



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
FARMACIA EN LA PARROQUIA DE SAN ANDRÉS, CANTÓN
GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO PARA EL PERÍODO
2022-2026”**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA:

PRISILA BELÉN BUÑAY TENEZACA

Riobamba – Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
FARMACIA EN LA PARROQUIA DE SAN ANDRÉS, CANTÓN
GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO PARA EL PERÍODO
2022-2026”**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA: PRISILA BELÉN BUÑAY TENEZACA

DIRECTOR: Ing. HUGO SANTIAGO TRUJILLO CHÁVEZ

Riobamba – Ecuador

2022

©2022, Prisila Belén Buñay Tenezaca

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho del Autor.

Yo, Prisila Belén Buñay Tenezaca, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular, modalidad Proyectos de Investigación y Desarrollo es de mi autoría, y los resultados de los mismos son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 01 de marzo del 2022



Prisila Belén Buñay Tenezaca
0605496298

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; tipo: Proyecto de Investigación, **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA EN LA PARROQUIA DE SAN ANDRÉS, CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO PARA EL PERÍODO 2022-2026**, realizado por la señorita **PRISILA BELÉN BUÑAY TENEZACA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Carina del Rocío Cevallos Ramos PRESIDENTA DEL TRIBUNAL		2022-05-26
Ing. Hugo Santiago Trujillo Chávez DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2022-05-26
Ing. Luis Alberto Esparza Cordova MIEMBRO DEL TRIBUNAL		2022-05-26

DEDICATORIA

La finalización de este Trabajo de Integración Curricular se la dedico a mi hija Danna Zambrano por ser mi motivo y mi razón para no decaer y seguir luchando para darle un futuro mejor.

A mi madrecita por creer en mí, por estar siempre conmigo desde que empecé la carrera por no dejarme decaer cuando no tenía fuerzas para seguir, gracias madre por siempre apoyarme, por el amor incondicional que me das y por darme esos ánimos necesarios para culminar esta etapa de mi vida.

A mi padre por confiar en mí, por ser ese pilar fundamental por el cual he luchado durante todo este proceso académico, gracias por tu apoyo y tu amor incondicional este triunfo es por ti y para ti, gracias por todo lo que has hecho por mí.

Prisila

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a Dios porque sin el nada sería posible, que con su bendita gracia y amor me ha sabido llevar por el camino del bien y me ha permitido culminar con mi Trabajo de Integración Curricular, porque a pesar de todas las cosas que tuve que pasar en mi vida a sabido estar presente siempre brindándome sus bendiciones” **TODO LO PUEDO EN CRISTO QUE ME FORTALECE”**

A la Escuela Superior de Politécnica de Chimborazo, Institución que forma profesionales de calidad con buenos valores.

A mi Director Ingeniero Hugo Santiago Trujillo y Tutor de tesis Ingeniero Luis Esparza Córdoba

A todas aquellas personas que han contribuido al desarrollo de esta Investigación.

.

Prisila

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE GRAFICAS.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiv
RESUMEN.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO-REFERENCIAL.....	3
1.1. Planteamiento del problema.....	3
1.2. Formulación del problema	4
1.3. Sistematización del Problema	4
1.4. Objetivos	4
<i>1.4.1. General</i>	<i>4</i>
<i>1.4.2. Específicos</i>	<i>5</i>
1.5. Justificación	5
<i>1.5.1. Justificación teórica</i>	<i>5</i>
<i>1.5.2. Justificación metodológica</i>	<i>5</i>
<i>1.5.3. Justificación práctica</i>	<i>6</i>
1.6. Antecedentes de la Investigación	6
1.7. Marco Teórica	9
<i>1.7.1. Estudio de Factibilidad</i>	<i>9</i>
<i>1.7.2. Objetivos para determinar la factibilidad</i>	<i>9</i>
<i>1.7.3. Estructura del estudio de Factibilidad.....</i>	<i>10</i>
<i>1.7.4. Estudio de mercado</i>	<i>10</i>
<i>1.7.4.1. Definición del bien a Producir.....</i>	<i>11</i>
<i>1.7.4.2. Análisis del Consumidor</i>	<i>11</i>
<i>1.7.4.3. Análisis de la competencia.....</i>	<i>11</i>
<i>1.7.4.4. Previsión de la Demanda.....</i>	<i>12</i>

1.7.4.5.	<i>Plan de comercialización</i>	12
1.7.5.	<i>Estudio Técnico</i>	13
1.7.5.1.	<i>Estudio de materia prima</i>	13
1.7.5.2.	<i>Tamaño del Proyecto</i>	13
1.7.5.3.	<i>Localización Optima del Proyecto</i>	13
1.7.5.4.	<i>Proceso de Producción</i>	14
1.7.6.	<i>Estudio Administrativo –Legal</i>	14
1.7.6.1.	<i>Organigrama</i>	14
1.7.6.2.	<i>Direccionamiento estratégico</i>	15
1.7.7.	<i>Estudio Económico</i>	15
1.7.7.1.	<i>Inversión Total</i>	15
1.7.7.2.	<i>Financiamiento de la inversión Total</i>	15
1.2.7.3.	<i>Punto de equilibrio</i>	15
1.7.8.	<i>Estudio Financiero</i>	15
1.7.8.1.	<i>Periodo de Recuperación de la Inversión</i>	16
1.7.8.2.	<i>Estado del flujo del efectivo</i>	16
1.7.8.3.	<i>Estado de resultados</i>	16
1.7.8.4.	<i>Valor Actual Neto (VAN)</i>	16
1.7.8.5.	<i>Tasa Interna de Retorno (TIR)</i>	16
1.7.8.6.	<i>Relación costo/beneficio</i>	17
1.7.9.	<i>Origen de la Farmacia</i>	17
1.7.9.1.	<i>Tipos de Farmacias</i>	18
1.7.9.2.	<i>Tipos de Franquicias</i>	18
1.7.9.3.	<i>Perfil Profesional del Farmacéutico</i>	19
1.8.	MARCO CONCEPTUAL	20
1.8.1.	<i>Medicamentos</i>	20
1.8.2.	<i>Marcas</i>	20
1.8.3.	<i>Estrategias</i>	20
1.8.4.	<i>Marketing</i>	20
1.8.5.	<i>Producto</i>	20
1.8.6.	<i>Servicios</i>	21
1.8.7.	<i>Mercado de proyecto</i>	21
1.8.8.	<i>Clientes</i>	21
1.8.9.	<i>Competencia</i>	21
1.8.10.	<i>Mercado</i>	22

1.9.	Variables	22
<i>1.9.1.</i>	<i>Idea a Defender</i>	22
<i>1.9.2.</i>	<i>Variable Dependiente</i>	22
<i>1.9.3.</i>	<i>Variable Independiente</i>	22

