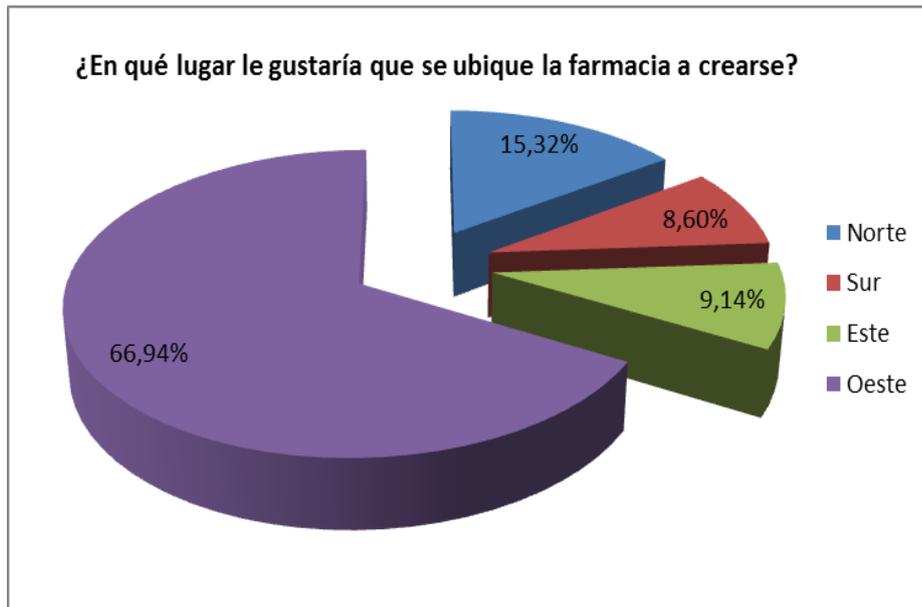


**Figura 15.** Pregunta 12

**Elabora por: La Autora.**

Aquí miramos que un 44,62% de escuchan la radio pasar publicidad de farmacias, 40,3% miran en tv, 9,68% en vallas publicitarias, y un 5,38% en prensa.

**¿ En que lugar le gustaría que se ubique la farmacia a crearse?**

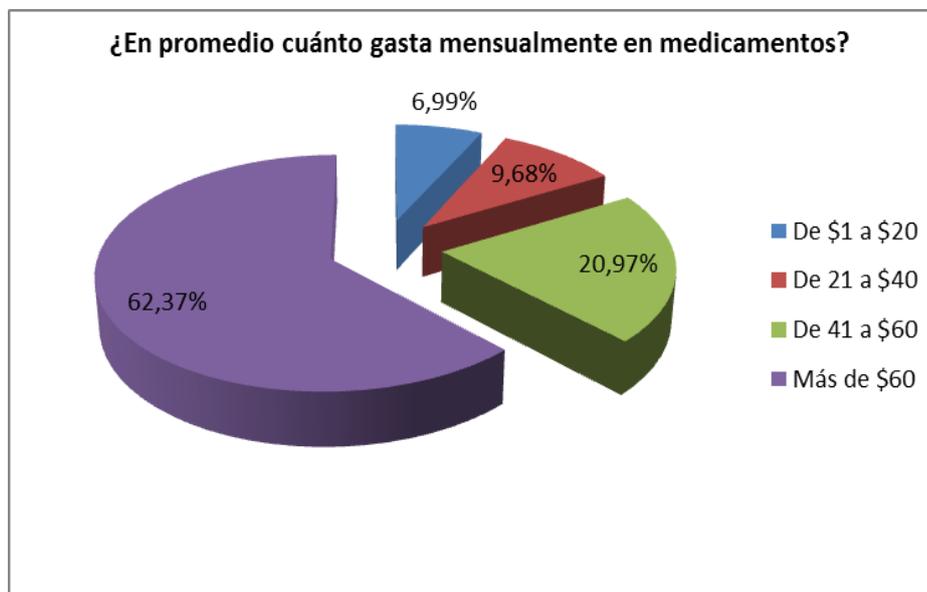


**Figura 16.** Pregunta 13

**Elaborado por:La Autora.**

En este gráfico miramos que un 66,94% dicen que la farmacia se encuentre al oeste de la ciudad, un 15,32% en el norte, 8,60 % en el sur, y un 9,14 en el este.

**¿ En promedio cuánto gasta mensualmente en medicamentos?**



**Figura 17.** Pregunta 14

**Elaborado por: La Autora.**

Aquí miramos que 62,37% gastan más de \$60,00 dólares en medicinas, un 20,97% de \$41 a \$60, un 9,68% de \$21,a \$40, y un 6,99% de \$1, a \$20, dólares.

### **3.6.3 Resumen e interpretación de los resultados.**

Mediante la investigación de mercados que se ha realizado a los habitantes del cantón Lago Agrio descubrimos los siguientes resultados:

## **3.7 MERCADO POTENCIAL**

En la actualidad las personas adquieren sus medicinas y artículos de belleza, de aseo, en farmacias grandes como son la SANA SANA, FYBECA, MEDICITY, al contrario de tiempos pasados donde se compraban sus productos al gusto del cliente, era en farmacias pequeñas o tiendas.

Para el cálculo de mercado potencial se utiliza las encuestas realizadas y el número de familias habitantes en las zonas urbanas (52,9% según INEC) del cantón Lago Agrío.

$$\text{Familias Urbanas} = \frac{91.744,00 \text{ habitantes}}{4} * 52,9\% = 12,133$$

Según la encuesta realizada 53% requiere una farmacia de Autoservicio

$$\text{Clientes dispuestos a Comprar} = 12,133 * 53\% = 6,430$$

Se consideró la frecuencia de una (1) compra por mes.

$$\text{Clientes mensuales} = 6,430 * 1 = 6,430$$

$$\text{Clientes diarios} = \frac{6,430}{30} = 214 \text{ (Demanda Potencial)}$$

Nuestro mercado potencial serán 214 clientes diarios aproximadamente que llegarán a nosotros directamente, nuestros posibles consumidores no están en ningún rango de edad por

que adquieren medicinas, artículos de aseo personal, confitería en cualquier momento, esto nos beneficiará para que los clientes acudan a nuestra farmacia de autoservicio.

Hay que tener en cuenta que nuestra farmacia brindará un servicio de compras a crédito y así poder ayudar a las personas que adquieren sus compras de buena calidad.

Debido a que la empresa iniciara sus actividades vendiendo medicina, artículos de belleza, aseo los cuales son de preferencia suyos a un menor costo y mejores descuentos.

### **3.8 ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS DE MICHAEL PORTER**

El modelo de las 5 fuerzas del Porter consiste en establecer la fuerza, que tiene la competencia en un segmento y que este nos deje, ampliar una ventaja competitiva frente, a nuestros posibles rivales. Según Porter, sus 5 fuerzas nos permitirán lograr una rentabilidad a largo plazo del mercado, en la que nos encontraremos operando; las mismas que deben valorar sus objetivos y recursos para tener una idea, en que vamos a mejorar o cambiar de la misma empresa.

#### **3.8.1 Amenaza de entrada de nuevos competidores**

La barrera de nueva entrada de nuevos competidores, se puede considerar como baja puesto que para la creación, de una farmacia de autoservicio se da la apertura con unos \$100.000 dólares americanos, en esta inversión incluye la compra de estanterías, vitrinas, medicamentos, artículos de belleza, aseo y confitería y el resto está destinado para la obtención de la infraestructura, necesaria para iniciar a trabajar.

#### **3.8.2 Rivalidad entre competidores**

Esta rivalidad es media, porque existe un competidor como es la Farmacia SANA SANA que vende las medicinas y algunos productos de belleza, y no poseen lo suficientemente para cubrir la demanda del mercado, la oferta de la farmacia de autoservicio, es tener productos de

medicina, belleza, aseo, decoración y confitería, esta variedad de productos hace que la cliente realicen compras en un solo lugar optimizando tiempo y recurso.

### **3.8.3 Poder de negociación de los proveedores**

El poder de negociación con los proveedores es bajo, los que nos proveen de medicinas y otros artículos de belleza, aseo y confitería son los laboratorios farmacéuticos, y laboratorios cosméticos los cuales nos ofrecen descuentos según la cantidad de compra que nosotros le hagamos.

### **3.8.4 Poder de negociación de los clientes**

El poder de negociación de los clientes es bajo, porque los consumidores tendrían descuentos, créditos, promociones en los productos que van a adquirir de esta manera estaremos brindando un, mejor servicio al cliente.

### **3.8.5 Amenaza de ingreso de productos sustitutos**

Dentro este aspecto sobre el ingreso de productos sustitutos es baja, porque si existe la medicina natural que hoy en día los consumidores los adquieren por algunos beneficios de alguna plantas, pero no es tan la acogida por que no puede remplazarlo por completo a los producto farmacéuticos.

### **3.8.6 Conclusión de las fuerza de Porter**

La amenaza de entrada de nuevos competidores es baja debido a que en nuestra ciudad no existe una farmacia de autoservicio, que se dedique a la venta de medicinas y de artículos de belleza, aseo y confitería para sus habitantes.

La rivalidad entre competidores es media ya que existe una competencia no tan grande pero si significativa lo que da lugar a que la ciudad si acuda a nuestra farmacia de autoservicio.

La fuerza de poder de negociación de los proveedores es baja ya que si existen laboratorios para poder adquirir la medicina con precios variados, descuentos según el volumen de compra.

El poder de negociación de los clientes es bajo porque tienen alternativas de compra muy buenas para poder realizar sus adquisiciones en la farmacia.

La amenaza de productos sustitutos es baja porque la farmacia venderá las medicinas de mejor calidad que no tengan que buscar ninguna otra clase de medicina natural.

Luego de realizado el análisis de las cinco Fuerzas de Porter hemos conocido estrategias que vamos a implementar en nuestro plan de negocios.

La diferencia que daremos a nuestros clientes es por las compras realizadas a un menor tiempo, descuentos, promociones, medicinas y artículos de belleza, aseo y confitería de primera calidad y las compras a crédito. Utilizando todo esto crearemos lealtad y fidelidad en los consumidores locales.

### **3.9 ANÁLISIS FODA**

En todas las empresas se debe emplear la matriz FODA es una herramienta para realizar una planeación estratégica de una empresa que nos permite realizar un análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que tienen la empresa de esta manera podemos citar estrategias que vayan en beneficio de la empresa.

En el siguiente cuadro lo explicamos la matriz FODA.

Tabla 3  
Matriz FODA

<b>INTERNO</b>	
<b>FORTALEZAS EMPRESARIALES</b>	<b>OPORTUNIDADES EMPRESARIALES</b>
<b>Productos con una alta calidad.</b>	Apertura de mercado
<b>Acceso a fuentes de información.</b>	Crear fidelidad en los clientes por medio de excelentes productos
<b>Capacidad para cubrir la demanda de productos.</b>	Mejoramiento de la organización.
<b>EXTERNO</b>	
<b>DEBILIDADES EMPRESARIALES</b>	<b>AMENAZAS EMPRESARIALES</b>
<b>Vendedores limitados en la empresa</b>	Competencia futura. Continuidad de la crisis económica.
<b>Requerimiento de préstamos bancarios con altos intereses.</b>	Crecimiento del mercado demasiado lento.

Elaborado por: La Autora.

Luego de tener construidas las fortalezas, debilidades, oportunidades, amenazas, del siguiente plan de negocios estableceremos estrategias que van a beneficiar nuestra farmacia, y para lograr una estabilidad de la empresa y así de esta manera estar posicionados dentro del mercado farmacéutico, en el cantón Lago Agrio.

- Atraer a nuestros clientes ofertando, productos de primera calidad a precios accesibles.
- Ampliar la variedad de los productos, de la empresa en beneficio a nuestros clientes, aprovechando el acceso a créditos.
- Implementación de estrategias publicitarias.
- Ampliar el espacio de la empresa, para poner perchas y hacer visibles los productos ofrecidos.

## **CAPÍTULO 4**

### **DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EMPRESA Y ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1 SITUACIÓN FUTURA DE LA EMPRESA**

El presente plan de negocios se va ubicar en la ciudad de Nueva Loja cantón Lago Agrio, en las calles amazonas y 12 de febrero, en donde se va a realizar la edificación de la farmacia con sus diferentes espacios que van a ser necesarios para la venta de medicamentos, artículos de belleza, de aseo y confitería.

En esta farmacia esta pronosticado que laborarán 7 personas divididas entre el área administrativa y las ventas, estas personas recibirán un salario que lo presentaremos, en el capítulo de ingeniería del proyecto. Nuestra empresa se dedicará a la venta de medicamentos, artículos de aseo, belleza, confitería que será adquirida por nuestros clientes.

En nuestra empresa vamos a poner a disposición de toda la ciudadanía de Lago Agrio, con productos de las mejores marcas, así podemos brindar a nuestros clientes productos de calidad, que podrán satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

#### **4.2 MISIÓN**

Nuestra misión es atender las necesidades de la población en materia de salud, brindando servicio y productos de primera calidad, satisfaciendo a lo máximo al cliente con lo cual contamos con un personal calificado, con información veraz y precisa ante cualquier duda, así podremos ofrecer un servicio eficaz y de calidad.

#### **4.3 VISIÓN**

Ser líderes en la Región Amazónica, con una alta eficiencia en la comercialización de productos y servicios para la salud y bienestar de los clientes.

#### **4.4 OBJETIVOS DE LA EMPRESA**

Los objetivos de la farmacia de autoservicio son:

- Ser una empresa líder en el mercado farmacéutico en el cantón Lago Agrio.

- Establecer el proceso eficaz de la prestación de servicio.
- Tener estrategias de marketing que nos afirmen la participación en el mercado.
- Brindar los productos de alta calidad.

#### 4.5 VALORES DE LA EMPRESA

En nuestra farmacia nuestros principios éticos que refuerzan nuestra cultura organizacional son los siguientes;

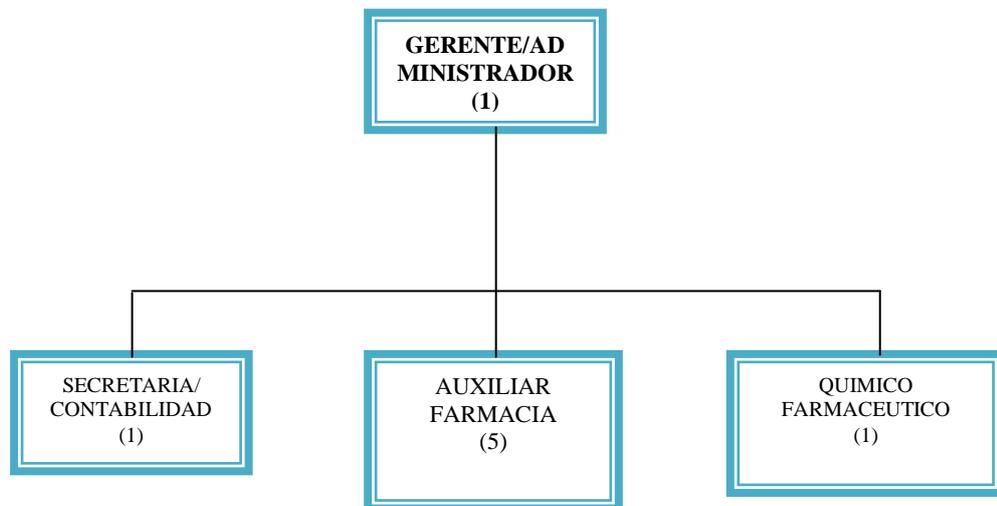
- **Responsabilidad:** Respetar reglas, garantizar el cumplimiento de los compromisos adquiridos, generar confianza y tranquilidad entre las personas que trabajamos día a día.
- **Disciplina:** Habla por sí misma va de la mano con la puntualidad, la manera de organizar su tiempo, actividades y estar al pendiente de cumplir con lo encomendado los trabajos, de la empresa.
- **Aprendizaje:** Hay que tener en claro que todos los días se aprende algo y de esta manera podemos ir evolucionando con nuestras ideas de negocios.
- **Respecto:** Es una cualidad que debemos tener hacia nosotros mismo o alguna persona o a nuestra empresa, en respetar leyes, las personas que estamos en torno del trabajo.
- **Confianza:** confianza en el trabajo, en el compromiso con la empresa.
- **Trabajar en Equipo:** Podemos trabajar de esta manera en nuestra empresa lo cual nos beneficia mucho porque los trabajadores, se apoyaran mutuamente y de esta manera fortalecer su trabajo.
- **Responsabilidad Social y Ambiental:** Asumiremos nuestro compromiso con nuestra gente Lago Agríense en brindarles un buen servicio, y respetaremos al medio ambiente.

## 4.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

En nuestra empresa, lo más específico son los empleados, para que la empresa desempeñe una buena función en el despacho de sus medicinas y productos por lo que hemos visto necesario los perfiles de cada uno de nuestros colaboradores, donde miramos sus responsabilidades y el cumplimiento de cada una de sus labores.

Para brindar un mejor servicio de calidad a nuestros clientes, propones lo siguiente:

**Figura 2.** Organigrama



**Elaborado por: La Autora.**

El organigrama de la farmacia deben conocer los trabajadores de la misma porque tienen que tener en claro su rol dentro de la organización, y así van a mirar con quien van a trabajar en conjunto para lograr sus metas propuestas.