CAPÍTULO II

2.	MARCO METODOLÓGICO	23
2.1.	Enfoque de la Investigación	23
<i>2.1.1.</i>	<i>Cualitativo</i>	23
<i>2.1.2.</i>	<i>Cuantitativo</i>	24
2.2.	Tipos de Investigación	24
<i>2.2.1.</i>	<i>De Campo</i>	24
<i>2.2.2.</i>	<i>Bibliográfico-Documental</i>	24
2.3.	Métodos de Investigación	25
<i>2.3.1.</i>	<i>Inductivo</i>	25
<i>2.3.2.</i>	<i>Deductivo</i>	25
<i>2.3.3.</i>	<i>Analítico</i>	25
<i>2.3.4.</i>	<i>Estadístico</i>	25
2.4.	Fuentes de Investigación	25
<i>2.4.1.</i>	<i>Primaria</i>	25
<i>2.4.2.</i>	<i>Secundaria</i>	25
2.5.	Técnicas e instrumentos de Investigación	26
<i>2.5.1.</i>	<i>Encuestas</i>	26
<i>2.5.2.</i>	<i>Entrevistas</i>	26
<i>2.5.3.</i>	<i>Instrumentos</i>	26
<i>2.5.3.1.</i>	<i>Cuestionarios</i>	26
2.7.	Análisis e interpretación de resultados	28
<i>3.1.2.</i>	<i>Resultados obtenidos de la entrevista realizada a la farmacia “Farmacia comunitaria”</i>	41
<i>3.1.3.</i>	<i>Resultados obtenidos de la entrevista realizada a la farmacia “el descuento”</i>	41
<i>3.1.4.</i>	<i>Discusión de los Resultados</i>	42

CAPÍTULO III

3.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	43
3.2.	Estudio de mercado.....	43
3.2.1.	<i>Definición del bien a producir</i>	43
3.2.2.	<i>Análisis de la demanda</i>	43
3.2.2.1.	<i>Demanda Actual.....</i>	43
3.2.2.2.	<i>Demanda Proyectada.....</i>	44
3.2.3.	<i>Análisis de la Oferta.....</i>	44
3.2.3.1.	<i>Análisis de la competencia.....</i>	45
3.2.3.2.	<i>Proyección de la Oferta</i>	45
3.2.3.3.	<i>Análisis de la demanda insatisfecha</i>	46
3.2.3.4.	<i>Participación en el Merado</i>	46
3.2.4.	<i>Estrategias de Comercialización.....</i>	46
3.2.4.1.	<i>Productos / servicio.....</i>	47
3.2.4.2.	<i>Servicios.....</i>	47
3.2.4.3.	<i>Productos.</i>	47
3.2.4.4.	<i>Plaza.....</i>	48
3.2.4.5.	<i>Precio</i>	48
3.2.4.6.	<i>Promoción y Publicidad.....</i>	50
3.2.4.7.	<i>Marca</i>	51
3.3.	Estudio Técnico	52
3.3.1.	<i>Tamaño del proyecto</i>	52
3.3.2.	<i>Localización.....</i>	52
3.3.2.1.	<i>Macro localización.....</i>	52
3.3.2.2.	<i>Micro localización de la farmacia</i>	53
3.3.3.	<i>Análisis técnico o ingeniería del proyecto</i>	54
3.3.3.1.	<i>Requerimiento de infraestructura civil</i>	54
3.3.3.2.	<i>Personal Requerido.....</i>	55
3.3.3.3.	<i>Recursos Tecnológicos.</i>	55
3.3.3.4.	<i>Proceso de los negocios y de los servicios.....</i>	55
3.4.	Estudio Legal y Organizacional.....	58
3.4.1.	<i>Aspectos Legales.....</i>	58
3.4.2.	<i>Direccionamiento Estratégico.....</i>	58
3.4.2.1.	<i>Misión.....</i>	58
3.4.2.2.	<i>Visión</i>	59
3.4.2.3.	<i>Los Valores y Principios</i>	59

3.4.2.4.	<i>Organización y requerimiento</i>	61
3.4.2.5.	<i>Manual de Funciones</i>	62
3.5.	Estudio Económico y Financiero	63
3.5.1.	<i>Inversión Inicial</i>	63
3.5.2.	<i>Estructura de la Inversión</i>	64
3.5.3.	<i>Financiamiento de la inversión</i>	65
3.5.4.	<i>Amortización de la Deuda</i>	66
3.5.5.	<i>Depreciación y Amortizaciones</i>	67
3.5.6.	<i>Rol de Pagos</i>	68
3.5.7.	<i>Presupuesto de los Gastos</i>	69
3.5.8.	<i>Costo de Ventas</i>	70
3.5.9.	<i>Estado de Resultados</i>	71
3.5.10.	<i>Estado de Flujo de Caja</i>	72
3.5.11.	<i>VAN</i>	72
3.5.12.	<i>Relación Beneficio Costo</i>	73
3.5.13.	<i>Tasa Interna de Retorno</i>	73
3.5.14.	<i>Período de Recuperación</i>	74
	CONCLUSIONES	75
	RECOMENDACIONES	76
	BIBLIOGRADÍA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2:	Enfoque de la investigación para la creación de la farmacia.....	23
Tabla 2-3:	Rango de Edad.....	28
Tabla 3-3:	Género.....	29
Tabla 4-3:	Nivel de Ingresos.....	30
Tabla 5-3:	Localidad.....	31
Tabla 6-3:	Implementación.....	32
Tabla 7-3:	Frecuencia de compra.....	33
Tabla 8-3:	Dinero para Medicina.....	34
Tabla 9-3:	Atención al cliente.....	35
Tabla 10-3:	Frecuencia de consumo.....	36
Tabla 11-3:	Preferencia de medicamentos.....	37
Tabla 12-3:	Promoción.....	38
Tabla 13-3:	Servicios Complementarios.....	39
Tabla 14-3:	Tipo de servicios.....	40
Tabla 15-3:	Demanda Actual.....	44
Tabla 16-3:	Resultados de la Demanda Proyectada.....	44
Tabla 17-3:	Estimación de oferta.....	45
Tabla 18-3:	Proyección de la Oferta.....	45
Tabla 19-3:	Análisis de la Demanda Insatisfecha.....	46
Tabla 20-3:	Participación del Mercado.....	46
Tabla 21-3:	Precio de mercado.....	48
Tabla 22-3:	Descripción del logo.....	51
Tabla 23-3:	Geografía San Andrés.....	52
Tabla 24-3:	Misión.....	58
Tabla 25-5:	Visión.....	59
Tabla 26-3:	Manual de Funciones.....	62
Tabla 27-3:	Inversión inicial.....	63
Tabla 28-3:	Inversión.....	64
Tabla 29-3:	Financiamiento del Proyecto.....	65
Tabla 30-3:	Amortización de la Deuda.....	66
Tabla 31-3:	Calculo de Depreciación y Amortización.....	67
Tabla 32-3:	Rol de Pagos.....	68
Tabla 33-3:	Presupuesto de Gastos.....	69
Tabla 34-3:	Costo de Ventas.....	70
Tabla 35-3:	Estado de Resultados.....	71
Tabla 36-3:	Flujo de caja.....	72
Tabla 37-3:	Valor Actual Neto.....	72
Tabla 38-3:	Relación Beneficio Costo.....	73
Tabla 39-3:	Tasas Interna de Retorno.....	73
Tabla 40-3:	Periodo de Recuperación.....	74

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-1:	Logo de la Farmacia.....	51
Figura 2-3:	GAD Parroquia San Andrés.....	53
Figura 3-3:	Mapa Parroquia San Andrés	53
Figura 4-3:	Diagrama de Flujo de Medicamentos	56
Figura 5-3:	Diagrama de flujo de ventas de Medicamentos	57
Figura 6-3:	Diseño del Proyecto	54
Figura 7-3:	Organigrama estructural de la Farmacia	61

ÍNDICE DE GRAFICAS

Gráfico 1-3:	Rango de Edad.....	28
Gráfico 2-3:	Género	29
Gráfico 3-3:	Nivel de Ingresos.....	30
Gráfico 4-3:	Localidad.....	31
Gráfico 5-3:	Implementación.....	32
Gráfico 6-3:	Frecuencia de Compra.....	33
Gráfico 7-3:	Dinero para Medicamentos.....	34
Gráfico 8-3:	Atención al Cliente.....	35
Gráfico 9-3:	Frecuencia de Consumo	36
Gráfico 10-3:	Referencia de Medicamentos	37
Gráfico 11-3:	Promociones	38
Gráfico 12-3:	Servicios Complementarios.....	39
Gráfico 13-3:	Tipo de Servicios.....	40
Gráfico 14-3:	Estructura de la Inversión.....	65
Gráfico 15-3:	Estructura de Financiamiento.....	66

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTAS A LOS HABITANTES

ANEXO B: ENTREVISTA A LOS DUEÑOS DE LAS FARMACIAS

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo de investigación fue realizar un estudio de Factibilidad para la creación de una farmacia en la Parroquia de San Andrés, Cantón Guano, Provincia de Chimborazo para el período 2022-2026”, Para lo cual se recopiló información, tanto primaria como secundaria, se recurrieron a los métodos, técnicas e instrumentos de investigación, los cuales permitieron interpretar y analizar la información obtenida a través de las encuestas a 365 pobladores del sector y 2 entrevistas a los administradores de farmacias de la Parroquia San Andrés, además se llevaron a cabo diferentes estudio de factibilidad como el estudio de mercado que permite conocer la demanda insatisfecha de productos farmacéuticos en la parroquia, mediante el estudio técnico se logró determinar el proceso operativo, identificando la localización, los equipos e insumos entre otros que se requieren para la instalación de una farmacia, mediante el estudio económico se demostró la factibilidad de la inversión por los beneficios que generará el proyecto en la Parroquia, el análisis financiero estableció que el proyecto es rentable puesto que el Valor Actual Neto es positivo en \$21.331,36 este valor relacionado con la Tasa Interna de Retorno del 26,93%, un periodo de recuperación de la inversión de 4,2 años y un Costo Beneficio del 1,67. Se llegó a la conclusión que es muy factible la implementación de este centro farmacéutico en la Parroquia San Andrés de manera que sus indicadores financieros mostraron valores positivos permitiendo conocer la rentabilidad y factibilidad del proyecto. Se recomienda realizar de manera constante estudios de factibilidad que permitan conocer las necesidades y preferencias del mercado meta.

Palabras clave, <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>, <FARMACIA>, <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <INDICADORES FINANCIEROS>, <SAN ANDRÉS (PARROQUIA)>.

REVISADO
11 JUL 2022
Ing. Jhonatan Parreño Liguillan, M.B.A.
(ANALISTA DE BIBLIOTECA S)



21-06-2022

1345-DBRA-UTP-2022

ABSTRACT

The objective of this research work was to conduct a feasibility study for the creation of a pharmacy in the Parish of San Andres, Guano Canton, Province of Chimborazo for the period 2022-2026". Information was collected, both primary and secondary, using research methods, techniques, and instruments, which allowed us to interpret and analyze the information obtained through surveys with 365 inhabitants of the sector and 2 interviews with pharmacy managers of San Andres Parish. In addition, several feasibility studies were carried out, such as a market study to determine the unsatisfied demand for pharmaceutical products in the parish. Through the technical study, we were able to determine the operational process, identifying the location, equipment, and supplies, among others required for the installation of a pharmacy. The economic study demonstrated the feasibility of the investment due to the benefits that the project will generate in the parish. The financial analysis established that the project is profitable since the Net Present Value is positive at \$21,331.36 this value is related to the Internal Rate of Return of 26.93%, an investment recovery period of 4.2 years, and a Benefit Cost of 1.67. It was concluded that the implementation of this pharmaceutical center in San Andres Parish is very feasible, and its financial indicators showed positive values, allowing us to know the profitability and feasibility of the project. It is recommended to conduct ongoing feasibility studies to determine the needs and preferences of the target market.

Keywords: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <PHARMACY>, <FEASIBILITY STUDY>, <FINANCIAL INDICATORS>, <SAN ANDRES (PARISH)>.



Lic. María Eugenia Rodríguez Durán
C.I.: 0603914797

21-06-2022
1345-DBRA-UTP-2022

INTRODUCCIÓN

El sector farmacéutico es uno de los pilares esenciales en el mundo, de modo que ocupa un lugar significativo en el mercado internacional y con ello llega a ser fundamental para la economía del país, a lo extenso del tiempo las grandes industrias farmacéuticas han ido seccionando cadenas de farmacias en distintos lugares del país y con ello incitan fuentes de empleo, acceder a la medicina es necesario de manera que todas las personas sufrimos de algún quebrante en nuestra salud, siendo así las farmacias proponen productos que enmienden las necesidades que tiene las personas para las distintas enfermedades.

En tiempo de pandemia las industrias farmacéuticas tomaron ventaja de la situación que se vivía y sus ventas crecieron de forma exponencial, mostrando ser beneficioso para estas industrias y centros farmacéuticos, siendo así se conservó su activación económica durante todo este tiempo de confinamiento, cabe recalcar también que a inicios de la pandemia muchas farmacias poseyeron altas demandas de medicamentos e insumos por lo cual en el país se entablaron abrir más centros farmacéuticos para obtener cubrir la demanda existente.

La Parroquia San Andrés es considerada un sector muy comercial debido a que se ejecutan actividades de agricultura y ganadería, cuenta con una gran cantidad de habitantes (13481) que demandan de centros farmacéuticos que les propongan servicios y medicamentos de calidad y que consigan solventar sus necesidades. En la Parroquia San Andrés existen 2 centros farmacéuticos las cuales son: Farmacia el descuento y Farmacia comunitaria, cabe aludir que a pesar de existir estos centros farmacéuticos en la Parroquia no alcanzan a cubrir las necesidades de los pobladores y la demanda es notoria.