A continuación miraremos sus funciones que corresponden a cada cargo.

### 4.6.1 Gerente de la Empresa

Funciones y Responsabilidades:

- Planificará, supervisará, escuchará, liderará, todas las actividades de la farmacia.
- Aprobará, y controlará el procedimiento y objetivos de promoción.
- Gestionará que los objetivos y planes se cumplan a cabalidad.
- Fundará, conservará y fortalecerá relaciones laborales.
- Desempeñará las reglas y procedimientos de seguridad en el trabajo.
- Sera el Representante Legal de la farmacia.
- Controlará ingresos, egresos de la farmacia.
- Controlará los indicadores de la gestión para el cumplimiento de los objetivos de la farmacia.

#### **4.6.2 Secretaria**

Funciones y Responsabilidades:

- Agendará citas con los visitantes médicos.
- Redactará actas, oficios, memorandos, y otros documentos de poca complejidad.
- Realizará y recibirá llamadas telefónicas.
- Llenará recibos, órdenes de compra.
- Elaborará cheques para el pago del personal, y de los servicios básicos.
- Elaborará informes periódicos y mensuales de las actividades realizadas.
- Reportará cualquier anomalía de la farmacia.

#### **4.6.3 Químico Farmacéutico**

Funciones y Responsabilidades:

- Controlará, seguirá y apoyará permanente a la actividad de la farmacia.

- Velará permanente el uso y el manejo de los productos de control especial.
- Mostrará los informes mensuales de los medicamentos controlados al Ministerio de Salud Izquieta Pérez.
- Mejorará el proceso de capacitación continua del personal de farmacia.
- Investigará y evaluará los ajustes periódicos, de los inventarios de la farmacia.

#### **4.6.4 Contabilidad**

- Realizará todos los registros contables y estados financieros de la empresa.
- Elaborará mensualmente roles de pago del personal con el debido respaldo de la documentación.
- Mantendrá un control de los pagos de obligaciones tributarias del S.R.I, I.E.S.S.
- Controlar periódicamente las cuentas por pagar y anticipos a proveedores, para que no exista fecha vencida.
- Elaborará y presentará informes mensuales de ingresos y egresos de la farmacia.
- Realizará investigaciones exhaustivas de la parte contable al fin de obtener datos que ayude a tomar decisiones por parte de la gerencia.

#### **4.6.5 Administrador**

Funciones y Responsabilidades:

- Revisará y verificará los registros contables, estados financieros, conciliaciones bancarias, y balances de comprobación.
- Emitirá y firmará cheques en conjunto con el gerente.
- Llevará y registrará el control de los proveedores.
- Llevará el control y manejo de la caja chica.

- Llevará un estricto control de las cuentas por cobrar y pagar.
- Participará en la ejecución de sistemas contables, financieros y administrativos.
- Cumplirá con las normas estipuladas de higiene y seguridad integral dentro de la farmacia.
- Atenderá e informará al público en general.
- Será el portador de cualquier inquietud de los empleados, para dar a conocer al Gerente.

#### **4.6.6 Auxiliar de Farmacia**

Funciones y responsabilidades:

- Atenderá y despachará los medicamentos.
- Clasificará y ordenará los medicamentos y artículos de aseo, belleza y confitería en las perchas.
- Llevará el control y el stock de los medicamentos, artículos de aseo, belleza y confitería.
- Realizará pedidos a los proveedores.
- Controlará las fechas de vencimientos de los medicamentos.
- Despachará los medicamentos y orientará al cliente ante cualquier duda que el cliente lo tenga.
- Almacenará los medicamentos en forma correcta según los reglamentos de conservación.
- Realizará inventarios mensualmente de los medicamentos, artículos de aseo, belleza y confitería.

- Llevará un registro de los medicamentos que se venden bajo estrictamente con receta médica (sustancias sicotrópicas).
- Mantendrá un ambiente sano y limpio con los compañeros de trabajo y con los clientes.

#### **4.7 EFECTOS ECONÓMICOS DE LAS VARIABLES ORGANIZACIONALES**

Para la elaboración de la estructura organizacional de nuestro plan de negocios, nos hemos visto la necesidad de ver cuáles son las actividades que se desempeñaran cada uno de los empleados en la farmacia, esto nos beneficiará al momento de crear ingresos, y el costo de ventas que deberán ser cubiertos por la empresa y ellos nos facilitaran a saber si es una organización es rentable a largo plazo.

Hay que tener en cuenta a lo que se contrate al personal de la farmacia, que ellos sepan sus obligaciones de acuerdo al cargo asignado ya que de esta manera responderá eficazmente.

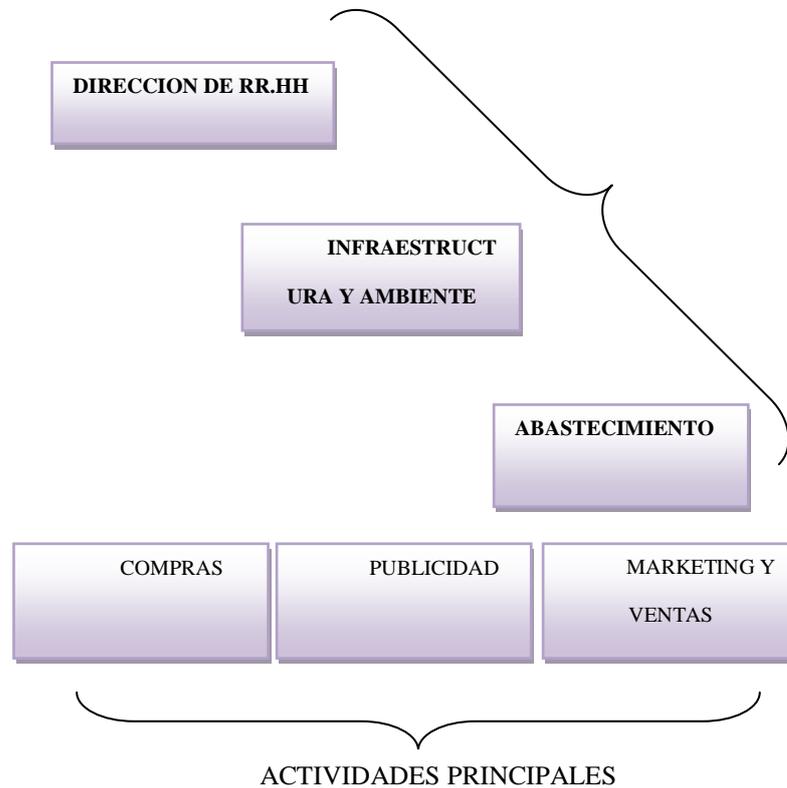
También es importante los ingresos que vayamos hacer en comprar la mercadería para que los empleados tengan lo necesario para despechar a sus clientes y de esta esta manera conseguir una atención de calidad.

#### **4.8 ANÁLISIS E IDENTIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DEL NEGOCIO**

Este proyecto es un plan de negocios para una farmacia de autoservicio en el cantón Lago Agrio, dedicada a la venta de medicamentos, artículos de belleza, aseo y confitería, tenemos que tener muy en cuenta todos los factores que van a cuatro en este proceso de la creación de la misma, para esto nos vamos hacer un análisis por medio de la cadena de valor.

La cadena de valor es de analizar la actividad comercial, donde nos encontraremos con fuentes para la creación de una ventaja competitiva que de esta manera podemos hacer movimientos no muy costosos, pero a la vez efectivos y una diferencia con sus posibles competidores lo cual nos dan un aporte valioso al margen económicos para la empresa.

A continuación la cadena de valor para la farmacia de autoservicio se presenta a continuación:



**Figura 18.** Cadena de valor

**Elaborado por: La Autora.**

Realizamos una descripción de las actividades principales de la farmacia de autoservicio:

#### **4.8.1 Compras**

La farmacia de autoservicio, debe estar al tanto que las medicinas, productos de aseo, belleza y confitería van hacer de mejor calidad por eso al momento de adquirirlos tenemos que tener un acuerdo con los proveedores por que mediante ellos nosotros ofreceremos calidad al cliente, mediante la entrega de los medicamentos, productos de aseo, belleza y confitería, porque esto es de suma importancia para generar ganancias a la farmacia.

#### **4.8.2 Publicidad**

La publicidad es una clave muy importante para la empresa que estamos iniciando sus operaciones, porque nos tenemos que dar a conocer y mirar el interés que nos preste el público en comprar nuestras medicinas, productos de aseo, belleza, y confitería, con lo cual tendremos estrategias publicitarias, y aprovechar al máximo la tecnología que hoy en día es muy avanzado y la gente es lo primero que busca información por internet.

También haremos propaganda en redes sociales donde la gente hoy en día nos comunicamos con amigos, familiares.

Otra clave importante es en la radio, televisión local; lo cual haremos una publicidad muy buena por los clientes porque ellos serán los portavoces a los demás y así nos traerán grandes beneficios para la empresa.

#### **4.8.3 Marketing ventas**

Las ventas para la farmacia serán un papel muy importante porque de eso obtendremos los recursos económicos es decir donde nos beneficiara para que la farmacia siga creciendo más y más y tener unas rentabilidades para la farmacia.

Las ventas lo realizamos en la farmacia mediante los mostradores donde los clientes se acerca hacer sus compras y nuestros auxiliares de ventas muy gustosos en atenderles y despacharles de lo mejor que nosotros tenemos en tanto a productos como en información para que de esta manera los clientes tengan una atención de calidad con productos de calidad.

#### **4.8.4 Dirección de RR. HH**

La dirección de RR. HH toma un papel muy importante porque ellos son lo que eligen al personal calificado que va a estar en los mostradores y esta manera tendremos acogida en el mercado por su trato y amabilidad que se le demostremos a nuestros clientes.

#### **4.8.5 Infraestructura y Ambiente**

La infraestructura y ambiente juega un papel muy importante porque de esto depende que los clientes vayan hacer sus compras no estar muy alejados de la ciudad, ni en un lugar donde no tenga cuidado hacia ellos lo que nos permitirá que si nuestra farmacia estaría en un lugar seguro nos visitarán más y tendremos muchas visitas de los clientes.

#### **4.8.6 Abastecimiento**

En este punto analizaremos que tenemos que tener los medicamentos y productos de aseo, belleza decoración y confitería, de todas las marcas existentes que se encuentran en el mercado con una alta calidad y variado contando de esta manera con un producto en óptimas condiciones para satisfacer la necesidad del cliente y no tenga la necesidad de acudir a ningún otro lugar para hacer sus compras.

Aquí también se juegan un papel muy importante con el control de medicamentos, productos de aseo y belleza, decoración y confitería para hacer pedidos a los proveedores y así estar con el stop necesario para nuestra farmacia de autoservicio y así poder brindar un mejor servicio a nuestros clientes.

## **CAPÍTULO 5**

### **ESTUDIO TÉCNICO-ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO**

#### **5.1 ESTUDIO DE TÉCNICO**

El estudio técnico se basa en un análisis de la función de producción, que indica cómo combinar los insumos y recursos utilizados por el proyecto para que se cumpla el objetivo previsto de manera efectiva y eficiente

##### **5.1.1 Tamaño óptimo de la farmacia**

El tamaño óptimo de la farmacia será aquel que conduzca a resultados económicos razonables para el proyecto en su conjunto. Hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante el estudio del proyecto.

##### **5.1.2 Capacidad Instalada**

La capacidad instalada es la cantidad máxima de servicios que pueden obtenerse de las plantas y equipos de una empresa por unidad de tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas.

La Capacidad de la farmacia de autoservicio está dada por la capacidad de atención a los clientes.

El flujo será de aproximadamente 15 min, se trabajará de lunes a viernes de 8h00 a las 20H00 y el día sábado de 9H00 a 19H00, en total se atenderá en el mes:

##### **Resumen:**

Lunes a viernes: De 8H00 a 20H00 = 12 horas \* 21 días= 252 horas

Sábados: de 9H00 a 19H00 = 10 horas \* 4 sábados del mes= 40 horas

TOTAL: 292 horas en el mes

En total mensualmente se atenderá al cliente 292 horas, en las cuales atenderán 5 farmacéuticos por lo que el tiempo se duplica (292 horas x 5 farmacéuticos = 1.460 horas); el tiempo de atención a los clientes es de 15 min, por lo tanto la capacidad instalada mensual de

la farmacia es de 97 clientes (1460 horas \*60 min= 87.600,00 minutos / 15 min = 5.840,00 clientes al mes) y al año es de 70.080,00 clientes (5.840,00 clientes mensuales x 12 meses= 70.080,00 clientes al año)

*Tabla 4*  
*Capacidad Instalada*

<b>DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA</b>				
<b>TIEMPO ATENCIÓN AL AÑO [MIN]</b>	<b>Nº FARMACEUTICOS</b>	<b>TOTAL ATENCIÓN [MIN]</b>	<b>TIEMPO ATENCIÓN POR CLIENTE [MIN]</b>	<b>Nº CLIENTES QUE SE PUEDE ATENDER POR AÑO</b>
<b>210240,00</b>	5,00	1051200,00	15,00	70080,00

Elaborado por: La Autora

### **5.1.3 Capacidad Utilizada**

La afluencia de los clientes a la farmacia no siempre es continua por ello se considera prudente estimar una capacidad utilizada del 65% con el objetivo de no sobreestimar los ingresos a percibir, se estima que la capacidad de comercialización se incrementará en un 5% anual ya que el plan de publicidad permitirá posicionar a la farmacia atrayendo un mayor número de clientes, llegando al quinto año a trabajar al 85% de su capacidad instalada.

*Tabla 5*  
*Capacidad Utilizada*

<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA</b>	<b>% DE CAPACIDAD UTILIZADA</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>
<b>1</b>	70080,00	65%	45552,00
<b>2</b>	70080,00	70%	49056,00
<b>3</b>	70080,00	75%	52560,00
<b>4</b>	70080,00	80%	56064,00
<b>5</b>	70080,00	85%	59568,00

Elaborado por: La Autora.

De acuerdo a las estimaciones efectuadas se estima que durante el primer año de vida útil de la farmacia de Autoservicios expenderá productos de belleza, aseo, medicina,

decoración y confitería , aproximadamente a 70.080,00 personas, sin embargo aún desconocemos la cantidad de producto que se expende, para ello se procede a utilizar la información obtenida de las encuestas, respecto a la cantidad de productos que adquieren en cada compra, ello con la finalidad de determinar una cantidad aproximada de productos a comercializarse según la capacidad utilizada de la farmacia, por ello se realizaron los siguientes cálculos:

*Tabla 6*  
*Promedio de compras por visita*

<b>PROMEDIO DE COMPRAS POR VISITA</b>			
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PxF</b>
<b>De 1 a 3</b>	2	223	446
<b>De 4 a 6</b>	5	93	465
<b>Más de 7</b>	7	56	392
		372	1303

**Elaborado por: La Autora**

$$\bar{x} = \frac{\sum \text{Promedio} * \text{Frecuencia}}{\sum \text{Frecuencia}}$$

$$\bar{x} = \frac{1303}{372} = 3$$

Con los cálculos efectuados se determinó que en promedio las personas adquieren 3 medicamentos en cada compra efectuada en la farmacia, con esta información se procederá a determinar la cantidad de productos que se estima vender al total de personas que se espera atender en el año.

*Tabla 7*  
*Capacidad por Productos*

<b>CAPACIDAD UTILIZADA POR CANTIDAD DE PRODUCTOS</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>	<b>PROMEDIO DE COMPRAS</b>	<b>CAPACIDAD POR CANTIDAD DE PRODUCTOS</b>
<b>1</b>	45552,00	3,00	136656,00
<b>2</b>	49056,00	3,00	147168,00
<b>3</b>	52560,00	3,00	157680,00
<b>4</b>	56064,00	3,00	168192,00
<b>5</b>	59568,00	3,00	178704,00

Elaborado por: La Autora.

Finalmente se debe realizar la distribución de la capacidad utilizada de acuerdo al tipo de productos que se va a expender, estos son: belleza, aseo, medicina, decoración y confitería para ello se tomó como base la frecuencia de compra de los potenciales consumidores, determinada en el consumo per cápita presentado en las encuestas:

*Tabla 8*  
*% en Capacidad de utilización según línea de productos*

<b>% DE DISTRIBUCIÓN DE CAPACIDAD UTILIZADA SEGÚN LAS LINEAS DE PRODUCTOS</b>	
<b>LINEA DE MEDICAMENTO</b>	<b>%</b>
<b>Belleza, Aseo</b>	32%
<b>Medicina</b>	40%
<b>Decoración y Confitería</b>	28%

Elaborado por: La Autora

Con los datos determinados en el cuadro anterior se procedió a distribuir la capacidad utilizada según las líneas de productos, los resultados se presentan a continuación.