Al conocer todo esto es necesario crear otro centro farmacéutico que obtenga cubrir todas estas necesidades que tiene los pobladores de la Parroquia brindando productos y servicios de calidad a precios accesibles y al alcance de la población. Es necesario efectuar un estudio de factibilidad para conocer la viabilidad y factibilidad del negocio y con ello conocer la aprobación que tendrá en la Parroquia y su rentabilidad.

El capítulo uno está desarrollado por el marco teórico y el marco referencial cuyas descripciones se basan en concepciones y definiciones derivadas de varios autores que muestran las fases de estudio, procesos, mecanismos y la metodología para lograr la rentabilidad y factibilidad de un proyecto.

El capítulo dos se accede por el marco metodológico en la que representan las técnicas, instrumentos, tipos, orientaciones, métodos y ordenamientos que se manejaron para la realización de la investigación.

Por último, se encuentra el capítulo tres que está formado por el marco propositivo en el cual se desplegó el estudio de factibilidad según las fases que perciben el estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo-Legal, el estudio Económico-Financiero. Finalmente se culmina con las conclusiones y recomendaciones apropiadas para la ejecución del proyecto.

CAPITULO I:

1. MARCO TEÓRICO-REFERENCIAL

1.1. Planteamiento del problema

Según datos del Ministerio de Salud Pública en el Ecuador existen aproximadamente 6000 centros farmacéuticos, el 90 % de las farmacias están establecidas en la zona Urbana y el 53% del total de las farmacias pertenecen a dos empresas: Grupo Farcomed y Grupo Difare (Plan V, 2019).

A lo largo del año 2020 las empresas farmacéuticas en el Ecuador crecieron del 2% al 13% por la venta de analgésicos, vitaminas C y otros productos indispensables como alcohol, gel antibacterial y mascarillas, todo esto se dio debido a la pandemia del Covid-19 que provocó y que sigue incitando en la actualidad y esto ha favorecido a las empresas dedicadas a la venta y elaboración de medicamentos y productos de higiene para no parar su producción, seguir aumentando sus ventas y su rentabilidad hasta la actualidad.

La ciudad de Riobamba cuenta con 40 centros farmacéuticos los cuales están ubicados a pocas calles de la ciudad, esto ha provocado que exista una gran competencia en el mercado y una baja rentabilidad, de esta manera los farmacéuticos optan por poner sus productos en ofertas y a descuentos para lograr conseguir clientes y mantenerse en el mercado.

En caso de los sectores más aledaños de la ciudad Riobamba, en el Cantón Guano tiene una cantidad limitada de farmacias, según el censo realizado por el INEC cuenta con una población de 16.517 habitantes, de tal manera que estos 5 centros farmacéuticos que están distribuidos por diferentes calles del Cantón no lograrían cubrir ciertas necesidades que tengan ciertos sectores, por lo cual es importante implementar estudios de factibilidad dependiendo de la cantidad de habitantes existentes en el sector.

La Parroquia San Andrés cuenta con una población de 13 481 habitantes en donde existe 2 centros farmacéuticos que no logran cubrir la demanda de la población, esto ha provocado la incomodidad de los habitantes del sector, la escasez de farmacias en la Parroquia es muy notorio de manera que al ser un sector muy grande no logra satisfacer las necesidades que tienen los clientes.

Estos centros farmacéuticos se hallan ubicados en el centro de San Andrés, de manera que han afectado a los pobladores que viven lejos ya que hacen el esfuerzo de caminar para poder llegar hasta el establecimiento y muchas veces también se les imposibilita conseguir los medicamentos y los demás artículos de higiene debido a que se encuentran en escasez, ya que ciertos productos son más consumidos por los habitantes del sector.

En los sectores aledaños a la Parroquia existen farmacias comunitarias que no logran cubrir las necesidades de los pobladores, esto se da por la falta de medicamentos y productos de primera necesidad que los habitantes de estos sectores necesitan y con ello también la falta de

asesoramiento y conocimiento de los vendedores, generalmente lo venden sin tener un claro conocimiento de su uso provocando la inseguridad del cliente y corriendo el riesgo de sufrir alguna consecuencia grave por el consumo.

La creación de una farmacia en la Parroquia busca satisfacer las necesidades e incomodidades del sector, de la misma manera se busca prestar ciertos servicios que la población necesita, como son la aplicación de sueros e inyecciones, pago de ciertos servicios y con ellos ayudarles a conseguir una facilidad de acceder a estas atenciones que presenta esta farmacia para la población, de la misma manera se busca vender productos que son más consumidos en la parroquia como las mascarillas, el gel anti bacterial, alcohol y otros productos de higiene personal entre ellos, toallas, jabones, shampoo, pasta dental, de esta forma se desea suplir estas necesidades de los habitantes de la Parroquia de San Andrés y de las comunidades.

1.2. Formulación del problema

¿De qué manera un estudio de factibilidad permitirá la creación de una farmacia en la Parroquia San Andrés y sus alrededores, en brindar productos y servicios requeridos por los habitantes?

1.3. Sistematización del Problema

¿Qué se determinará con el análisis de la base teórica y bibliográfica del estudio de factibilidad?

¿De qué forma contribuye un estudio de mercado para conocer la demanda insatisfecha de una farmacia en la Parroquia San Andrés?

¿Cómo analizar la rentabilidad y factibilidad del proyecto mediante los indicadores financieros?

1.4. Objetivos

1.4.1. General

Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una farmacia en la Parroquia San Andrés, Cantón Guano provincia de Chimborazo a través de herramientas investigativas que midan el nivel de aceptación de los habitantes de la Parroquia.

1.4.2. Específicos

- Establecer una base teórica que sustente la investigación de un estudio de factibilidad para la creación de una farmacia en la parroquia San Andrés mediante las revisiones bibliográficas.
- Levantar un estudio de mercado para determinar la demanda insatisfecha de una farmacia en la parroquia de San Andrés.
- Proponer el estudio Técnico, Legal-Administrativo, Financiero y Económico para determinar la rentabilidad y factibilidad de una farmacia.

1.5. Justificación

1.5.1. Justificación teórica

La investigación se basa teóricamente en la recopilación de información privada de los centros farmacéuticos existentes en la Parroquia San Andrés, de la misma manera se realizará investigaciones mediante conceptos de factibilidad, rentabilidad, artículos referentes a proyectos de inversión páginas webs con el propósito de realizar el marco teórico del estudio de factibilidad para la creación de una farmacia en la Parroquia San Andrés.

Se cree necesario establecer una nueva farmacia en la parroquia San Andrés debido a que se desea cubrir todas las necesidades de productos y servicios farmacéuticos que tienen la población, en especial los sectores aledaños, debido a que permitirá tener una mejor accesibilidad a la medicina y obtener una buena rentabilidad. De la misma manera se desea cuidar el bienestar y salud de los pobladores de la parroquia suministrando medicamentos e insumos de calidad.

1.5.2. Justificación metodológica

Se realizó diferentes métodos de investigación, para poder conocer si el estudio de factibilidad es eficiente para poder determinar qué tan viable y rentable puede ser el negocio, por lo que se llegó a aplicar la realización de encuestas, entrevistas y los métodos cuantitativos y cualitativos que permitan analizar para poder llegar a solucionar la problemática existente.

El presente trabajo de investigación se dio a conocer la factibilidad que tiene la creación de una farmacia en la parroquia San Andrés y como ayudará al bienestar de la misma a través del estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio administrativo, el estudio económico y el estudio financiero.

1.5.3. Justificación práctica

La justificación del presente trabajo permitió realizar el estudio de factibilidad para la creación de una nueva farmacia en la Parroquia San Andrés, misma que favorecerá a las familias del sector y a las comunidades cercanas permitiendo solventar sus necesidades y tener una directa accesibilidad a la medicina e insumos y servicios, de esta manera permitió resolver las problemáticas que tienen las personas por falta de centros farmacéuticos y la alta demanda existente en el sector.

Además, se permitió conocer que tan factible es crear esta nueva farmacia en la Parroquia y con ello conocer su rentabilidad, también permitirá fomentar fuentes de empleo a las personas de la Parroquia.

1.6. Antecedentes de la Investigación

El trabajo de investigación presentará un estudio de factibilidad para la creación de una farmacia, de manera que hemos investigado sobre la temática mediante fuentes bibliográficas, páginas webs, libros, revistas e informes, de esta manera se dictará los siguientes estudios como antecedentes de la investigación según los siguientes autores.

Documento 1

Título: “Estudio de Factibilidad para la creación de la empresa Municipal de Residuos Sólidos del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Morona”.

Autor: Fernando Mauricio Márquez Cárdenas.

Año de Publicación: 2017

Editorial: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Resumen:

El estudio de factibilidad para la creación de la empresa municipal de residuos sólidos del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Morona, con el fin de mejorar el tratamiento de residuos sólidos y recolección de basura. Se realizó encuestas para verificar el grado de aceptación de la colectividad y entrevistas a los dirigentes para conocer el procedimiento actual. Se determinó que servicio de recolección no cumplen con las normativas establecidas por los órganos de control, por esta razón se realizó un estudio de factibilidad para la creación del proyecto mediante el estudio económico – financiero, obteniendo un VAN de -1,135,085.02, y el TIR de 175.37%.

Considerando que es un proyecto social en el cual la inversión es elevada y el tiempo de recuperación requerirá un período mayor, si la tasa para el cálculo es del 10%. Se evaluaron los costos de inversión y se desarrolló un estudio del impacto ambiental que pudiera generar la creación de la empresa para el tratamiento de desechos sólidos. A pesar de los valores negativos en los primeros años de ejecución, la empresa municipal de residuos sólidos no busca niveles de rentabilidad más bien su enfoque es de responsabilidad social. Se recomienda tomar en consideración el presente trabajo, además realizar continuamente el control sobre sus actividades para el tratamiento de residuos sólidos y recolección de basura (Márquez Cárdenas, 2017).

Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/12575>

Documento 2

Título: Factibilidad de Proyectos de Inversión mediante Aplicación Informática Integradora de bajo costo.

Autor: Zabala Cuadrado, Rosa Mercedes y Mantilla Jácome, Mersi Piedad

Año de Publicación: 2017

Editorial: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Resumen:

Las instituciones que elaboran proyectos tienen la necesidad de usar varias herramientas informáticas para elaborar proyectos de inversión, como lo evidencia la muestra de 8 instituciones encuestadas en la ciudad de Riobamba. Esta situación deriva serios inconvenientes; por ejemplo, duplicación de esfuerzos en pre-inversión, y bajo nivel de confiabilidad en la toma de decisiones al tener la información dispersa y desarticulada. Se desarrolla el sistema informático Project Assessor que permite el manejo integrado de la información en todas las fases (estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo legal, estudio económico financiero y evaluación final), además de la gestión de proyectos, lo que permite confiabilidad en la toma de decisiones de inversión. En su diseño se utiliza la base de datos SQL Server, bajo el modelo en cascada y el lenguaje de programación Visual Basic. Esta aplicación informática sirve de base para aquellos profesionales que se especializan en la elaboración y diseño de proyectos (Zabala Cuadrado, Mantilla Jácome, 2017).

Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/9773>

Documento 3

Título: Proyecto de Factibilidad para la Creación de una sucursal de la Empresa SYSTEMarket en el Cantón Chillanes, Provincia Bolívar.

Autor: Yomayra Aracely Salazar Lucio

Año de Publicidad: 2017

Editorial: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Resumen:

Proyecto de factibilidad para la creación de una sucursal de la empresa SYSTEMarket en el Cantón Chillanes, con el objetivo de conocer la viabilidad de realizar dicho proyecto. Se realizó un estudio de mercado mediante la aplicación de encuestas realizadas a los clientes potenciales que permitió conocer la demanda insatisfecha actual en el cantón. Para el desarrollo de la presente investigación se efectuó en fases: estudio técnico para determinar la localización óptima del local, estudio organizacional para realizar los aspectos legales que se deben llevar a cabo para su constitución legal, en el estudio económico financiero se estableció las inversiones necesarias, los costos y gastos que se deben realizar para poner en marcha el proyecto de la evaluación financiera. Obteniéndose un valor actual neto (VAN) de \$3.749,19 con este valor el proyecto es aceptado, una tasa interna de retorno (TIR) del 18% el mismo que genera un nivel aceptable de rentabilidad; el periodo de recuperación de la inversión (PRI) de 4 años 7 meses; una relación beneficio costo (RB/C) de \$1,12 es decir por cada dólar de inversión se obtiene 0,12 centavos de ganancia con estos resultados se concluye que el proyecto es viable y se recomienda se implementación (Carrasco Salazar, 2017).

Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/13789>

Documento 4

Título: Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa constructora de viviendas de interés público en el cantón Riobamba

Autor: Ladines Parra, Eduardo Alejandro

Año de Publicidad: 2019

Editorial: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Resumen:

El presente trabajo de investigación titulado “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa constructora de viviendas de interés público en el cantón Riobamba.” tuvo como objetivo demostrar la factibilidad y sostenibilidad del proyecto en los aspectos técnico, económico, financiero y legal. Para su ejecución, se aplicó la encuesta como principal técnica de investigación, así como se aplicaron los métodos inductivo, deductivo y analítico para alcanzar las conclusiones y recomendaciones del proyecto. Dentro del proceso metodológico se realizó inicialmente un estudio de mercado aplicado a 380 habitantes del Cantón Riobamba que no poseen vivienda propia, mediante el cual se determinó la existencia de una demanda insatisfecha, y la carencia de oferentes locales respecto al producto “viviendas de interés público”, así como también las características del producto, plaza y promoción. Como resultado del análisis financiero se determinó la necesidad de una inversión inicial de \$ 182.163,60 de los cuales el 12,82% corresponderían al capital social y el 87,18% a financiamiento bancario (crédito). Mediante la aplicación de los indicadores financieros VAN, TIR y Relación beneficio/costo se logró determinar que el proyecto es factible o viable para su ejecución. En cuanto al VAN, se obtuvo el valor de \$ 1’068.152,02 como remanente del proyecto; respecto a la TIR, el valor calculado (159%) es mayor que el costo del capital (10%); y finalmente del análisis beneficio/costo se concluyó que, por cada dólar invertido, el inversionista recibiría 0.78 centavos de utilidad (Ladines Parra, 2019).

Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/14117>

1.7. Marco Teórica

1.7.1. Estudio de Factibilidad

El estudio de factibilidad es una herramienta indispensable que permite conocer si el negocio llega a resultar favorable o desfavorable. Sirve para determinar si el negocio que se proyecta implementar será rentable. También ayuda a establecer el tipo de estrategias que le pueden ayudar para que el negocio pueda llegar a alcanzar el éxito (Cardoso, García, & García, 2019)

1.7.2. Objetivos para determinar la factibilidad

Los objetivos más importantes de un estudio de factibilidad se encuentran: (Cardenas A. , 2018)

- Determinar la viabilidad de un negocio, producto o servicio.
- Formular el modelo de negocio para cada etapa del proyecto.

- Investigar un área para conocer sus características.
- Determinar el nivel de demanda.
- Conocer las necesidades del público objetivo.
- Conocer la opinión del público objetivo sobre la idea del nuevo producto.
- Determinar las herramientas y tecnología utilizada para la ejecución del proyecto
- Prontitud en la recolección de datos.
- Señalar las características del proyecto
- Consolidar las oportunidades del estudio
- Validar la viabilidad del proyecto para iniciar el diseño de investigación.

1.7.3. Estructura del estudio de Factibilidad

El estudio de factibilidad tiene estructuras precisas y estos están enfocados en el orden: (Aguilar, 2018)

La estructura de un estudio de factibilidad es la siguiente:

1. Definición del programa completo del proyecto (especificaciones: análisis funcional, definición de las características principales y secundarias del proyecto)
2. Elaborar y justificar el presupuesto necesario para la realización del proyecto.
3. Evaluar el costo global del proyecto: Costos estimados de funcionamiento, mantenimiento, almacenamiento, etc.
4. Proporcionar todos los elementos necesarios para entender el proyecto
5. Determinar todas las posibles repercusiones en la organización, las operaciones y los recursos.
6. Identificar y evaluar los riesgos.

1.7.4. Estudio de mercado

Un estudio de mercado es un documento que contiene el resultado de la demanda que el bien o el servicio tendrá entre su mercado meta y así también su grado de rentabilidad, es aquel punto de partida lógica para la formulación y el análisis de los proyectos de inversión (Rodríguez Aranday, 2018, p.27).

Información y análisis que debe tener el estudio de mercado

- Definición del bien a producir
- Análisis del consumidor

- Análisis de la competencia
- Previsión de la demanda
- El plan de comercialización

A continuación, se presenta la estructura del estudio de mercado.

1.7.4.1. Definición del bien a Producir

Debe describir en forma externa e interna el servicio que presta o para que sirve y en cuales condiciones su uso es óptimo; además se debe señalar si aquellos bienes son de consumo final, bien intermedio o bien capital o servicio (Rodríguez Aranday, 2018, pp.27-28).

1.7.4.2. Análisis del Consumidor

Es aquella que describe la necesidad que llega a tener el consumidor y la cual lo va a satisfacer, además se debe describir los factores que inciden al consumidor a comprar un producto.

Para que se llegue a cumplir un bien o un producto satisfactoriamente, la expectativa del consumidor es preciso segmentar el mercado al que estará netamente dirigido los segmentos que se pueden dividir las necesidades del consumidor son las siguientes (Rodríguez, 2018, p.28).

- Ubicación Geográfica
- Sexo
- Edad
- Nivel de ingresos
- Productos de primera necesidad
- Fácil o rápida preparación
- Tipo de usuarios (Mayoristas, Minoristas, consumidores finales etc.)

1.7.4.3. Análisis de la competencia

Estructura de mercado. Este análisis se basa en estudiar a los competidores, es preciso la evaluación de la probabilidad e importancia de empresas que posibiliten la entrada de un futuro en los mercados (Rodríguez Aranday, 2018, p.30).

Análisis Estructural. Mediante este se debe identificar el número de los competidores con la finalidad de llegar a conocer la imperfección del mercado, su posición competitiva, la cuantía de su patrimonio, volumen de ventas y participación del mercado en las empresas (Rodríguez Aranday, 2018, p.30).

Base sobre las cuales se fundamenta la competencia. La competencia ocurre de manera simultánea a la larga de varios parámetros. Es una sociedad donde existe diferentes competencias entre ellas una competencia perfecta, lo cual el precio sería el medio principal para competir (Rodríguez Aranday, 2018, p.30).

Precio. El precio es uno de los puntos más importantes en la competencia, lo que indica la parte más sensible de los consumidores al precio y a la existencia generaliza el descuento (Rodríguez Aranday, 2018, p.30).

Calidad. La calidad también es importante en la competencia, el precio y la calidad van de la mano de manera que dan un valor al producto o servicio que se presta y a su vez la preferencia del consumidor va en ascenso (Rodríguez Aranday, 2018, pp.30-31).

Servicio. El servicio que se presta es aquella fase que constituye a la competencia (Rodríguez Aranday, 2018, p.31).

1.7.4.4. Previsión de la Demanda

Se utiliza la previsión para determinar la rentabilidad del proyecto determinado para ello son las necesidades financieras, de materia prima y la capacidad de la planta, la previsión de la demanda y los planes de proyección deben mantenerse simultáneamente. Resulta conveniente calcular las dimensiones previstas del mercado con las dimensiones mínimas de planta con la disponibilidad de materia prima. Si la de mercado no justifica una escala de producción o es superior a la oferta de materias primas, no es conveniente seguir con el estudio (Rodríguez Aranday, 2018, p.32).

1.7.4.5. Plan de comercialización

Según Rodríguez Aranday (2018, pp. 35-36) determina las estrategias de venta para el producto de la siguiente manera:

- Diseño del producto
- Fijación del precio
- Costos más utilidad bruta
- Fijación de precios de penetración.
- Captación
- Pauta de precios
- Precios controlados o subvencionados
- Precios de mercado
- Promoción de ventas

- El mensaje publicitario
- Distribución.

1.7.5. Estudio Técnico

El estudio técnico es aquel que consiste en la selección de los medios de producción, así como de la organización de la actividad productiva, e implica los requerimientos de materia prima y sus recursos.