Tabla 9  
Distribución de capacidad vs producto

<b>DISTRIBUCIÓN DE CAPACIDAD UTILIZADA POR LINEA DE PRODUCTO</b>			
<b>CAPACIDAD POR CANTIDAD DE PRODUCTOS</b>	<b>% DE DISTRIBUCIÓN</b>		
	<b>Belleza, Aseo 32%</b>	<b>Medicina 40%</b>	<b>Decoración y Confeitería 28%</b>
<b>136656,00</b>	43729,92	54662,40	38263,68
<b>147168,00</b>	47093,76	58867,20	41207,04
<b>157680,00</b>	50457,60	63072,00	44150,4
<b>168192,00</b>	53821,44	67276,80	47093,76
<b>178704,00</b>	57185,28	71481,60	50037,12

Elaborado por: La Autora

## **5.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO**

### **5.2.1 Objetivo General**

Establecer el presupuesto de cada año que necesita la farmacia además conocer el porcentaje de crecimiento en las utilidades anuales.

### **5.2.2 Objetivos Específicos**

Para conseguir este proyecto se trazan los siguientes objetivos específicos:

- Conocer el valor de la inversión para el funcionamiento de la farmacia.
- Determinar el presupuesto de ingresos y gastos que se realizara en el proyecto.
- Realizar y determinar los estados financieros.
- Determinar el punto de equilibrio.

## **5.3 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN INICIAL**

La inversión inicial está conformada por los activos fijos, activos diferidos y activo corriente o capital de trabajo.

En esta farmacia los activos fijos son equipos de oficina, etc. Y los activos tangibles son todo trámite del funcionamiento de la farmacia.

### 5.3.1 Activos Fijos

**Equipos de Oficina.** Por tratarse de una empresa comercializadora es decir no intervine maquinaria y producción dado a que los medicamentos se los compran listos para su venta.

Los equipos de oficina son los equipos que se utilizarán en la aérea administrativa y ventas.

Tabla 10  
Equipo de Oficina

<b>EQUIPO DE OFICINA</b>			
<b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO [USD]</b>	<b>VALOR TOTAL [USD]</b>
<b>Teléfono Panasonic</b>	3	80,00	240,00
<b>Calculadoras Casio</b>	3	30,00	90,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>330,00</b>
<b>ÁREA DE VENTAS</b>			
<b>Teléfono Panasonic</b>	2	80,00	160,00
<b>Calculadoras Casio</b>	4	30,00	120,00
<b>Detectores de entrada y salida</b>	2	800,00	1.600,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>1.880,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>2.210,00</b>

Elaborado por: La Autora.

**Equipo de Computación:** Para el área administrativas y ventas es óptimo contar con equipos de computación para tener un control de clientes y proveedores.

Tabla 11  
Equipo de Computación

<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>ÁREA DE VENTAS</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO [USD]</b>	<b>VALOR TOTAL [USD]</b>
<b>Computador Platinum C/5</b>	5	1.280,00	6.400,00
<b>Impresora Epson Punto de venta</b>	5	372,00	1.860,00
<b>Lector de códigos de barras</b>	5	145,00	725,00
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>8.985,00</b>
<b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b>			
<b>Computador Platinum C/5</b>	3	1.280,00	3.840,00
<b>Impresora EPSON multi I355</b>	2	360,00	720,00
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>4.560,00</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>13.545,00</b>

Elaborado por: La Autora.

**Muebles y Enseres:** Los muebles y enseres de esta farmacia serán destinados para brindar un mejor espacio de trabajo y atención para los clientes.

Tabla 12  
Muebles y Enseres

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>ÁREA DE VENTAS</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO [USD]</b>	<b>VALOR TOTAL [USD]</b>
<b>Estanterías para exhibición</b>	10	200,00	2.000,00
<b>Cajonera Taxis Blanco</b>	5	310,00	1.550,00
<b>Expositores</b>	3	170,00	510,00
<b>Sillas giratorias</b>	5	80,00	400,00
<b>Letrero Grande</b>	1	300,00	300,00
<b>Escritorio</b>	1	180,00	180,00
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>4.940,00</b>
<b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b>			
<b>Sillas Gerenciales</b>	2	130,00	260,00
<b>Escritorios</b>	2	204,80	409,60
<b>Archivador</b>	2	105,00	210,00
<b>Sillas plásticas</b>	4	7,00	28,00
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>907,60</b>

**TOTAL** 5.847,60

**Elaborado por: La Autora.**

### 5.3.2 Activos Diferidos

Son inversiones sobre activos constituidos para los servicios necesarios para el funcionamiento del proyecto.

*Tabla 13*  
*Activos Diferidos*

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO [USD]	VALOR TOTAL [USD]
<b>Permisos de funcionamiento</b>	1	220,00	220,00
<b>Patente</b>	1	170,00	170,00
<b>Adecuaciones e instalaciones</b>	1	3.000,00	3.000,00
<b>Imprevistos (8%)</b>	1	280,00	280,00
		<b>TOTAL</b>	<b>3.670,00</b>

Elaborado por: La Autora.

### 5.3.3 Activo Corriente o Capital de Trabajo

Aquí detallamos los valores que debe cubrir la farmacia en su operación.

**Mano de Obra Directa:** Los salarios que se deben pagar a los auxiliares de farmacia, ya que de ellos depende la atención del público en la venta de las medicinas.

*Tabla 14*  
*Mano de Obra Directa*

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>			
DETALLE	CANTIDAD AD	VALOR UNITARIO [USD]	VALOR TOTAL [USD]
<b>Salario Básico Unificado</b>	1	420,00	420,00
<b>Décimo Tercero/12</b>	1	35,00	35,00
<b>Décimo Cuarto/12</b>	1	31,25	31,25
<b>Vacaciones</b>	1	17,50	17,50
<b>Aporte Patronal 11.15%</b>	1	46,83	46,83
<b>Aporte IECE 0.5%</b>	1	2,10	2,10
<b>Aporte SECAP 0,5%</b>	1	2,10	2,10
<b>Fondo de Reserva</b>	1	-	-
		<b>TOTAL MES</b>	<b>554,78</b>

<b>Total de empleados [USD] por mes</b>	5	554,78	2.773,90
<b>Total de empleados [USD] por año</b>	12	2.773,90	33.286,80

Elaborado por: La Autora.

**Nota:** El fondo de reserva se paga a partir del treceavo mes de servicio.

**Materia Prima Directa:** La materia prima en nuestro caso es la mercadería que se comprara para la venta.

Nuestra materia prima como es una farmacia de autoservicio la clasificaremos así:

*Tabla 15*

*Clasificación de la Materia Prima*

<b>MATERIA PRIMA</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO PROMEDIO [USD]</b>	<b>VALOR ANUAL [USD]</b>
<b>Belleza, Aseo</b>	43729,92	5,12	223.897,19
<b>Medicina</b>	54662,40	7,61	415.980,86
<b>Decoración y Confitería</b>	38263,68	8,25	315.675,36
		<b>TOTAL</b>	<b>955.553,41</b>

Elaborado por: La Autora.

Los precios unitarios referenciales se obtuvieron de la Secretaría Técnica del Consejo Nacional de Fijación y Revisión de Precios De Medicamentos.

Para determinar el valor de la inversión inicial para la creación de una farmacia de autoservicio, se ha visto en la necesidad de sumar el valor mensual que se va a comprar la mercadería se hizo el siguiente cálculo:

*Tabla 16*

*Costo mensual de Mercadería*

<b>COSTO MENSUAL DE MERCADERÍA</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>COSTO ANUAL [USD]</b>	<b>COSTO MENSUAL [USD]</b>
<b>Belleza, Aseo</b>	223.897,19	18.658,10
<b>Medicina</b>	415.980,86	34.665,07
<b>Decoración y Confitería</b>	315.675,36	26.306,28
	<b>TOTAL</b>	<b>79.629,45</b>

Elaborado por: La Autora.

### 5.3.4 Gastos Administrativos

Los gastos administrativos se toman en cuenta la energía eléctrica, servicio telefónico, materia de oficinas, útiles de aseo y de limpieza, arriendos los cuales forman parte de la farmacia.

**Sueldos Administrativos:** Es el valor de los sueldos del personal administrativo.

Tabla 17  
Sueldo personal Administrativo

<b>SUELDO PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>GERENTE VALOR UNITARIO [USD]</b>	<b>SECRETARIA VALOR TOTAL [USD]</b>
<b>Salario Básico Unificado</b>	470,00	375,00
<b>Décimo Tercero/12</b>	39,17	31,25
<b>Décimo Cuarto/12</b>	31,25	31,25
<b>Vacaciones</b>	19,58	15,63
<b>Aporte Patronal 11.15%</b>	52,41	41,81
<b>Aporte IECE 0.5%</b>	2,35	1,88
<b>Aporte SECAP 0,5%</b>	2,35	1,88
<b>Fondo de Reserva</b>	-	0
<b>TOTAL MES</b>	617,11	498,69
<b>Total de empleados [USD] por mes</b>	617,11	498,69
<b>Total de empleados [USD] por año</b>	7.405,26	5.984,25
<b>Total de empleados [USD] por año</b>	13.389,51	

Elaborado por: La Autora.

Energía Eléctrica: aquí se detalla la energía que se consume en la farmacia.

Tabla 18  
Consumo de energía eléctrica

<b>ENERGÍA ELÉCTRICA</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD [kW]</b>	<b>VALOR kW/h [USD]</b>	<b>VALOR TOTAL [USD]</b>
<b>Consumo de energía eléctrica mes</b>	300	0,12	36,00
		<b>TOTAL</b>	36,00
<b>Costo de energía anual [USD]</b>	432,00		

Elaborado por: La Autora.

Servicio Telefónico: Este valor que asciende \$ 25,00 dólares mensuales.

Tabla 19  
Consumo Telefónico

<b>CONSUMO TELEFÓNICO</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR MENSUAL [USD]</b>	<b>VALOR ANUAL [USD]</b>
<b>Consumo telefónico</b>	25,00	300,00
<b>TOTAL ANUAL</b>		300,00

Elaborado por: La Autora.

**Materiales de Oficina:** El material que se necesita en las funciones administrativas de la farmacia.

Tabla 20  
Materiales de Oficina

<b>MATERIALES DE OFICINA</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO [USD]</b>	<b>VALOR MENSUAL [USD]</b>
<b>Perforadoras</b>	unidad	0,5	10,01	5,01
<b>Grapadoras</b>	unidad	1	11	11,00
<b>Papel A4</b>	resma	0,5	4,5	2,25
<b>Clips</b>	Caja 50 u	2	1	2,00
<b>Carpetas</b>	unidad	6	0,5	3,00
<b>Lapiceros</b>	unidad	2	0,25	0,50
<b>Esferos Gráficos</b>	unidad	2	0,41	0,82
			<b>SUBTOTAL</b>	24,58
<b>Costo de materiales de Oficina anual</b>		294,90		

Elaborado por: La Autora.

Útiles de Aseo: Comprende los materiales de aseo que requiere la farmacia.

Tabla 21  
Útiles de Aseo

<b>ÚTILES DE ASEO</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO [USD]</b>	<b>VALOR MENSUAL [USD]</b>
<b>Trapeador</b>	<b>unidad</b>	1	2,3	2,30
<b>Franelas</b>	<b>unidad</b>	1	1	1,00
<b>Desinfectante</b>	<b>unidad</b>	1	3	3,00
<b>Cloro</b>	<b>litro</b>	1	2	2,00
<b>Escoba</b>	<b>unidad</b>	1	3	3,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>11,30</b>
<b>Costo de materiales de Oficina anual</b>		135,60		

Elaborado por: La Autora.

**Arriendos:** Es el valor que se cancelará por el arriendo del local donde funcionara la farmacia.

Tabla 22  
Arriendo

<b>ARRIENDO</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR MENSUAL [USD]</b>	<b>VALOR ANUAL [USD]</b>
<b>Gasto Arriendo</b>	1.000,00	12.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>12.000,00</b>

Elaborado por: La Autora.

### **Gastos Administrativos Resumen**

Aquí están todos los valores que se presentarán en el proceso de labores de la farmacia.

Tabla 23  
Gastos Administrativos

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR MENSUAL [USD]</b>	<b>VALOR ANUAL [USD]</b>
<b>Energía Eléctrica</b>	36,00	432,00
<b>Servicio Telefónico</b>	25,00	300,00
<b>Materiales de Oficina</b>	24,58	294,90
<b>Útiles de aseo y limpieza</b>	11,30	135,60
<b>Arriendo</b>	1.000,00	12.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.096,88</b>	<b>13.162,50</b>

Elaborado por: La Autora.

### 5.3.5 Gastos de ventas

Los gastos de publicidad, tiene un objeto fundamental para hacer que la gente sepa de la existencia de la farmacia a continuación se detalla los valores que la farmacia repartiera por este concepto:

**Publicidad:** Dado al estudio de mercado miramos que los habitantes mira la televisión y es una excelente opción pasar una publicidad por este medio que cancelaríamos en \$ 800 mensuales y esto por 12 meses será 9,600 dólares anuales

### 5.3.6 Capital de Trabajo

El capital de trabajo nos da una idea para poder financiar una empresa y de este modo poder adquirir toda la mercadería, gastos que se pueden presentar en el transcurso de la inversión y tener cantidades pequeñas cantidades en efectivo para solventar gastos que se puede tener en el proceso de apertura.

Tabla 24  
Capital de trabajo

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR MENSUAL [USD]</b>
<b>Mano de obra directa</b>	2.773,90
<b>Materia Prima Directa</b>	79.629,45
<b>Gastos Administrativos</b>	1.096,88
<b>Gastos de Ventas</b>	800,00
<b>TOTAL CAPITAL DE INVERSIÓN</b>	<b>84.300,23</b>

Elaborado por: La Autora.

Tabla 25  
Total inversión

<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
<b>RUBRO</b>	<b>MONTO [USD]</b>
<b>Equipo de oficina</b>	2.210,00
<b>Equipo de computación</b>	13.545,00
<b>Muebles y enseres</b>	5.847,60
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>21.602,60</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
<b>Permisos de funcionamiento</b>	220,00
<b>Patente</b>	170,00
<b>Adecuaciones e Instalaciones</b>	3.000,00
<b>Imprevistos</b>	280,00
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>3.670,00</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO U OPERACIÓN</b>	
<b>Mano de Obra Directa</b>	2.773,90
<b>Materia Prima Directa</b>	79.629,45
<b>Gastos de administración</b>	1.096,88
<b>Gastos de ventas</b>	800,00
<b>TOTAL CAPITAL DE OPERACIÓN</b>	<b>84.300,23</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>109.572,83</b>

Elaborado por: La Autora.

**Financiamiento:** La inversión se lo financiara de la siguiente manera:

Mediante Capital propio del 45,63% de \$50.000.00 dólares.

Un financiamiento bancario correspondiente al 54,37% con una tasa del 12% a un plazo de 5 años en el Banco del Pichincha

Tabla 26  
Financiamiento

FINANCIAMIENTO		
FUENTE	%	MONTO [USD]
<b>CAPITAL PROPIO</b>	45,63%	50.000,00
<b>CRÉDITO</b>	54,37%	59.572,83
<b>TOTAL</b>	100%	109.572,83

Elabora por: La Autora.

### 5.3.7 Depreciación de Activo Fijo y Amortización

La depreciación es un desgaste que tiene un bien por el uso que tengan hacia él.

Maquinaria, equipos y muebles 10% anual, 10 años

- Equipo de cómputo, 3 años
- Vehículo 20% anual, 5 años.
- El siguiente cálculo se aplica esta fórmula:
- Valor Residual = Valor Actual \* % Depreciación

Tabla 27  
Depreciación

DESCRIPCIÓN	%DEP	DEPRECIACIÓN		
		COSTO TOTAL [USD]	V.RESIDUAL [USD]	DEP. ANUAL[USD]
<b>Equipo de oficina</b>	10%	2.210,00	221,00	198,90
<b>Equipo de computación</b>	33%	13.545,00	4.469,85	3.025,05
<b>Muebles y enseres</b>	10%	5.847,60	584,76	526,28
<b>TOTAL</b>				<b>3.750,23</b>

Elaborado por: La Autora.

## 5.4 FINANCIAMIENTO Y AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

Para la creación de las actividades de la farmacia de autoservicio se necesita una inversión total de \$ 109.572,83.

El 54,37% de la inversión que es de \$59.572,83 será financiado en un banco de la localidad, que serán pagados en 5 (cinco) años a un interés del 12% según dato de la tasa activa del Banco del Pichicha.

*Tabla 28*  
*Amortización*

<b>Capital</b>	<b>59.572,83</b>			
<b>Tasa de Interés</b>	12%			
<b>Tiempo</b>	5			
<b>Banco</b>	Pichincha			
<b>Pagos</b>	Anuales			
<b>AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA</b>				
<b>AÑO</b>	<b>CAPITAL [USD]</b>	<b>INTERES [USD]</b>	<b>DIVIDENDO [USD]</b>	<b>CAPITAL REDUCIDO [USD]</b>
<b>0</b>				59.572,83
<b>1</b>	11.914,57	1.429,75	13.344,31	47.658,26
<b>2</b>	11.914,57	1.143,80	13.058,36	35.743,70
<b>3</b>	11.914,57	857,85	12.772,41	23.829,13
<b>4</b>	11.914,57	571,90	12.486,46	11.914,57
<b>5</b>	11.914,57	285,95	12.200,51	-
<b>TOTALES</b>	<b>59.572,83</b>	<b>4.289,24</b>	<b>63.862,07</b>	

Elaborado por: La Autora.