El objetivo básico es demostrar la viabilidad y factibilidad que tenga un proyecto, buscando seleccionar la mejor alternativa para abastecer el mercado de acuerdo a los recursos, ubicación, tecnología y maquinaria (Rodríguez Aranday, 2018, p. 38).

La viabilidad técnica de un proyecto tiene fundamentos para cada uno de sus aspectos los cuales son:

- Estudio de la materia prima
- Tamaño del proyecto
- Localización del proyecto
- Proceso de producción

1.7.5.1. Estudio de materia prima

Este estudio ayuda a conocer cada una de las características, sus requerimientos, los costos, la disponibilidad, su localización y otros aspectos importantes (Rodríguez Aranday, 2018, p.38).

1.7.5.2. Tamaño del Proyecto

Según Rodríguez Aranday. (2018, p. 40). Es la capacidad instalada y se entiende como la capacidad de producir un determinado volumen en la unidad de tiempo.

Para determinar el tamaño óptimo del negocio se requiere conocer los tiempos y movimientos del proceso, el tamaño ideal resulta de todos los elementos que interviene en la producción de bienes y servicios de tal forma que todas las instalaciones de equipo y personal trabajen a la par.

1.7.5.3. Localización Óptima del Proyecto

Los factores que determinan la localización del proyecto son:

- La localización de la materia prima

- La disponibilidad de la mano de obra
- Terrenos disponibles
- Las facilidades del transporte
- La localización del mercado y su magnitud
- Las facilidades de distribución
- Disponibilidad de servicios básicos
- Condiciones de vida

La localización óptima es aquella que contribuye en mayor medida a que se llegue a lograr. La mayor tasa de rentabilidad sobre el capital se obtendrá el costo unitario mínimo (Rodríguez Aranday, 2018, pp. 46-47).

1.7.5.4. Proceso de Producción

Es aquella que permite conocer los elementos que ayuden a desarrollar de una manera lógica la descripción de los pasos y operaciones que se realizan en los procesos mínimo (Rodríguez Aranday, 2018, pp.49-50).

- El análisis de la tecnología disponible
- El equipamiento de la instalación

1.7.6. Estudio Administrativo –Legal

Este estudio es el cual se fijará la estructura organizacional que se hará ante el proyecto en las fases de ejecución y operación, para la fase de ejecución es necesario y fundamental realizar el diseño de la estructura organizativa dentro del negocio y de la misma manera se debe tener en consideración los permisos otorgados y lo trámites legales que se deben realizar para la apertura y funcionamiento del nuevo negocio (Echverría Ruíz , 2017, p.182).

1.7.6.1. Organigrama

Aquel se fija el nivel jerárquico del negocio el cual está pretendiendo para su marcha como la retribución de cargo de sus empleados y sus ocupaciones que deben desempeñar (Echverría Ruíz , 2017, p.183).

1.7.6.2. Direccionamiento estratégico

Aquí se establece la Misión, Visión, Estrategias, valores/ principios y la organización y requerimientos (Echverría Ruíz , 2017, p.183).

1.7.7. Estudio Económico

Es la determinación de los costos totales, así como la inversión inicial en la cual se va a incurrir, es aquí donde se busca fijar cuál es el monto total que se necesitara para que la ejecución del proyecto se la ejecuta sin ningún problema (Echverría Ruíz , 2017, p.184).

1.7.7.1. Inversión Total

Es aquella que implica determinar los tipos de inversiones que debe tener todo negocio que está en ejecución, el cual es la inversión en activos a largo plazo e inversión de activos a corto plazo (Echverría Ruíz , 2017, p.184).

1.7.7.2. Financiamiento de la inversión Total

Se debe determinar el financiamiento que sea más adecuado para el negocio de esta manera se deberá analizar cuál es el porcentaje es recomendable financiarse con el sistema financiero y que porcentaje del capital propio (Echverría Ruíz , 2017, p.184).

1.2.7.3. Punto de equilibrio

Es el volumen de ventas en el que los ingresos totales equivalen a los costos totales, es decir el punto en el que la utilidad debe ser cero (Echverría Ruíz , 2017, p.185).

1.7.8. Estudio Financiero

“Es el proceso que permite analizar los resultados financieros a través del que se estudia la viabilidad de un proyecto. Tomando como base los recursos económicos que tenemos disponibles y el coste total del proceso de producción y con ello estimar el rendimiento de la inversión.

Su finalidad es permitimos ver si el proyecto que nos interesa es viable en términos de rentabilidad económica” (Echverría Ruíz , 2017, p. 185).

1.7.8.1. Periodo de Recuperación de la Inversión

Es aquella que permite la recuperación de la inversión de esta manera se suman las depreciaciones y más amortizaciones del proyecto el cual se llegara a obtener los ingresos (Rodríguez Aranday, 2018, p.59).

1.7.8.2. Estado del flujo del efectivo

Es aquella donde se registra las entradas y salidas de dinero por la compra de los activos fijos y la adecuación de las instalaciones donde se ubicará el negocio (Rodríguez Aranday, 2018, p.56).

1.7.8.3. Estado de resultados

Es un reporte financiero que en base a un periodo determinado muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en dicho periodo de tiempo para analizar esta información y en base a esto, tomar decisiones de negocio (Castro, 2021, p.5).

1.7.8.4. Valor Actual Neto (VAN)

Es la diferencia que existe entre el valor del flujo de efectivo menos el valor presente de los egresos; cuando el valor presente neto es mayor o igual a cero, el proyecto se acepta caso contrario se rechaza (Rodríguez Aranday, 2018, p.61).

Es aquella que permite calcular los flujos de caja futuros los cuales son originados por la inversión del proyecto (Echverría Ruíz , 2017, p.185).

1.7.8.5. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa de rendimiento del proyecto, es el cual el valor presente neto se iguala a cero; cuando la tasa interna de rendimiento es mayor o igual a la tasa de costo de capital, el proyecto se acepta y cuando es menor el proyecto se rechaza (Rodríguez Aranday, 2018, pág. 62).

La TIR es aquella que permite conocer el retorno del dinero o la rentabilidad que se obtienen en la inversión que se llega a obtener del proyecto (Echverría Ruíz , 2017, p.185).

1.7.8.6. Relación costo/beneficio

El beneficio/costo significa que, por cada dólar de inversión, cuanto se llega a tener de retorno o rendimiento (Echverría Ruíz , 2017, p.185).

1.7.9. Origen de la Farmacia

Según Nogales. (2018, p.3) el inicio de la farmacia y la medicina sin duda fue el mismo y de la mano han seguido hasta hoy. No se sabe quién se convirtió en el primer brujo, chamán, hechicero, curandero o similar, ya que las primeras personas dedicadas a tratar los problemas de salud de sus semejantes recibían ese nombre. Sus funciones sanadoras aglutinaban especialidades diversas que iban desde la preparación de curas o la cirugía más salvaje hasta danzas variadas para ahuyentar a los malos espíritus. Con el tiempo, estas “especialidades” se fueron separando, pero en muchos casos, y durante muchos siglos, médico y farmacéutico fueron una misma cosa.