Puesto que se están analizando tres tipos de medicamentos es necesario distribuir los intereses de acuerdo a cada tipo, para ello se aplicó los porcentajes de distribución definidos en el Tabla 7, los resultados se presentan a continuación:

*Tabla 29*  
*Distribución de Intereses*

<b>DISTRIBUCIÓN DE INTERESES</b>				
<b>CUOTAS</b>	<b>INTERESES</b>	<b>Belleza, Aseo</b>	<b>Medicina</b>	<b>Decoración y Confitería</b>
		32%	40%	28%
<b>1</b>	1.429,75	457,52	571,90	400,33
<b>2</b>	1.143,80	366,02	457,52	320,26
<b>3</b>	857,85	274,51	343,14	240,20
<b>4</b>	571,90	183,01	228,76	160,13
<b>5</b>	285,95	91,50	114,38	80,07
	<b>TOTALES[USD]</b>	<b>1.372,56</b>	<b>1.715,70</b>	<b>1.200,99</b>

Elaborado por: La Autora.

**Otros Gastos:** Son los valores necesario para desarrollar las labores previas a la implementación de la farmacia, está constituido por los activos diferidos, cuyos valores se los espera recuperar en el lapso de 5 años, además se considera el valor correspondiente a la amortización del crédito.

*Tabla 30*  
*Amortización de Activos Diferidos*

<b>AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>DEP. ANUAL [USD]</b>	<b>DEP. ACUMULADA [USD]</b>	<b>VALOR EN LIBROS [USD]</b>
<b>0</b>			3.670,00
<b>1</b>	734,00	734,00	2.936,00
<b>2</b>	734,00	1.468,00	2.202,00
<b>3</b>	734,00	2.202,00	1.468,00
<b>4</b>	734,00	2.936,00	734,00
<b>5</b>	734,00	3.670,00	-

Elaborado por: La Autora.

Así mismo se efectúa la distribución del activo diferido por cada tipo de medicamento:

*Tabla 31*  
*Distribución de Activos Diferidos*

<b>DISTRIBUCIÓN DE ACTIVO DIFERIDO</b>				
<b>CUOTAS</b>	<b>DEP. ANUAL [USD]</b>	<b>Belleza, Aseo</b>	<b>Medicina</b>	<b>Decoración y Confitería</b>
		32%	40%	28%
<b>1</b>	734,00	234,88	293,60	205,52
<b>2</b>	734,00	234,88	293,60	205,52
<b>3</b>	734,00	234,88	293,60	205,52
<b>4</b>	734,00	234,88	293,60	205,52
<b>5</b>	734,00	234,88	293,60	205,52
<b>TOTALES</b>		<b>1.174,40</b>	<b>1.468,00</b>	<b>1.027,60</b>

Elaborado por: La Autora.

Tabla 32  
Distribución de Gastos de Administración

<b>DISTRIBUCIÓN DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>V. ANUAL [USD]</b>	<b>Belleza, Aseo</b>	<b>Medicina</b>	<b>Decoración y Confitería</b>
		32%	40%	28%
<b>Sueldos de Administrativos</b>	13.389,51	4.284,64	5.355,80	3.749,06
<b>Servicio telefónico</b>	300,00	96,00	120,00	84,00
<b>Energía eléctrica</b>	432,00	138,24	172,80	120,96
<b>Arriendos</b>	12.000,00	3.840,00	4.800,00	3.360,00
<b>Material de oficina</b>	294,90	94,37	117,96	82,57
<b>Útiles de aseo</b>	135,60	43,39	54,24	37,97
<b>TOTALES</b>		8.496,64	10.620,80	7.434,56

Elaborado por: La Autora.

Tabla 33  
Distribución de Gastos de Venta

<b>DISTRIBUCIÓN DE GASTOS DE VENTAS</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>V. ANUAL [USD]</b>	<b>Belleza, Aseo</b>	<b>Medicina</b>	<b>Decoración y Confitería</b>
		32%	40%	28%
<b>Publicidad TV</b>	9.600,00	3.072,00	3.840,00	2.688,00

Elaborado por: La Autora.

Una vez determinados todos los valores se procede a construir el presupuesto operativo para cada tipo de medicamento, a continuación se presentan los cuadros que contienen el resumen de los costos en los cuales incurrirá la farmacia para su operación.

Tabla 34  
Presupuesto Operativo Belleza, Aseo

<b>PRESUPUESTO OPERATIVO DE BELLEZA, ASEO</b>						
<b>PERIODOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>						
Materia prima directa	223.897,19	250.885,41	279.692,43	310.421,31	343.180,46	
Mano de Obra directa	10.651,78	10.913,81	11.182,29	11.457,37	11.739,23	
<b>Total Costo Producción</b>	<b>234.548,97</b>	<b>261.799,22</b>	<b>290.874,72</b>	<b>321.878,68</b>	<b>354.919,68</b>	
<b>GASTOS INDIRECTOS</b>						
Dep. Equipo de oficina	63,65	63,65	63,65	63,65	63,65	
Dep. Equipo de computación	968,02	968,02	968,02	968,02	968,02	
Dep. Muebles y enseres	168,41	168,41	168,41	168,41	168,41	
Amortización de Gastos de Diferidos	234,88	234,88	234,88	234,88	234,88	
<b>Total Gastos de Fabricación</b>	<b>1.434,95</b>	<b>1.434,95</b>	<b>1.434,95</b>	<b>1.434,95</b>	<b>1.434,95</b>	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>						
Sueldos de Administrativos	4.284,64	4.390,05	4.498,04	4.608,69	4.722,07	
Energía Eléctrica	138,24	143,84	149,66	155,73	162,03	
Servicio Telefónico	96,00	99,89	103,93	108,14	112,52	
Materiales de Oficina	94,37	98,19	102,17	106,30	110,61	
Útiles de aseo y limpieza	43,39	45,15	46,98	48,88	50,86	
Arriendo	3.840,00	3.995,52	4.157,34	4.325,71	4.500,90	
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>8.496,64</b>	<b>8.772,63</b>	<b>9.058,12</b>	<b>9.353,46</b>	<b>9.658,99</b>	
<b>GASTOS DE VENTA</b>						
Publicidad	3.072,00	3.196,42	3.325,87	3.460,57	3.600,72	
<b>Total Gasto de venta</b>	<b>3.072,00</b>	<b>3.196,42</b>	<b>3.325,87</b>	<b>3.460,57</b>	<b>3.600,72</b>	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>						
Interés del préstamo	457,52	366,02	274,51	183,01	91,50	
<b>Total Gastos Financieros</b>	<b>457,52</b>	<b>366,02</b>	<b>274,51</b>	<b>183,01</b>	<b>91,50</b>	
<b>COSTOS TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>248.010,08</b>	<b>275.569,24</b>	<b>304.968,18</b>	<b>336.310,67</b>	<b>369.705,86</b>	

Elaborado por: La Autora.

En la tabla 34 el presupuesto operativo de belleza y aseo en el primer año tiene un costo total de producción de \$ 248.010,08 y los años siguientes son proyectados.

Tabla 35  
Presupuesto Operativo Medicina

<b>PRESUPUESTO OPERATIVO MEDICINA</b>						
<b>PERIODOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>						
Materia prima directa	415.980,86	466.122,56	519.643,42	576.734,91	637.598,46	
Mano de Obra directa	13.314,72	13.642,26	13.977,86	14.321,72	14.674,03	
<b>Total Costo Producción</b>	<b>429.295,58</b>	<b>479.764,82</b>	<b>533.621,28</b>	<b>591.056,62</b>	<b>652.272,49</b>	
<b>GASTOS INDIRECTOS</b>						
Dep. Equipo de oficina	79,56	79,56	79,56	79,56	79,56	
Dep. Equipo de computación	1.210,02	1.210,02	1.210,02	1.210,02	1.210,02	
Dep. Muebles y enseres	210,51	210,51	210,51	210,51	210,51	
Amortización de Gastos de Diferidos	293,60	293,60	293,60	293,60	293,60	
<b>Total Gastos de Fabricación</b>	<b>1.793,69</b>	<b>1.793,69</b>	<b>1.793,69</b>	<b>1.793,69</b>	<b>1.793,69</b>	
<b>GASTOS ADMINISTRATIV.</b>						
Sueldos de Administrativos	5.355,80	5.487,56	5.622,55	5.760,87	5.902,58	
Energía Eléctrica	172,80	179,80	187,08	194,66	202,54	
Servicio Telefónico	120,00	124,86	129,92	135,18	140,65	
Materiales de Oficina	117,96	122,74	127,71	132,88	138,26	
Útiles de aseo y limpieza	54,24	56,44	58,72	61,10	63,58	
Arriendo	4.800,00	4.994,40	5.196,67	5.407,14	5.626,13	
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>10.620,80</b>	<b>10.965,79</b>	<b>11.322,65</b>	<b>11.691,82</b>	<b>12.073,74</b>	
<b>GASTOS DE VENTA</b>						
Publicidad	3.840,00	3.995,52	4.157,34	4.325,71	4.500,90	
<b>Total Gasto de venta</b>	<b>3.840,00</b>	<b>3.995,52</b>	<b>4.157,34</b>	<b>4.325,71</b>	<b>4.500,90</b>	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>						
Interés del préstamo	571,90	457,52	343,14	228,76	114,38	
<b>Total Gastos Financieros</b>	<b>571,90</b>	<b>457,52</b>	<b>343,14</b>	<b>228,76</b>	<b>114,38</b>	
<b>COSTOS TOT. DE PRODUC.</b>	<b>446.121,98</b>	<b>496.977,34</b>	<b>551.238,10</b>	<b>609.096,61</b>	<b>670.755,21</b>	

Elaborado por: La Autora.

En este cuadro el presupuesto operativo de belleza y aseo en el primer año tiene un costo total de producción de \$ 446.121,98 y los años siguientes son proyectados.

Tabla 36

Presupuesto Operativo de Decoración y Confitería

<b>PRESUPUESTO OPERATIVO DECORACIÓN Y CONFITERÍA</b>					
<b>PERIODOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>					
Materia prima directa	315.675,36	353.726,38	394.341,75	437.666,76	483.854,29
Mano de Obra directa	9.320,30	9.549,58	9.784,50	10.025,20	10.271,82
<b>Total Costo Producción</b>	<b>324.995,66</b>	<b>363.275,97</b>	<b>404.126,25</b>	<b>447.691,97</b>	<b>494.126,11</b>
<b>GASTOS INDIRECTOS</b>					
Dep. Equipo de oficina	55,69	55,69	55,69	55,69	55,69
Dep. Equipo de computación	847,01	847,01	847,01	847,01	847,01
Dep. Muebles y enseres	147,36	147,36	147,36	147,36	147,36
Amortización de Gastos de Diferidos	205,52	205,52	205,52	205,52	205,52
<b>Total Gastos de Fabricación</b>	<b>1.255,59</b>	<b>1.255,59</b>	<b>1.255,59</b>	<b>1.255,59</b>	<b>1.255,59</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
Sueldos de Administrativos	3.749,06	3.841,29	3.935,79	4.032,61	4.131,81
Energía Eléctrica	120,96	125,86	130,96	136,26	141,78
Servicio Telefónico	84,00	87,40	90,94	94,62	98,46
Materiales de Oficina	82,57	85,92	89,40	93,02	96,78
Útiles de aseo y limpieza	37,97	39,51	41,11	42,77	44,50
Arriendo	3.360,00	3.496,08	3.637,67	3.785,00	3.938,29
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>7.434,56</b>	<b>7.676,05</b>	<b>7.925,86</b>	<b>8.184,27</b>	<b>8.451,62</b>
<b>GASTOS DE VENTA</b>					
Publicidad	2.688,00	2.796,86	2.910,14	3.028,00	3.150,63
<b>Total Gasto de venta</b>	<b>2.688,00</b>	<b>2.796,86</b>	<b>2.910,14</b>	<b>3.028,00</b>	<b>3.150,63</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>					
Interés del préstamo	400,33	320,26	240,20	160,13	80,07
<b>Total Gastos Financieros</b>	<b>400,33</b>	<b>320,26</b>	<b>240,20</b>	<b>160,13</b>	<b>80,07</b>
<b>COSTOS TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>336.774,14</b>	<b>375.324,73</b>	<b>416.458,03</b>	<b>460.319,96</b>	<b>507.064,01</b>

Elaborado por: La Autora.

Nota: Los sueldos fueron proyectados con las tasa de 2,46% que corresponde al incremento del último año (2017), además los costos se proyectaron con la tasa de inflación del mes de febrero del 2015 que es de 4,05% datos disponibles en la página del BCE en: [http://contenido.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=inflacion](http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion)

### Costo Unitario

Para determinar el costo unitario de cada tipo de medicamento se procedió de la siguiente manera:

Tabla 37

*Determinación de costo unitario de belleza, aseo*

<b>DETERMINACIÓN DE COSTO UNITARIO BELLEZA, ASEO</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>	<b>COSTO TOTAL [USD]</b>	<b>COSTO UNITARIO [USD]</b>
<b>1</b>	43729,92	248.010,08	5,67
<b>2</b>	47093,76	275.569,24	5,85
<b>3</b>	50457,60	304.968,18	6,04
<b>4</b>	53821,44	336.310,67	6,25
<b>5</b>	57185,28	369.705,86	6,47

Elaborado por: La Autora.

Tabla 38

*Determinación de costo unitario medicina*

<b>DETERMINACIÓN DE COSTO UNITARIO MEDICINA</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>	<b>COSTO TOTAL [USD]</b>	<b>COSTO UNITARIO [USD]</b>
<b>1</b>	54662,40	446.121,98	8,16
<b>2</b>	58867,20	496.977,34	8,44
<b>3</b>	63072,00	551.238,10	8,74
<b>4</b>	67276,80	609.096,61	9,05
<b>5</b>	71481,60	670.755,21	9,38

Elaborado por: La Autora.

Tabla 39

Determinación de costo unitario decoración y confitería

<b>DETERMINACIÓN DE COSTO UNITARIO DECORACIÓN Y CONFITERÍA</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>	<b>COSTO TOTAL [USD]</b>	<b>COSTO UNITARIO [USD]</b>
<b>1</b>	38263,68	336.774,14	8,80
<b>2</b>	41207,04	375.324,73	9,11
<b>3</b>	44150,40	416.458,03	9,43
<b>4</b>	47093,76	460.319,96	9,77
<b>5</b>	50037,12	507.064,01	10,13

Elaborado por: La Autora.

La determinación del costo unitario de los tres productos se lo realizo

## 5.5 INGRESOS

Los ingresos son básicamente la venta de las medicinas, lo cual hemos utilizado de la materia prima adquirida para las ventas anuales y las que se presenta a continuación.

Tabla 40

Ingreso totales belleza, aseo

<b>INGRESOS TOTALES BELLEZA, ASEO</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>	<b>PRECIO DE VENTA [USD]</b>	<b>TOTAL VENTAS [USD]</b>
<b>1</b>	43729,92	6,24	272.811,09
<b>2</b>	47093,76	6,44	303.126,16
<b>3</b>	50457,60	6,65	335.465,00
<b>4</b>	53821,44	6,87	369.941,74
<b>5</b>	57185,28	7,11	406.676,44

Elaborado por: La Autora.

Tabla 41

Ingreso totales de medicina

<b>INGRESOS TOTALES MEDICINA</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>	<b>PRECIO DE VENTA [USD]</b>	<b>TOTAL VENTAS [USD]</b>
<b>1</b>	54662,40	8,98	490.734,18
<b>2</b>	58867,20	9,29	546.675,08
<b>3</b>	63072,00	9,61	606.361,91
<b>4</b>	67276,80	9,96	670.006,27
<b>5</b>	71481,60	10,32	737.830,73

Elaborado por: La Autora.

Tabla 42

*Ingreso totales decoración y confitería*

<b>INGRESOS TOTALES DECORACIÓN Y CONFITERÍA</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>	<b>PRECIO DE VENTA [USD]</b>	<b>TOTAL VENTAS [USD]</b>
<b>1</b>	38263,68	9,68	370.451,56
<b>2</b>	41207,04	10,02	412.857,20
<b>3</b>	44150,40	10,38	458.103,83
<b>4</b>	47093,76	10,75	506.351,95
<b>5</b>	50037,12	11,15	557.770,41

Elaborado por: La Autora.

## **5.6 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

El Estado de Pérdidas y ganancias, permite medir las utilidades de la unidad de producción durante un periodo determinado. Como ingresos se tomó la proyección de las ventas de los tres tipos de medicamentos y el valor residual del equipo de computación, y como costos lo concerniente al costo total de producción de los tres tipos de medicamentos, mismo que comprende los costos de producción, gastos administrativos, financieros, de ventas y otros.

Tabla 43  
Estado de Pérdidas y Ganancias del proyecto

<b>ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO</b>					
<b>PERIODOS [AÑOS]</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>INGRESOS POR VENTAS</b>					
Belleza, Aseo	272.811,09	303.126,16	335.465,00	369.941,74	406.676,44
Medicina	490.734,18	546.675,08	606.361,91	670.006,27	737.830,73
Decoración y Confeitería	370.451,56	412.857,20	458.103,83	506.351,95	557.770,41
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>1.133.996,83</b>	<b>1.262.658,44</b>	<b>1.399.930,74</b>	<b>1.546.299,96</b>	<b>1.702.277,58</b>
<b>( - ) Costo Total</b>					
Costo Belleza, Aseo	248.010,08	275.569,24	304.968,18	336.310,67	369.705,86
Costo Medicina	446.121,98	496.977,34	551.238,10	609.096,61	670.755,21
Costo Decoración y Confeitería	336.774,14	375.324,73	416.458,03	460.319,96	507.064,01
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>1.030.906,21</b>	<b>1.147.871,31</b>	<b>1.272.664,31</b>	<b>1.405.727,23</b>	<b>1.547.525,08</b>
<b>( = ) Utilidad Bruta Ventas</b>	<b>103.090,62</b>	<b>114.787,13</b>	<b>127.266,43</b>	<b>140.572,72</b>	<b>154.752,51</b>
<b>( - ) 15% Utilidad de Trabajadores</b>	<b>15.463,59</b>	<b>17.218,07</b>	<b>19.089,96</b>	<b>21.085,91</b>	<b>23.212,88</b>
<b>( = ) Utilidad Antes Impuestos a la Renta</b>	<b>87.627,03</b>	<b>97.569,06</b>	<b>108.176,47</b>	<b>119.486,81</b>	<b>131.539,63</b>
<b>( - ) 22% Impuesto a la renta</b>	<b>19.277,95</b>	<b>21.465,19</b>	<b>23.798,82</b>	<b>26.287,10</b>	<b>28.938,72</b>
<b>( = ) Utilidad Liquida ejercicio</b>	<b>68.349,08</b>	<b>76.103,87</b>	<b>84.377,64</b>	<b>93.199,72</b>	<b>102.600,91</b>
<b>( - ) 10% reserva Legal</b>	<b>6.834,91</b>	<b>7.610,39</b>	<b>8.437,76</b>	<b>9.319,97</b>	<b>10.260,09</b>
<b>( = ) Utilidad Neta</b>	<b>61.514,17</b>	<b>68.493,48</b>	<b>75.939,88</b>	<b>83.879,74</b>	<b>92.340,82</b>

Elaborado por: La Autora.

## 5.7 FLUJO DE CAJA

Es un estado que mide los movimientos del efectivo, excepto aquellos valores como la depreciación, amortización, ya que no representa una salida de dinero.

Tabla 44  
Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
DETALLES/AÑOS	INVERSIÓN INICIAL	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>						
<b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b>						
Capital Propio	50.000,00					
Crédito	59.572,83					
<b>VENTAS</b>						
Belleza, Aseo		272.811,09	303.126,16	335.465,00	369.941,74	406.676,44
Medicina		490.734,18	546.675,08	606.361,91	670.006,27	737.830,73
Decoración y Confitería		370.451,56	412.857,20	458.103,83	506.351,95	557.770,41
<b>TOTAL INGRESOS</b>	109.572,83	1.133.996,83	1.262.658,44	1.399.930,74	1.546.299,96	1.702.277,58
<b>EGRESOS</b>						
Inversión en activos fijos	21.602,60					
Inversión en activo diferido	3.670,00					
Capital de operación	84.300,23					
Costo Belleza, Aseo		248.010,08	275.569,24	304.968,18	336.310,67	369.705,86
Costo Medicina		446.121,98	496.977,34	551.238,10	609.096,61	670.755,21
Costo Decoración y Confitería		336.774,14	375.324,73	416.458,03	460.319,96	507.064,01
<b>TOTAL EGRESOS</b>	109.572,83	1.030.906,21	1.147.871,31	1.272.664,31	1.405.727,23	1.547.525,08
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>						
		103.090,62	114.787,13	127.266,43	140.572,72	154.752,51
(-) 15% Utilidad Trabajadores		15.463,59	17.218,07	19.089,96	21.085,91	23.212,88
<b>UTILIDAD ANT. IMPUESTO</b>		87.627,03	97.569,06	108.176,47	119.486,81	131.539,63
( - ) 22% Impuesto a la renta		19.277,95	21.465,19	23.798,82	26.287,10	28.938,72
<b>UTILIDAD LIQUIDA</b>		68.349,08	76.103,87	84.377,64	93.199,72	102.600,91
Amortización de Diferidos		734,00	734,00	734,00	734,00	734,00
Depreciaciones		3.750,23	3.750,23	3.750,23	3.750,23	3.750,23
<b>UTILIDAD NETA</b>		72.833,32	80.588,10	88.861,88	97.683,95	107.085,15
Amortización del Crédito		11.914,57	11.914,57	11.914,57	11.914,57	11.914,57
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>		<b>60.918,75</b>	<b>68.673,54</b>	<b>76.947,31</b>	<b>85.769,38</b>	<b>95.170,58</b>

Elaborado por: La Autora.

## 5.8 PUNTO DE EQUILIBRIO

Determina la cantidad de bienes y servicios que debemos generar para cubrir gastos.

Pará esto hay que clasificar los costos en fijos y variables.

Los costos se clasifican en dos grupos:

- **Costos fijos:** Son aquellos pequeños cambios que se les da en la actividad económica.
- **Costos variables:** son Aquellos que tienen cambios en la actividad económica.

En el presente proyecto se realizara los cálculos utilizando la función en la capacidad instalada

*Tabla 45*  
*Estructura de Costos Belleza, Aseo*

ESTRUCTURA DE COSTOS BELLEZA, ASEO				
PERIODOS	AÑO 1		AÑO 5	
COSTO DE PRODUCCIÓN	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
Materia prima directa		223.897,19		343.180,46
Mano de Obra directa		10.651,78		11.739,23
<b>Total Costo Producción</b>				
<b>GASTOS INDIRECTOS</b>				
Dep. Equipo de oficina	63,65		63,65	
Dep. Equipo de computación	968,02		968,02	
Dep. Muebles y enseres	168,41		168,41	
Amortización de Gastos de Diferidos	234,88		234,88	
<b>Total Gastos de Fabricación</b>	<b>1.434,95</b>		<b>1.434,95</b>	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>				
Sueldos de Administrativos	4.284,64		4.722,07	
Energía Eléctrica	138,24		162,03	
Servicio Telefónico	96,00		112,52	
Materiales de Oficina	94,37		110,61	
Útiles de aseo y limpieza	43,39		50,86	
Arriendo	3.840,00		4.500,90	
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>8.496,64</b>		<b>9.658,99</b>	
<b>GASTOS DE VENTA</b>				
Publicidad	3.072,00		3.600,72	
<b>Total Gasto de venta</b>	<b>3.072,00</b>		<b>3.600,72</b>	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>				
Interés del préstamo	457,52		91,50	
<b>Total Gastos Financieros</b>	<b>457,52</b>		<b>91,50</b>	
<b>COSTOS TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>13.461,12</b>	<b>234.548,97</b>	<b>14.786,17</b>	<b>354.919,68</b>
		<b>248.010,08</b>		<b>369.705,86</b>

Elaborado por: La Autora.

*Tabla 46*  
*Estructura de Costo Medicina*

ESTRUCTURA DE COSTO MEDICINA				
PERIODOS	AÑO 1		AÑO 5	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>				
Materia prima directa		415.980,86		637.598,46
Mano de Obra directa		13.314,72		14.674,03
<b>Total Costo Producción</b>				
<b>GASTOS INDIRECTOS</b>				
Dep. Equipo de oficina	79,56		79,56	
Dep. Equipo de computación	1.210,02		1.210,02	
Dep. Muebles y enseres	210,51		210,51	
Amortización de Gastos de Diferidos	293,60		293,60	
<b>Total Gastos de Fabricación</b>	<b>1.793,69</b>		<b>1.793,69</b>	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>				
Sueldos de Administrativos	5.355,80		5.902,58	
Energía Eléctrica	172,80		202,54	
Servicio Telefónico	120,00		140,65	
Materiales de Oficina	117,96		138,26	
Útiles de aseo y limpieza	54,24		63,58	
Arriendo	4.800,00		5.626,13	
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>10.620,80</b>		<b>12.073,74</b>	
<b>GASTOS DE VENTA</b>				
Publicidad	3.840,00		4.500,90	
<b>Total Gasto de venta</b>	<b>3.840,00</b>		<b>4.500,90</b>	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>				
Interés del préstamo	571,90		114,38	
<b>Total Gastos Financieros</b>	<b>571,90</b>		<b>114,38</b>	
<b>COSTOS TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>16.826,40</b>	<b>429.295,58</b>	<b>18.482,72</b>	<b>652.272,49</b>
		<b>446.121,98</b>		<b>670.755,21</b>

Elaborado por: La Autora.

Tabla 47  
Estructura de Costo Decoración y Confitería

ESTRUCTURA DE COSTO DECORACIÓN Y CONFITERÍA				
PERIODOS	AÑO 1		AÑO 5	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>				
Materia prima directa		315.675,36		483.854,29
Mano de Obra directa		9.320,30		10.271,82
<b>Total Costo Producción</b>				
<b>GASTOS INDIRECTOS</b>				
Dep. Equipo de oficina	55,69		55,69	
Dep. Equipo de computación	847,01		847,01	
Dep. Muebles y enseres	147,36		147,36	
Amortización de Gastos de Diferidos	205,52		205,52	
<b>Total Gastos de Fabricación</b>	<b>1.255,59</b>		<b>1.255,59</b>	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>				
Sueldos de Administrativos	3.749,06		4.131,81	
Energía Eléctrica	120,96		141,78	
Servicio Telefónico	84,00		98,46	
Materiales de Oficina	82,57		96,78	
Útiles de aseo y limpieza	37,97		44,50	
Arriendo	3.360,00		3.938,29	
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>7.434,56</b>		<b>8.451,62</b>	
<b>GASTOS DE VENTA</b>				
Publicidad	2.688,00		3.150,63	
<b>Total Gasto de venta</b>	<b>2.688,00</b>		<b>3.150,63</b>	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>				
Interés del préstamo	400,33		80,07	
<b>Total Gastos Financieros</b>	<b>400,33</b>		<b>80,07</b>	
<b>COSTOS TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>11.778,48</b>	<b>324.995,66</b>	<b>12.937,90</b>	<b>494.126,11</b>
		<b>336.774,14</b>		<b>507.064,01</b>

Elaborado por: La Autora.

Para calcular el Punto Equilibrio lo hemos realizado mediante la siguiente fórmula:

El cálculo se realizará para el Producto de Belleza y Aseo del primer año.

Punto de equilibrio en función a la capacidad instalada

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{costos fijos}}{\text{ventas totales} - \text{costos variables}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{13.461,12}{272.811,09 - 234.548,79} * 100$$

Puto de Equilibrio= 35%

Punto de equilibrio en función a los Ingresos

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{13.461,12}{1 - \frac{234.548,79}{272.811,09}}$$

Punto de Equilibrio = 95.978,52

Tabla 48

Determinación de Punto de Equilibrio (P.E.)

DETERMINACIÓN DE PUNTO DE EQUILIBRIO										
DETALLE	AÑO 1					AÑO 5				
	COSTOS FIJOS [USD]	COSTOS VARIABLE [USD]	VENTAS TOTALES [USD]	P.E. %	PUNTO EQUIL. [USD]	COSTOS FIJOS [USD]	COSTOS VARIABLE [USD]	VENTAS TOTALES [USD]	P.E. %	PUNTO EQUIL. [USD]
Belleza, Aseo	13.461,12	234.548,97	272.811,09	0,35	95.978,52	14.786,17	354.919,68	406.676,44	0,29	116.181,70
Medicina	16.826,40	429.295,58	490.734,18	0,27	134.399,04	18.482,72	652.272,49	737.830,73	0,22	159.389,87
Decoración y Confitería	11.778,48	324.995,66	370.451,56	0,26	95.990,98	12.937,90	494.126,11	557.770,41	0,20	113.386,09

Elaborado por: La Autora.

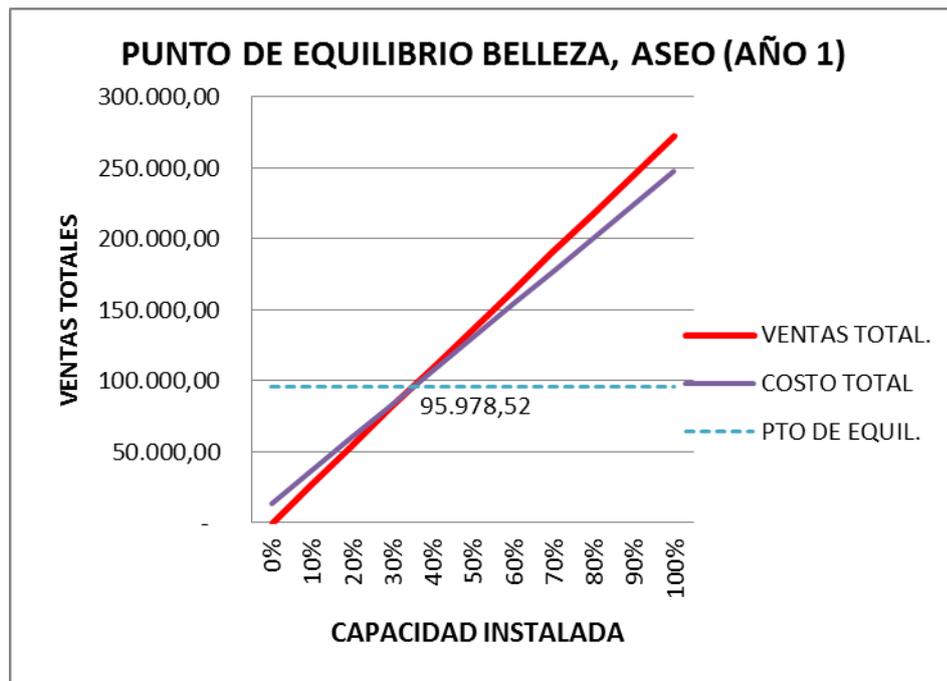
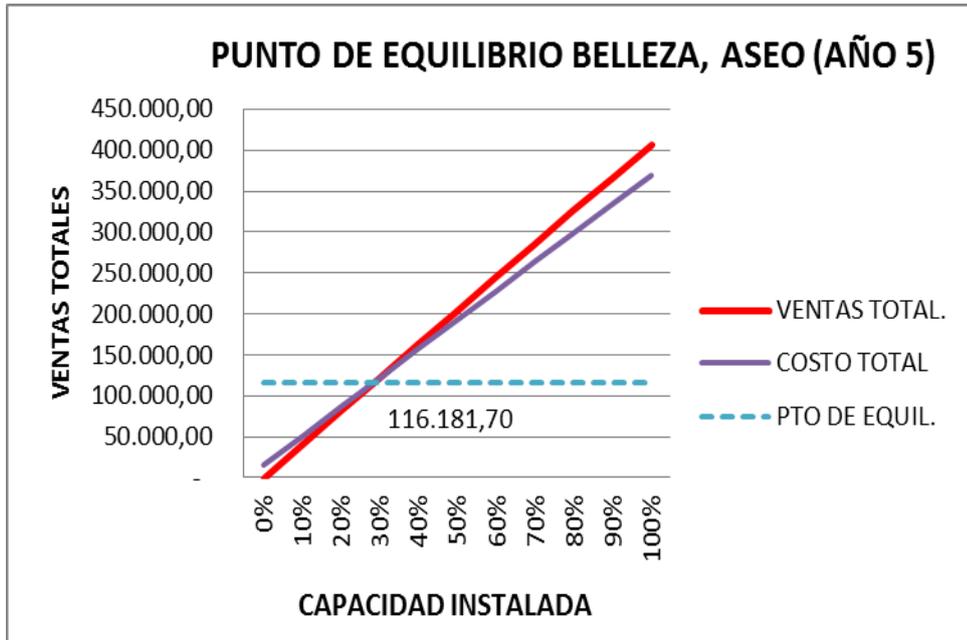


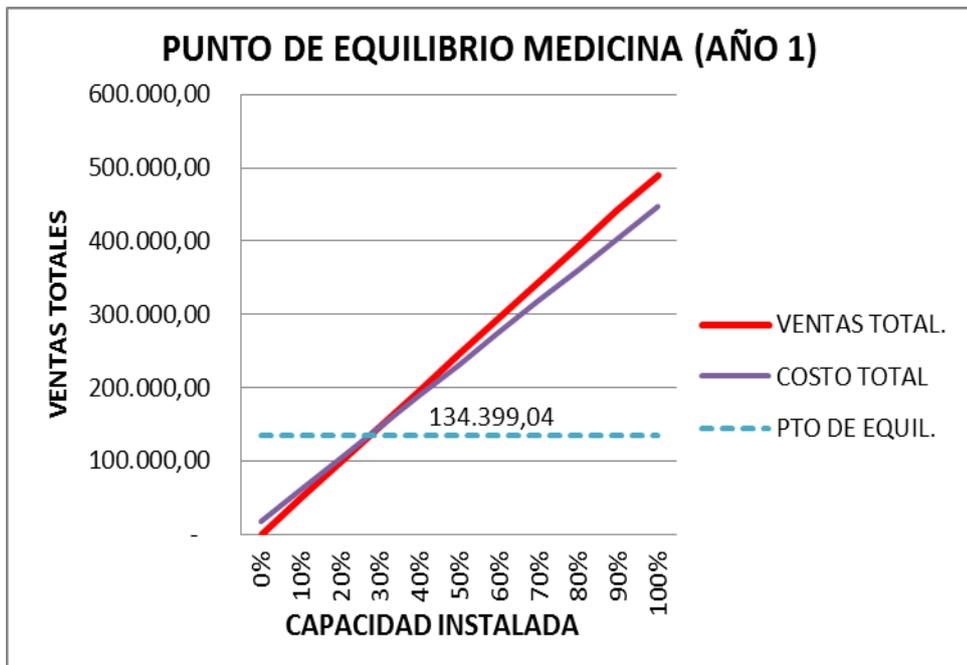
Figura 19. Punto de equilibrio año 1, Producto de belleza y aseo

Elaborado por: La Autora.



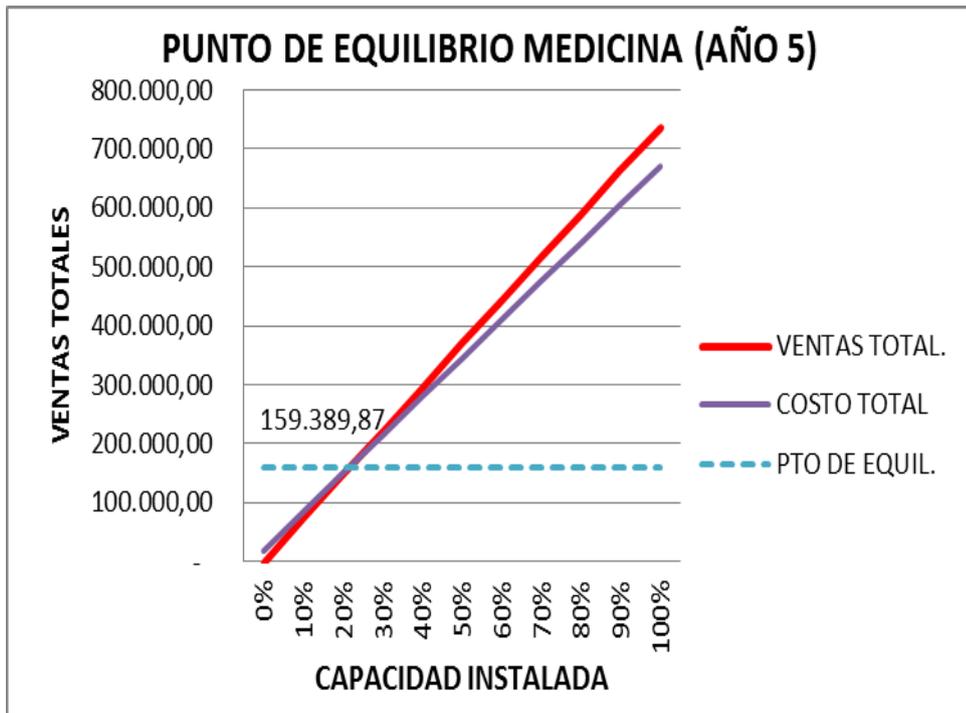
**Figura 20.** Punto de equilibrio año 5, Producto de belleza y aseo

**Elaborado por: La Autora.**



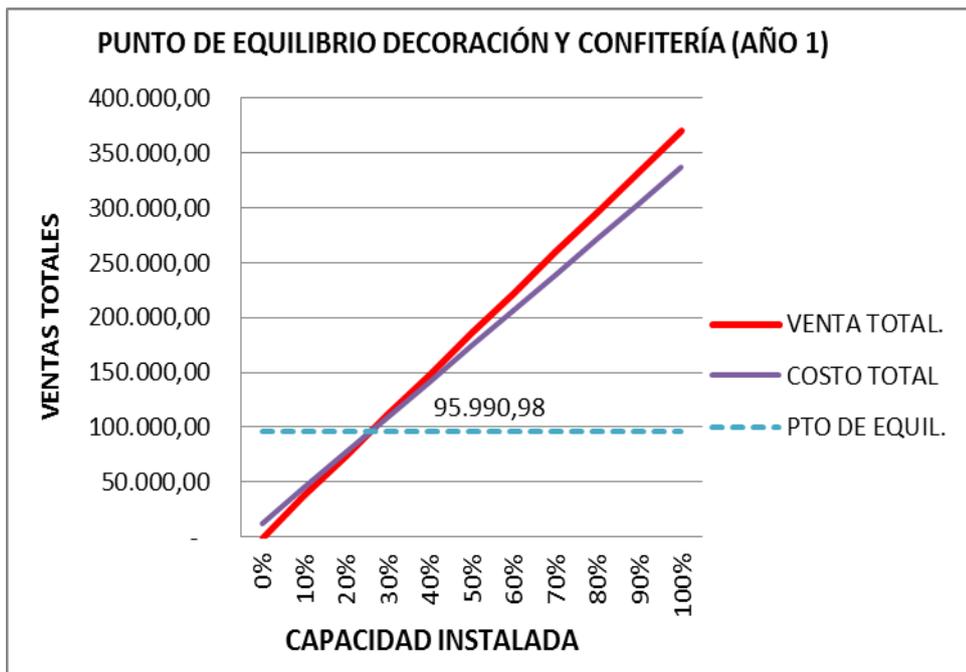
**Figura 21.** Punto de equilibrio año 1, Producto medicina

**Elaborado por: La Autora.**



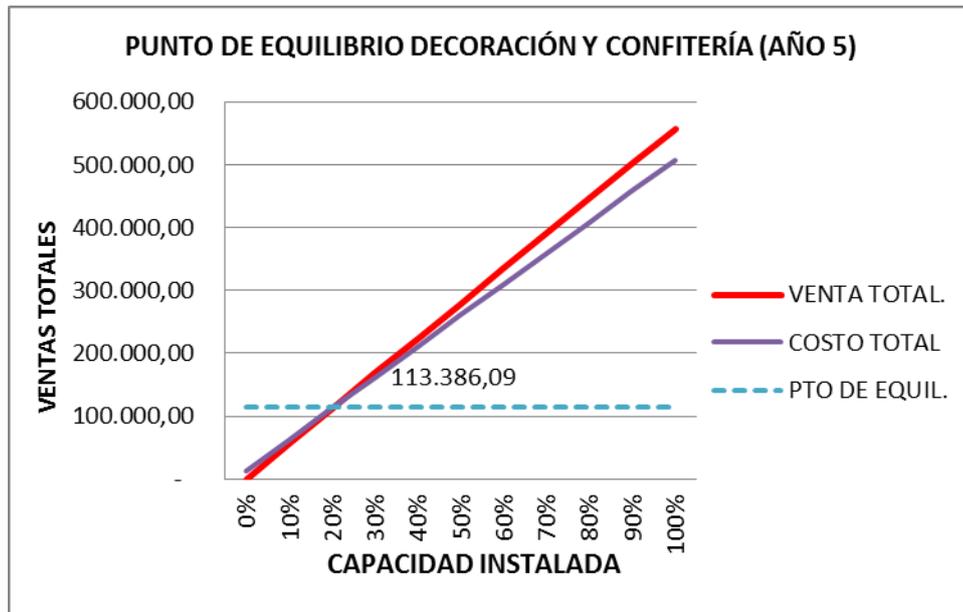
**Figura 22.** Punto de equilibrio año 5, Producto medicina

Elaborado por: La Autora.



**Figura 23.** Punto de equilibrio año 1, Producto decoración y confitería

Elaborado por: La Autora.



**Figura 24.** Punto de equilibrio año 5, Producto decoración y confitería

**Elaborado por: La Autora.**

## 5.9 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Valor presente neto es la diferencia del valor actual de la inversión menos el valor actual de los fondos aplicando una tasa que consideramos la mínima para la aprobación de un proyecto de la inversión.

La tasa para descontar los flujos la cual utilizamos es la tasa de interés ( $i$ ) del crédito del 12% que obtendrá del Banco del Pichicha a un periodo ( $n$ ) de 5 años.

$$\text{Factor de Actualización} = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

$$\text{Factor de Actualización} = \frac{1}{(1 + 0,12)^1}$$

$$\text{Factor de Actualización} = 0,892857143$$

Tabla 49  
Valor Actual Neto

<b>VALOR ACTUAL NETO (VAN)</b>			
<b>AÑO</b>	<b>FLUJO DE CAJA[USD]</b>	<b>FACTOR DE ACTUALIZACIÓN</b>	<b>VALOR ACTUALIZADO [USD]</b>
<b>0</b>	(109.572,83)		
<b>1</b>	60.918,75	0,892857143	54.391,74
<b>2</b>	68.673,54	0,797193878	54.746,12
<b>3</b>	76.947,31	0,711780248	54.769,58
<b>4</b>	85.769,38	0,635518078	54.507,99
<b>5</b>	95.170,58	0,567426856	54.002,34
		<b>TOTAL</b>	272.417,78
			109.572,83
		<b>VAN</b>	<b>162.844,95</b>

Elaborado por: La Autora.

$$VAN = 272.417,78 - 109.572,83$$

$$VAN = 162.844,95$$

### **Criterio Aplicado:**

**VAN > 1** se hace la inversión

**VAN < 1** se rechaza la inversión

**VAN = 1** es indiferente realizar la inversión

Como podemos observar el VAN del proyecto es de \$ 162.844,95 y aplicando el criterio de aceptación del VAN el proyecto es aceptable.

### **5.10 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

La TIR es la tasa de descuento que hace que el valor actual de los flujos de caja sea igual al valor actual de los flujos de inversión.

Tabla 50  
Tasa Interna de Retorno

<b>TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)</b>	
<b>AÑO</b>	<b>FLUJO DE CAJA[USD] [USD]</b>
<b>0</b>	(109.572,83)
<b>1</b>	60.918,75
<b>2</b>	68.673,54
<b>3</b>	76.947,31
<b>4</b>	85.769,38
<b>5</b>	95.170,58
<b>TIR</b>	<b>58%</b>

Elaborado por: La Autora.

#### **Criterio Aplicado:**

TIR > costo del capital se acepta el proyecto.

TIR < que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

TIR = costo de capital es indiferente la ejecución del proyecto.

Según los cálculos realizados la TIR del proyecto es de 58% que resulta mayor que la tasa del costo de capital 12%, por lo tanto en base a los criterios de decisión es factible la ejecución del proyecto.

#### **5.11 RELACIÓN BENEFICIO COSTO**

Pretende determinar la conveniencia de proyecto mediante la enumeración y valoración posterior en términos monetarios de todos los costos y beneficios derivados directa e indirectamente de dicho proyecto.

Criterio aplicado para evaluación del proyecto

- R C/B >1 se acepta el proyecto.
- R C/B = 1, es indiferente ejecutar el proyecto.
- R C/B < 1 se rechaza el proyecto.

Tabla 51  
Relación de Costo Beneficio

<b>RELACIÓN COSTO BENEFICIO</b>					
<b>AÑOS</b>	<b>INGRESO TOTAL [UDS]</b>	<b>FACTOR ACTUALIZACIÓN</b>	<b>INGRESOS ACTUALIZADOS [USD]</b>	<b>EGRESOS ORIGINALES [USD]</b>	<b>EGRESOS ACTUALIZADOS [USD]</b>
		<b>12%</b>			
<b>1</b>	1.133.996,83	0,892857143	1.012.497,17	1.030.906,21	920.451,97
<b>2</b>	1.262.658,44	0,797193878	1.006.583,58	1.147.871,31	915.075,98
<b>3</b>	1.399.930,74	0,711780248	996.443,05	1.272.664,31	905.857,32
<b>4</b>	1.546.299,96	0,635518078	982.701,58	1.405.727,23	893.365,07
<b>5</b>	1.702.277,58	0,567426856	965.918,02	1.547.525,08	878.107,29
		<b>Total Ingresos</b>	4.964.143,40	<b>Total Egresos</b>	4.512.857,63

Elaborado por: La Autora.

$$RAZÓN INGRESO - COSTO = \frac{\sum INGRESOS}{\sum EGRESOS}$$

$$RAZÓN INGRESO - COSTO = \frac{4.964.143,40}{4.512.857,63}$$

$$RAZÓN INGRESO - COSTO = 1,1$$

De acuerdo a los cálculos realizados se obtuvo un indicador de 1,1 que es mayor que la unidad, por lo cual se debe aceptar el proyecto. El resultado significa que por cada dólar invertido se obtiene un beneficio de \$ 0,1 centavos de dólar.

Tabla 52  
 Periodo de Recuperación del Capital

<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO DE CAJA [UDS]</b>	<b>FLUJO ACUMULADO [USD]</b>
<b>INVERSIÓN</b>	<b>(109.572,83)</b>	
<b>1</b>	60.918,75	60.918,75
<b>2</b>	68.673,54	129.592,29
<b>3</b>	76.947,31	206.539,60
<b>4</b>	85.769,38	292.308,98
<b>5</b>	95.170,58	387.479,57

Elaborado por: La Autora.

$$PRC = \text{AÑO ANTERIOR A RECUPERAR LA INVERSIÓN} + \frac{\text{SUMA DE LOS FLUJOS QUE SUPERE LA INVERSIÓN} - \text{INVERSIÓN}}{\text{FLUJO NETO AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$$

$$PRC = 1 + \frac{129.592,29 - 109.572,83}{68.673,54}$$

$$PRC = 1,29 = 1 \text{ Año}$$

$$PRC = 0,29 * 12 = 3,48 = 3 \text{ Meses}$$

$$PRC = 0,48 * 30 = 14,44 = 14 \text{ Días}$$

El capital se recupera en 1 año, 3 meses y 14 días; los resultados obtenidos demuestran que la inversión se la recupero en un tiempo inferior a la vida útil del proyecto, por lo tanto se concluye que el proyecto es factible.

## 5.12 ESTADOS FINANCIEROS

Los Estados Financieros son los que definen como un registro formal de las actividades financieras de la empresa.

Tabla 53  
Balance General Inicial

<b>BALANCE GENERAL INICIAL</b>			
<b>ACTIVO</b>	<b>[USD]</b>	<b>PASIVO FIJO</b>	<b>[USD]</b>
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>84.300,23</b>	Préstamo a 5 años	59.572,83
Caja	4.670,77	Capital	50.000,00
Inventarios	79.629,45	<b>CAPITAL SOCIAL</b>	109.572,83
<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>21.602,60</b>		
Equipo de oficina	2.210,00		
Equipo de computación	13.545,00		
Muebles y enseres	5.847,60		
<b>ACTIVOS DIFERIDO</b>	<b>3.670,00</b>		
Permisos de funcionamiento	220,00		
Patente	170,00		
Adecuaciones e Instalaciones	3.000,00		
Imprevistos	280,00		
<b>ACTIVO TOTAL FIJOS</b>	<b>109.572,83</b>	<b>ACTIVO CAPITAL</b>	<b>109.572,83</b>

Elaborado por: La Autora.

## CONCLUSIONES.

Finalizado el Estudio para la creación de una farmacia de autoservicio en el cantón Lago Agrio, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- El estudio de mercado permite demostrar que existe una demanda insatisfecha en cuanto a medicina, productos de aseo y belleza y confitería para el primer año de vida útil del proyecto.
- Se determinó la demanda potencial considerando los números de familias de áreas urbana del cantón Lago Agrio y las encuestas de los posibles compradores de la Farmacia Autoservicio, teniendo una frecuencia de una compra por mes por cada familia, con estos valores se tiene 214 clientes diarios considerados posibles compradores.
- En el estudio organizacional se determinó que la atención al público se lo realizará por medio de 5 auxiliares de farmacia para que estén bien tratados en el despacho de sus medicinas o sus productos.
- Con el estudio técnico del proyecto se determinó la capacidad instalada de la farmacia de autoservicio, que se puede atender hasta 70,080.00 clientes por año, considerando 5 puestos de atención al cliente y un promedio de atención de 15 minutos por cliente.
- El estudio financiero dio a conocer que la inversión necesaria para la creación de la farmacia de autoservicio es de \$ 109.572,83 por lo cual está dividido por un capital propio de \$ 50.000,00 (45,63%) y un crédito al Banco del Pichicha del 59.572,83 (54,37%), con una tasa de interés del 12% anual.
- De la evaluación del proyecto con resultados del VAN de \$162.844,95 y la TIR 58% y aplicando criterios de la evaluación del proyecto se obtuvieron dentro de los parámetros aceptables, con lo antecedente descrito se concluye el proyecto

“ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA DE AUTOSERVICIO EN EL CANTÓN LAGO AGRIO” es aceptable.

- De la elaboración del punto de equilibrio las los diferentes productos considerados en él estudió del proyecto se obtuvieron los siguientes resultados: Para el producto de Belleza y Aseo un punto de equilibrio de USD\$ 95.978,52, Producto Medicina USD\$ 134.399,04 y Producto Decoración y Confitería USD\$ 95.990,98, estos indicadores es de suma importancia ya que nos indica los ingresos el cual no se tiene ninguna utilidad para la farmacia de Autoservicios.
- De los Estados de Resultados del proyecto se determinó una utilidad neta de USD\$ 61.514,17 en el primer año y tiene un crecimiento promedio del 10,6% anual durante el periodo de los 5 años.
- Según el estudio de Periodo de recuperación del capital se tiene resultados de recupera de la inversión en 1 año, 3 meses y 14 días; los resultados obtenidos demuestran que la inversión se la recupero en un tiempo inferior a la vida útil del proyecto, por lo tanto se concluye que el proyecto es factible.

## RECOMENDACIONES

Entre las recomendaciones que se puede decir después del proyecto realizado son las siguientes:

- Aplicar las estrategias propuestas en capítulos anteriores del plan de negocio, porque no representa una mayor inversión es decir podremos aprovechar los recursos de la empresa.
- Realizar un nuevo estudio de mercado para mirar la satisfacción de los clientes, con los productos que hemos estado ofertando.
- Considerar en un incremento mayor en la adquisición de la mercadería para poder cubrir por completo a nuestros clientes.
- Pensar en nuevas ofertas para los productos para atraer más clientela y de esta manera estaremos satisfaciendo al cliente de todo el cantón tanto en población urbana como rural.
- Disponer de toda la medicación es un factor muy importante que influye tanto en la satisfacción del usuario como en las pérdidas económicas, debido a que si no se dispone de cierta medicación de una receta el usuario tendrá que conseguir por su cuenta en otra farmacia, y por lo tanto ocasionará que disminuyan los ingresos económicos en el servicio.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Basantes, E. (2012). Plan de Negocios. (Tesis de Grado). *Universidad San Francisco de Quito, Quito*.

Buena Economía. (08de agosto de 2015). *Buena Economía. Obtenido de punto de Equilibrio: Operativo, Financiero y Economía:* <http://www.buenaeconomia.com/punto-de-equilibrio-operativo-financiero-economico/>.

Espinoza, R. (06 de junio de 2015). Blog de Marketing y Ventas. Obtenido de Marketing Mix: <http://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>

Ferrel O.C., & Hartline, M.D. (2012). *Estrategia de Marketing*. Cengage Learning Editores.

Herrera, J.E.P. (2013). *Investigación de mercados*. ECOE EDICIONES.

Lambing, P., & Kuethl, c. (2011). *Empresarios Pequeños y Medianos*. México; Pearson Prentice Hall.

Martínez, D., Milla A. (2012). *Introducción al Plan Estratégico. Elaboración del plan estratégico y su implementación a través del cuadro de mando integral*. (pág.8.).Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.

<http://www.editdiazdesantos.com/libros/martinez-pedros-daniel-la-elaboracion-del-plan-estrategico-y-su-implantación-a-traves-del-cuadro-de-mando-integral-CO3007120901.html#contenido>.

Torreblanca, F. (06 de mayo de 2015). Fuerzas de Porter. Obtenido de las 5 fuerzas competitivas de Porter: <http://franciscotorreblanco.es/-las-5-fuerzas-competitivas-de-porter>.

## APENDICE

### ENCUESTA PARA EL ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA DE AUTOSERVICIO EN EL CANTÓN LAGO AGRIO

ENCUESTA PARA EL ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA DE AUTOSERVICIO EN EL CANTÓN LAGO AGRIO	
<b>DATOS GENERALES</b>	
<b>NOMBRE DE LA PERSONA ENCUESTADA:</b>	
<b>CIUDAD:</b>	<b>FECHA:</b>
<b>RELACIÓN LABORAL:</b>	
<b>TELÉFONO CONTACTO:</b>	
<b>1. ¿Qué tipo de medicina adquiere para su familia? Marque con una x una de las siguientes categorías:</b>	
<input type="checkbox"/> 1. Natural	<input type="checkbox"/> 2 Farmacológico
<b>2. ¿En dónde adquiere con mayor frecuencia los medicamentos farmacológicos?</b>	
<input type="checkbox"/> 1. Tiendas <input type="checkbox"/> 2. Farmacias <input type="checkbox"/> 3. Supermercados	
<b>3. ¿En dónde adquiere con mayor frecuencia los productos de limpieza personal, cosméticos, bazar y confitería?</b>	
<input type="checkbox"/> 1. Tiendas <input type="checkbox"/> 2. Farmacias <input type="checkbox"/> 3. Supermercados	
<b>4. ¿Considera usted que se requiere una farmacia de autoservicio como en las grandes ciudades en el cantón Lago Agrio?</b>	
<input type="checkbox"/> 1. Si	<input type="checkbox"/> 2. No
<b>5. ¿Considera usted que se requiere parqueaderos para los Vehículos en una farmacia?</b>	
<input type="checkbox"/> 1. Si	<input type="checkbox"/> 2. No
<b>6. ¿Qué tipo de medicamentos usted adquiere con mayor frecuencia?</b>	
<input type="checkbox"/> 1. Belleza, Aseo <input type="checkbox"/> 2. Medicina <input type="checkbox"/> 3. Decoración y Confitería	

<b>7. ¿Considera Usted que la demanda de farmacias en el cantón Lago Agrio está cubierta?</b>
( ) 1. Si ( ) 2. No
<b>8. ¿Las medicinas que se venden en las farmacias del cantón Lago Agrio cree usted que son de calidad?</b>
( ) 1. Si ( ) 2. No
<b>9. ¿Cuándo usted acude a una farmacia le despachan toda la receta?</b>
( ) 1. Siempre ( ) 2. Casi siempre ( ) 3. Rara vez
<b>10. ¿Generalmente cuántos productos adquiere en cada visita a las farmacias?</b>
( ) 1. De 1 a 3 ( ) 2. De 4 a 6 ( ) 3. Más de 7
<b>11. ¿De la siguiente lista señale la promoción de su mayor agrado?</b>
( ) 1. Productos gratis ( ) 2. Descuentos en recetas ( ) 3. Artículos promocionales
<b>12. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer acerca de la nueva farmacia?</b>
( ) 1. TV ( ) 2. Prensa ( ) 3. Radio ( ) 4. Vallas publicitarias
<b>13. ¿En qué lugar le gustaría que se ubique la farmacia a crearse?</b>
( ) 1. Norte ( ) 2. Sur ( ) 3. Este ( ) 4. Oeste
<b>14. ¿En promedio cuánto gasta mensualmente en medicamentos?</b>
( ) 1. De \$1 a \$20 ( ) 2. De 21 a \$40 ( ) 3. De 41 a \$60 ( ) 4. Más de \$60

CATEGORIAS OCUPACIONALES	SUELDO UNIFICADO	DÉCIMO TERCER	DÉCIMO CUARTO	TRANS- PORTE	APORTE PATRONAL	FONDO RESERVA	TOTAL ANUAL	JORNAL REAL	COSTO HORARIO
REMUNERACIÓN BÁSICA UNIFICADA MÍNIMA	375,00								
<b>CONSTRUCCIÓN Y SERVICIOS TÉCNICOS Y ARQUITECTÓNICOS</b>									
<b>ESTRUCTURA OCUPACIONAL E2</b>									
Peón	384,72	384,72	375,00		588,23	384,72	6 322,00	27,25	3,41
<b>ESTRUCTURA OCUPACIONAL D2</b>									
Albañil	389,73	389,73	375,00		588,23	389,73	6 399,45	27,58	3,45
Operador de equipo liviano	389,73	389,73	375,00		588,23	389,73	6 399,45	27,58	3,45
Pintor	389,73	389,73	375,00		588,23	389,73	6 399,45	27,58	3,45
Pintor de exteriores	389,73	389,73	375,00		588,23	389,73	6 399,45	27,58	3,45
Pintor empapelador	389,73	389,73	375,00		588,23	389,73	6 399,45	27,58	3,45
Ferrero	389,73	389,73	375,00		588,23	389,73	6 399,45	27,58	3,45
Carpintero	389,73	389,73	375,00		588,23	389,73	6 399,45	27,58	3,45
Encofrador	389,73	389,73	375,00		588,23	389,73	6 399,45	27,58	3,45
Carpintero de ribera	389,73	389,73	375,00		588,23	389,73	6 399,45	27,58	3,45
Plomero	389,73	389,73	375,00		588,23	389,73	6 399,45	27,58	3,45
Electricista	389,73	389,73	375,00		588,23	389,73	6 399,45	27,58	3,45
Instalador de revestimiento en general	389,73	389,73	375,00		588,23	389,73	6 399,45	27,58	3,45
Ayudante de perforador	389,73	389,73	375,00		588,23	389,73	6 399,45	27,58	3,45
Cadenero	389,73	389,73	375,00		588,23	389,73	6 399,45	27,58	3,45
Mampostero	389,73	389,73	375,00		588,23	389,73	6 399,45	27,58	3,45
Enlucidor	389,73	389,73	375,00		588,23	389,73	6 399,45	27,58	3,45
Hojalatero	389,73	389,73	375,00		588,23	389,73	6 399,45	27,58	3,45
Técnico liniero eléctrico	389,73	389,73	375,00		588,23	389,73	6 399,45	27,58	3,45
Técnico en montaje de subestaciones	389,73	389,73	375,00		588,23	389,73	6 399,45	27,58	3,45
Técnico electromecánico de construcción	389,73	389,73	375,00		588,23	389,73	6 399,45	27,58	3,45
Obrero especializado en la elaboración de prefabricados de hormigón	389,73	389,73	375,00		588,23	389,73	6 399,45	27,58	3,45
Parqueteros y colocadores de pisos	389,73	389,73	375,00		588,23	389,73	6 399,45	27,58	3,45
<b>ESTRUCTURA OCUPACIONAL C1</b>									
Maestro eléctrico/liniero/subestación	434,52	434,52	375,00		633,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Maestro mayor en ejecución de obras civiles	434,52	434,52	375,00		633,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
<b>ESTRUCTURA OCUPACIONAL C2</b>									
Operador de planta de hormigón	412,42	412,42	375,00		601,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Perforador	412,42	412,42	375,00		601,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Perfilero	412,42	412,42	375,00		601,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Técnico albañilería	412,42	412,42	375,00		601,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Técnico obras civiles	412,42	412,42	375,00		601,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
<b>ESTRUCTURA OCUPACIONAL D2</b>									
Plomero	389,73	389,73	375,00		588,23	389,73	6 399,45	27,58	3,45
<b>ESTRUCTURA OCUPACIONAL B3</b>									
Inspector de obra	435,27	435,27	375,00		634,62	435,27	7 103,40	30,62	3,83
Supervisor eléctrico / sanitario general	435,27	435,27	375,00		634,62	435,27	7 103,40	30,62	3,83
<b>ESTRUCTURA OCUPACIONAL B1</b>									
Ingeniero Eléctrico / Sanitario	436,39	436,39	375,00		636,28	436,39	7 120,72	30,69	3,84
Residente de Obra	436,39	436,39	375,00		636,28	436,39	7 120,72	30,69	3,84
<b>LABORATORIO</b>									
Laboratorista 2: experiencia mayor de 7 años(Estr. Oc. C1)	434,52	434,52	375,00		633,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
<b>TOPOGRAFÍA</b>									
Topógrafo 2: título exper. mayor a 5 años(Estr.Oc.C1)	434,52	434,52	375,00		633,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
<b>DIBUJANTES</b>									
Dibujante (Estr.Oc.C2)	412,42	412,42	375,00		601,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
<b>OPERADORES Y MECANICOS DE EQUIPO PESADO Y CAMINERO DE EXCAVACION, CONSTRUCCION, INDUSTRIA Y OTRAS SIMILARES</b>									
<b>ESTRUCTURA OCUPACIONAL C1 (GRUPO I)</b>									
Motoniveladora	434,52	434,52	375,00		633,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Excavadora	434,52	434,52	375,00		633,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Grúa puente de elevación	434,52	434,52	375,00		633,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Pala de castillo	434,52	434,52	375,00		633,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Grúa estacionaria	434,52	434,52	375,00		633,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Draga/Dráglina	434,52	434,52	375,00		633,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Tractor carriles o ruedas (bulldozer, topador, roturador, malacate, trailla)	434,52	434,52	375,00		633,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Tractor tiende tubos (side bone)	434,52	434,52	375,00		633,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Mototrailla	434,52	434,52	375,00		633,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Cargadora frontal (Payloader sobre ruedas u orugas)	434,52	434,52	375,00		633,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Retroexcavadora	434,52	434,52	375,00		633,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Auto-tren cama baja (trayler)	434,52	434,52	375,00		633,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Fresadora de pavimento asfáltico / Rotomil	434,52	434,52	375,00		633,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Recicladora de pavimento asfáltico / Rotomil	434,52	434,52	375,00		633,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Planta de emulsión asfáltica	434,52	434,52	375,00		633,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Máquina para sellos asfálticos	434,52	434,52	375,00		633,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Squider	434,52	434,52	375,00		633,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Operador de Camión articulado con volteo	434,52	434,52	375,00		633,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Operador de Camión mezclador para micropavimentos	434,52	434,52	375,00		633,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Operador de camión cisterna para cemento y asfalto	434,52	434,52	375,00		633,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Operador de perforadora de brazos múltiples (jumbo)	434,52	434,52	375,00		633,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Operador máquina tuneladora (topo)	434,52	434,52	375,00		633,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Operador de concretora rodante	434,52	434,52	375,00		633,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Operador de máquina extendidora de adoquín	434,52	434,52	375,00		633,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Operador de máquina zanjadora	434,52	434,52	375,00		633,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82

Nota: El listado corresponde exclusivamente a las estructuras ocupacionales que constan en la publicación de los salarios de las Comisiones Sectoriales del Ministerio del Trabajo, en los Acuerdos MDT-2016 - 0300 y 0301, de 28 de diciembre de 2016, respectivamente; que están en vigencia a partir del 1 de enero de 2017.

CATEGORIAS OCUPACIONALES	SUELDO UNIFICADO	DÉCIMO TERCER	DÉCIMO CUARTO	TRANS- PORTE	APORTE PATRONAL	FONDO RESERVA	TOTAL ANUAL	JORNAL REAL	COSTO HORARIO
<b>ESTRUCTURA OCUPACIONAL C2 (GRUPO II)</b>									
Operador responsable de la planta hormigonera	412,42	412,42	375,00		801,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Operador responsable de la planta trituradora	412,42	412,42	375,00		801,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Operador responsable de la planta asfáltica	412,42	412,42	375,00		801,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Operador de track drill	412,42	412,42	375,00		801,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Rodillo autopropulsado	412,42	412,42	375,00		801,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Distribuidor de asfalto	412,42	412,42	375,00		801,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Distribuidor de agregados	412,42	412,42	375,00		801,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Acabadora de pavimento de hormigón	412,42	412,42	375,00		801,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Acabadora de pavimento asfáltico	412,42	412,42	375,00		801,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Grada elevadora	412,42	412,42	375,00		801,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Canastilla elevadora	412,42	412,42	375,00		801,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Bomba lanzadora de concreto	412,42	412,42	375,00		801,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Tractor de ruedas (barredora, cegadora, rodillo remolcado, franjeadora)	412,42	412,42	375,00		801,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Caldero planta asfáltica	412,42	412,42	375,00		801,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Barredora autopropulsada	412,42	412,42	375,00		801,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Martillo punzón neumático	412,42	412,42	375,00		801,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Compresor	412,42	412,42	375,00		801,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Camión de carga frontal	412,42	412,42	375,00		801,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Operador canguro	412,42	412,42	375,00		801,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Operador de camión de volteo con o sin articulación / Rotomil	412,42	412,42	375,00		801,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Operador minixcavadora/minicargadora con sus aditamentos	412,42	412,42	375,00		801,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Operador termo formado	412,42	412,42	375,00		801,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Técnico en carpintería	412,42	412,42	375,00		801,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Técnico en mantenimiento de viviendas y edificios	412,42	412,42	375,00		801,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
<b>ESTRUCTURA OCUPACIONAL C3</b>									
Operador máquina estacionaria clasificadora de material	395,87	395,87	375,00		577,18	395,87	6 494,36	27,99	3,50
<b>MECÁNICOS</b>									
Mecánico de equipo pesado caminero (Estr.Oc.C1)	434,52	434,52	375,00		833,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Mecánico de equipo liviano (Estr.Oc.C3)	395,87	395,87	375,00		577,18	395,87	6 494,36	27,99	3,50
<b>SIN TITULO</b>									
Ingrassador o abastecedor responsable (Estr.Oc.D2)	389,73	389,73	375,00		568,23	389,73	6 399,45	27,58	3,45
<b>CHOFERES PROFESIONALES</b>									
CHOFER: De vehículos de emergencia (Estr.Oc.C1)	576,37	576,37	375,00		840,35	576,37	9 284,53	40,02	5,00
CHOFER: Para camiones pesados y extra pesados con o sin remolque de más de 4 toneladas (Estr.Oc.C1)	576,37	576,37	375,00		840,35	576,37	9 284,53	40,02	5,00
CHOFER: Trailer (Estr.Oc.C1)	576,37	576,37	375,00		840,35	576,37	9 284,53	40,02	5,00
CHOFER: Volquetas (Estr.Oc.C1)	576,37	576,37	375,00		840,35	576,37	9 284,53	40,02	5,00
CHOFER: Tanqueros (Estr.Oc.C1)	576,37	576,37	375,00		840,35	576,37	9 284,53	40,02	5,00
CHOFER: Plataformas (Estr.Oc.C1)	576,37	576,37	375,00		840,35	576,37	9 284,53	40,02	5,00
CHOFER: Otros camiones (Estr.Oc.C1)	576,37	576,37	375,00		840,35	576,37	9 284,53	40,02	5,00
CHOFER: Para ferrocarriles (Estr.Oc.C1)	576,37	576,37	375,00		840,35	576,37	9 284,53	40,02	5,00
CHOFER: Para auto ferros (Estr.Oc.C1)	576,37	576,37	375,00		840,35	576,37	9 284,53	40,02	5,00
CHOFER: Camiones para transportar mercancías o sustancias peligrosas y otros vehículos especiales (Estr.Oc.C1)	576,37	576,37	375,00		840,35	576,37	9 284,53	40,02	5,00
CHOFER: Para transporte Escolares-Personal y turismo, hasta 45 pasajeros (Estr.Oc.C2)	570,32	570,32	375,00		831,53	570,32	9 191,01	39,62	4,95
CHOFER: Para camiones sin acoplados (Estr.Oc.C3)	556,89	556,89	375,00		811,95	556,89	8 983,41	38,72	4,84
<b>ESTRUCTURA OCUPACIONAL C1 OPERADORES</b>									
Operador de bomba	434,52	434,52	375,00		833,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Equipo en general	434,52	434,52	375,00		833,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Equipos móviles	434,52	434,52	375,00		833,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Maquinaria	434,52	434,52	375,00		833,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Molino de amianto	434,52	434,52	375,00		833,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
Planta dosificadora	434,52	434,52	375,00		833,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
De productos terminados	434,52	434,52	375,00		833,53	434,52	7 091,81	30,57	3,82
<b>ESTRUCTURA OCUPACIONAL C2</b>									
Operador de bomba impulsadora de hormigón	412,42	412,42	375,00		801,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Equipos móviles de planta	412,42	412,42	375,00		801,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Molino de amianto	412,42	412,42	375,00		801,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Planta dosificadora de hormigón	412,42	412,42	375,00		801,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
Productos terminados	412,42	412,42	375,00		801,31	412,42	6 750,19	29,10	3,64
<b>ESTRUCTURA OCUPACIONAL D2</b>									
Preparador de mezcla de materias primas	389,73	389,73	375,00		568,23	389,73	6 399,45	27,58	3,45
Tubero	389,73	389,73	375,00		568,23	389,73	6 399,45	27,58	3,45
<b>ESTRUCTURA OCUPACIONAL E2</b>									
Resanador en general	384,72	384,72	375,00		560,92	384,72	6 322,00	27,25	3,41
Tinero de pasta de amianto	384,72	384,72	375,00		560,92	384,72	6 322,00	27,25	3,41

Nota: El listado corresponde exclusivamente a las estructuras ocupacionales que constan en la publicación de los salarios de las Comisiones Sectoriales del Ministerio del Trabajo, en los Acuerdos MDT-2016 - 0300 y 0301, de 28 de diciembre de 2016, respectivamente; que están en vigencia a partir del 1 de enero de 2017.

LISTA DE ANTIBIÓTICOS										
Nº	NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO	PRINCIPIO ACTIVO	CONCENTRACIÓN	PRESENTACIÓN COMERCIAL	EMPRESA FABRICANTE	UNIDAD POR PRESENT	PRECIO DE VENTA FABRICANTE	P.V.P POR PRESENT.	P.V.U.	% UTILIDAD
1	ALMAXOL 15 JARABE	Ambroxol Clorhidrato	Cada 100 ml de jarabe contiene: 0,30 g	Caja x 1 frasco x 120 ml	MAQUIPHARMA S.A.	1	4,69	5,62	5,62	21,40%
2	AMBROXOL 30 MG/5 ML JARABE	Ambroxol Clorhidrato	cada 100 ml contiene 0,60g	Caja x Frasco 120 ml	LABORATORIOS LA SANTE S.A.	1	3,02	3,77	3,77	24,90%
3	AMIKACINA 1 g SOLUCIÓN INYECTABLE	Amikacina sulfato	Caja - nido ampolla 5ml + jeringa descartable			1	3,35	4,18	4,18	24,90%
4	AMIKACINA 500 MG	Amikacina Sulfato	Cada ml de solución inyectable contiene: (Eq. a 250 mg a Amikacina Base) 387.1 mg	Caja x 25 Viales x 2ml + Inserto	MAQUIPHARMA S.A.	25	84,16	105	105	24,76%
5	AMIKACINA SOLUCION INYECTABLE	Amikacina sulfato 667,48 mg	Equivalente a 500 mg de Amikacina	Caja x 1 ampolla x 4 ml de solución inyectable + Inserto	GINSBERG ECUADOR S.A.	1	7	8,75	8,75	24,99%
6	AMOXICILINA "G.M."250 MG/5 ML POLVO PARA RECONSTITUIR SUSPENSIÓN ORAL	Amoxicilina Trihidrato	15,6 g (Equivalente a 15 g de amoxicilina base)	Caja x frasco x 20 g para reconstituir 60 ml de suspensión oral	LABORATORIOS G.M. SUCESORES DEL DR. JULIO GONZALEZ MOSQUERA	1	2,31	2,88	2,88	24,80%
7	AMOXICILINA + ACIDO CLAVULANICO POLVO PARA RECONSTITUIR SUSPENSION ORAL	Amoxicilina Trihidrato + Clavulanato Potásico	15,6 g (Equivalente a 15 g de amoxicilina) + 4,46 g (Equivalente a 3,74 g de ácido clavulánico)	Caja frasco x 40 g de polvo para reconstituir 120 ml de suspensión oral	LABORATORIOS G.M. SUCESORES DEL DR. JULIO GONZALEZ MOSQUERA	1	7,03	8,78	8,78	24,90%
8	AMOXICILINA NIFA ® 750 MG TABLETA	Amoxicilina Trihidrato	860,94 mg (Equivalente a amoxicilina base 750 mg)	Caja x 2 blísteres x 5 tabletas + inserto	PROPHAR S.A.	10	2,71	3,3	0,33	21,80%
9	DALACIN V 100 mg óvulos vaginales -		Clindamicina Fosfato	caja x 1 blíster x 3 óvulos vaginales + aplicador + inserto	PFIZER-ADAMS	3	9,25	11,1	3,7	20,00%
10	DAZOL Susp. 250 mg/5ml		Metronidazol Benzoato 8,04 mg		Frasco x 120ml.	1	3,13	3,76	3,76	20,00%
11	BENZATINA L-A. 1200.000 U. I.	Penicilina G. Benzatinica + Lidocaina Clorhidrato	1.200.000 U. I. + 15 mg	Caja x 10 viales x 1.06 g de polvo	LABORATORIOS G.M.	10	25,8	30,9	3,09	19,75%
12	DOXAZOXIAL 4 MG TABLETAS	Doxazocinamesylate	Caja	Caja x 3 blísters x 10 tabletas (30 tabletas)	INDEUREC S.A.	30	23,5	28,2	0,94	20,00%
13	ENALAPRIL MALEATO TABLETAS 20 MG	EnalaprilMaleato	0.02 g	Caja x 1 blíster x 20 tabletas recubiertas	LABORATORIOS G.M.	20	1,59	1,8	0,09	13,00%
14	ESMIRTAL 20	Memantina Clorhidrato	20 mg	Caja x 2 blíster x 15 comprimidos recubiertos c/u	ROEMMERS S.A.	30	85,75	102,9	3,43	20,00%

LISTA DE ANTIBIÓTICOS										
N°	NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO	PRINCIPIO ACTIVO	CONCENTRACIÓN	PRESENTACIÓN COMERCIAL	EMPRESA FABRICANTE	UNIDAD POR PRESENT	PRECIO DE VENTA FABRICANTE	P.V.P POR PRESENT.	P.V.U.	% UTILIDAD
15	EXPECTUSS 7.5 MG/ML GOTAS		Clorhidrato de Ambroxol	Caja x 1 Frasco x 30 ml de Solución + dosificador ensamblado (gotero)	INDEUREC S.A.	1	2,66	3,19	3,19	20,00%
16	FLEMISOL 100 mg granulado para solución oral	Acetilcisteína 100 mg		caja x 30 sobres x 1 g c/u	Lab. Indunidas Cia. Ltda. - Ecuador	30	11,82	13,2	0,44	11,70%
17	FLUCONAZOL NIFA R 150 MG CÁPSULAS	Fluconazol	150 mg	Caja x 1 blisteres de 10 cápsulas c/u + inserto	PROPHAR S.A.	10	14,31	17,8	1,78	24,40%
18	MOXILAN 1 G TABLETAS RECUBIERTAS	Amoxicilina Trihidrato + Clavulanato De Potasio	1015 mg(Eq. a 875 mg de Amoxicilina Anhidra)+149 mg (Eq. a 125 mg de Ácido Clavulánico)	Caja x 1 ristra x 10 tabletas recubiertas c/u	LABORATORIOS VIDA LABOVIDA S.A.	10	14,43	17,3	1,73	19,90%
19	KACINA BLISPACK	Amikacina sulfato 667,48 mg	Equivalente a 500 mg de Amikacina	Caja x 1 blister x 1 jeringa prellenada de 100 mg x 0.4 ml + Inserto	GINSBERG ECUADOR S.A.	1	3,72	4,46	4,46	19,90%
20	AMIKACINA 1 g SOLUCIÓN INYECTABLE	Amikacina sulfato		Caja - nido ampolla 5ml + jeringa descartable	GENAMERICA S.A. Ecuador	1	3,35	4,18	4,18	24,80%
21	GENTADERM CREMA	Sulfato de Gentamicina	Equivalente a 0.100 g de Gentamicina Base 0.206 g	Caja x 1 tubo 20 g	KRONOS LABORATORIOS	1	2,06	2,57	2,47	25,00%
22	GENTAMICINA 160 MG/2 ML INYECTABLE	Sulfato de Gentamicina	236,07 mg (Equivalente a 160 mg de Gentamicina base)	Caja con separador x 100 ampollas x 2 ml c/u	VIDRIO TÉCNICO DE COLOMBIA S.A.	100	76,88	96	0,96	24,87%
23	SIODEX DUO OFTÁLMICO	Fosfato Sódico de Dexametasona + Tobramicina	130 mg equivalente a 100 mg de Dexametasona + 300 mg	Caja x 1 frasco gotero plástico x 5 ml de solución oftálmica + Inserto	GINSBERG ECUADOR S.A.	1	11,68	14,01	14,01	20,00%
24	TOBRACORT 0.3% TOBRAMICINA + DESAMETASONA	Tobramicina + Dexametasona	3 mg + 1 mg	Caja x 1 frasco gotero plástico x 6 ml	PHARMAYECT LTDA.	1	5,79	6,94	6,94	20,00%
25	TOBRAL	Tobramicina 3mg Por cada ml		caja x 1 frasco gotero oftálmico x 5 ml	Framacid S.A. - Ecuador	1	10,15	12,18	12,18	20,00%
26	PENICILINA BENZATINICA 1200.000 U.I.	G.A. Benzatinabencilpenicilina	Cada frasco contiene: 1.071 g(Eq. a penicilina total 1 200.000 UI)	Caja x 5 nidos x 2 frascos x frascos viales x 1 200.000 UI de principio activo c/u + 2 ampollas x 5 ml de diluyente	LABORATORIOS LIFE	10	11,67	14,59	1,46	25,00%

LISTA DE ANTIBIÓTICOS										
N°	NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO	PRINCIPIO ACTIVO	CONCENTRACIÓN	PRESENTACIÓN COMERCIAL	EMPRESA FABRICANTE	UNIDAD POR PRESENT	PRECIO DE VENTA FABRICANTE	P.V.P POR PRESENT.	P.V.U.	% UTILIDAD
27	CEFADROXILO 250 MG / 5 ML POLVO PARA SUSPENSION ORAL	Cefadroxilo Monohidrato	Cada 5 ml de suspensión reconstituida contiene: 262,38 mg (Eq. a 250 mg de Cefadroxilo Anhidro)	Caja x 1 frasco (24 g polvo) para 60 ml de suspensión + copa dosificadora + inserto	WEXFORD LABORATORIES PVT. LTD.	1	4,27	5,33	5,33	24,93%
28	CETRALON 250 MG / 5 ML SUSPENSION ORAL	Cefadroxilomonohidrato	5,25 g (Equivalente a Cefadroxilo anhidro 5 g)	Caja frasco x 40 g polvo granular para reconstituir 100 ml de suspensión oral + vasp dosificador de 10 ml	WEXFORD LABORATORIES PVT. LTD.	1	8,74	10,48	10,48	20,00%
29	HG AMPICILIN 250 MG POLVO PARA INYECTABLE	Ampicilina sódica estéril	276 mg netos Equivalente a 250 mg de actividad de Ampicilina (3% exceso para estabilidad) DCI 1308-CAS 69-53-4 ampicilina sódica	Caja x 1 vial x 250 mg de ampicilina + ampolla de 3 ml de agua para inyección	LABORATORIOS H.G. C.A.	1	1,24	1,48	1,48	20,00%
30	BENZATINA L.A. 600.000 U.I.	Penicilina G. Benzatinica + Lidocaina Clorhidrato	600.000 U.I. + 15 mg	Caja-frasco ampolla con 0.5274 g de muestra + una ampolla de 2 ml, con agua destilada como solvente	LABORATORIOS G.M.	1	2,37	2,84	2,84	20,00%
<b>TOTAL</b>									<b>228,25</b>	<b>645,70%</b>
<b>PROMEDIO</b>									<b>7,61</b>	<b>22%</b>

**Fuente:** Secretaría Técnica del Consejo Nacional de Fijación y Revisión de Precios De Medicamentos Disponible en: [http://instituciones.msp.gob.ec/images/Documentos/fijacion\\_precios/Precios\\_20\\_Junio\\_2014.pdf](http://instituciones.msp.gob.ec/images/Documentos/fijacion_precios/Precios_20_Junio_2014.pdf)



## **DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN**

Yo, **María del Carmen Gallardo Bedón**, con C.C: # 1803662137 autor/a del trabajo de titulación: **Estudio de Viabilidad para la creación de una farmacia de autoservicio en el cantón Lago Agrio** previo a la obtención del título de **Ingeniería Comercial** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **22 de marzo de 2017**

f. \_\_\_\_\_

Nombre: **Gallardo Bedón María del Carmen**



C.C: 1803662137

## **REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN**

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Estudio de Viabilidad para la creación de una farmacia de autoservicio en el cantón Lago Agrio.		
<b>AUTOR(ES)</b>	María del Carmen Gallardo Bedón		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Lucia Magdalena Pico Versoza / Carola Luxury Mena Campoverde		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Ciencias Económicas y Administrativas		
<b>CARRERA:</b>	Administración de Empresas		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Ingeniería Comercial)		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	23 de marzo de 2017	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	115 páginas
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Probabilidad Estadística, Recursos Humanos, Presupuestos, Administración de costos, Planeación Estratégica, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Metodología de la Investigación.		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Estudio, viabilidad, habilidades, mercado, colonos, consumidor, necesidades y farmacia.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT:</b>	<p>Este proyecto, titulado "Estudio de Viabilidad para la Creación de una Farmacia de Libre Servicio en Lago Agrio", le permite recopilar información, lo que permitirá analizar la profundidad del mercado en este cantón, conocer las fortalezas y debilidades de la Farmacéutica Establecimientos, así como las tendencias que se encuentran en el mercado. Este estudio puede tomar medidas preventivas y correctivas para ajustar las necesidades de los consumidores de acuerdo a lo que el mercado requiere, donde se puede mejorar y actualizar para hacer frente a la situación.</p> <p>La realización de este estudio a través de la encuesta realizada a los pobladores del cantón Lago Agrio servirá como modelo para el sistema de monitoreo y así atender las necesidades de los pobladores. La demanda Potencial se determinó considerando los números de familias de áreas urbana del cantón Lago Agrio y las encuestas de los posibles compradores de la Farmacia Autoservicio, teniendo una frecuencia de una compra por mes por cada familia, con estos valores se tiene 214 clientes diarios considerados posibles compradores.</p> <p>El estudio financiero dio a conocer que la inversión necesaria para la creación de la farmacia de autoservicio es de \$ 109.572,83 por lo cual está dividido por un capital propio de \$ 50.000,00 (45,63%) y un crédito al Banco del Pichicha del 59.572,83 (54,37%), con una tasa de interés del 12% anual.</p> <p>Para la evaluación del proyecto se aplicaron diferentes cálculos como: TIR, VAN, Punto de Equilibrio y Relación Beneficio Costo, los resultados de los indicadores describe un proyecto positivo para la implementación de la creación de una Farmacia de Auto Servicio en el cantón Lago Agrio.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO AUTOR/ES:</b>	CON	Teléfono: 0969427948	E-mail: mery.gallardo@hotmail.com
<b>CONTACTO INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::</b>	CON LA DEL	Nombre: (Camacho, Villagómez Freddy Teléfono: 0987209949 freddy.camacho.villagomez@gmail.com	
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			