Ya en la Edad Antigua conviene destacar los esfuerzos que nuestros compañeros sanitarios de la época realizaron en el seno de civilizaciones tan importantes como la surgida en India, que desarrolló la medicina Ayurveda nueve siglos antes de nuestra era y que hoy día sigue utilizándose. Utilizaban medicamentos como la coluquintida o el cannabis, que eran elaborados y guardados exclusivamente por individuos pertenecientes a la casta de los brahmanes. El libro *Susruta samhitá* data del siglo VI a. C. y describe remedios vegetales (¡700 plantas!), animales y minerales para su uso medicinal, algo impresionante si tenemos en cuenta que la primera farmacopea occidental no aparece hasta el Renacimiento.

Con la llegada del S.XIX, los avances de la profesión farmacéutica son imparables y la historia de la Farmacia se consolida. La tecnología permite la fabricación de nuevos equipos de laboratorio (pipetas automáticas, centrifugadoras, molinos, etc.) y la preparación de nuevas formas farmacéuticas, como los comprimidos, cápsulas, inyectables y supositorios. Aparecen los primeros medicamentos industriales. No dejan de publicarse obras sobre temas de farmacia y la enseñanza se imparte en facultades de farmacia independientes.

En el S.XX queda plenamente definido el papel del farmacéutico como profesional en todos sus ámbitos de actuación, desde el sanitario al investigador, desde el docente al militar. Es el siglo en el que se desarrollan los medicamentos industriales a la par que los farmacéuticos de la industria, y aparecen nuevos conceptos en el ejercicio de la profesión, como la distribución, la sanidad ambiental, etc. Aparecen los sistemas sanitarios como la Seguridad Social, que involucra definitivamente al profesional farmacéutico como agente de salud.

1.7.9.1. Tipos de Farmacias

Farmacia de la comunidad

Esta farmacia trabaja generalmente en un almacén que provea de la comunidad el acceso a las medicinas que necesitan, así como consejo para ascender el uso seguro y de manera efectiva del remedio ofrecen (Smith, 2019, p.6).

Farmacia del hospital

Una farmacia del hospital es el lugar en donde la administración de medicamentos ocurre en un hospital, una clínica médica o una clínica de reposo. Un farmacéutico del hospital trabaja a menudo en la colaboración cercana con otros profesionales de salud para asegurar de que el régimen de la medicación para cada paciente está optimizado para lograr los mejores resultados (Smith, 2019, p.7).

Farmacia clínica

La farmacia clínica existe en varias fijaciones, incluidos hospitales, clínicas de reposo y otros centros médicos. El objetivo de la farmacia clínica es asegurar el uso óptimo de las medicinas para los mejores resultados con la disposición de la información de la droga y la supervisión para el seguro y la eficacia de la droga. Pueden predecir interacciones medicamentosas y así que prevenga muchas reacciones adversas a la medicación (Smith, 2019, p.8).

Farmacia industrial

La farmacia industrial implica la industria farmacéutica e incluye la investigación, la producción, el empaquetado, el control de calidad, el marketing y las ventas de mercancías farmacéuticas. Un farmacéutico industrial puede trabajar como representante para una compañía farmacéutica determinada al abogado para el uso de sus productos, e informar a médicos sobre sus acciones y ventajas (Smith, 2019, p.9).

1.7.9.2. Tipos de Franquicias

Franquicia comercial

El franquiciador pone a disposición del franquiciado todo lo que necesita para desarrollar su negocio (Sánchez, 2018, p.2)

Franquicia industrial

El franquiciador cede el derecho de fabricación, así el “saber hacer” y la comercialización de sus productos (Sánchez, 2019, p.3).

Franquicia de producción

El franquiciador produce lo que el franquiciado luego vende, siendo este último como un intermediario (Sánchez, 2019, pp.3-4).

Franquicia de distribución o de producto

El franquiciado distribuye la mercancía que, a su vez, el franquiciador ha adquirido (Sánchez, 2019, p.5).

Franquicia de servicios.

El franquiciador cede su “saber hacer” al franquiciado tomando en cuenta estándares de calidad (Sánchez, 2019, p.6).

Franquicia mixta

Es una combinación entre la franquicia de distribución y una franquicia de servicio (Sánchez, 2019, p.7).

1.7.9.3. Perfil Profesional del Farmacéutico

El farmacéutico constituye el primer eslabón de la cadena de asistencia sanitaria en muchas ocasiones, incluso algunas veces el único, y es el último agente de salud que ve al paciente antes de iniciar una terapia farmacológica. Es el profesional experto en el medicamento, que puede asesorar al paciente en todo lo relacionado con el mismo (incluida la automedicación), puede recomendar un tratamiento farmacológico (que no necesite prescripción médica) o derivar al médico en los casos en que exista algún motivo de alarma o interferencia con otros problemas de

salud o medicamentos y, además, puede desempeñar un papel clave en la educación al paciente en temas de salud (Molinero, Carbajal, Cantalapiedra, Eguilleor, Gutiérrez, 2018, p.20)

1.8. MARCO CONCEPTUAL

1.8.1. Medicamentos

Los medicamentos son compuestos químicos que se utilizan para curar, detener o prevenir enfermedades; para aliviar síntomas; o para ayudar a diagnosticar algunas enfermedades. Los avances en los medicamentos han hecho posible que los médicos curen muchas enfermedades y salven muchas vidas (Cantafio, 2017, p.4).

1.8.2. Marcas

La marca es un signo distintivo, cuya principal función es la de diferenciar y hacer únicos a los productos y/o servicios de una empresa frente al resto de competidores. La marca es, por así decir, lo que da identidad y significado a un producto o servicio concretos (De Toro Martin & Villanueva Galobar, 2019, p.121).

1.8.3. Estrategias

Es el marco para tomar decisiones sobre cómo jugará el juego de los negocios y como llegar a la meta (Cardenas F. , 2018, pp.26-27).

1.8.4. Marketing

Es la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer necesidades de un mercado objetivo con lucro. También identifica necesidades y deseos no realizados. Define, mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y el lucro potencial (Mesquita, 2018, p.3).

1.8.5. Producto

Cabe mencionar que el producto es la base fundamental de cualquier empresa ya que mediante este se consigue lograr objetivos de venta (Soria, 2017, p.11).

1.8.6. Servicios

Son conjuntos de actividades que se buscan para satisfacer al cliente, un servicio en si se diferencia de un bien de manera que un bien se consume y un servicio se mantiene perdurable (Soria, 2017, p.11).

1.8.7. Mercado de proyecto

Es el estudio de cada uno de los agentes que tendrán algún grado de influencias sobre las decisiones que se tomarán al definir su estrategia comercial. En un mercado de proyectos intervienen cinco submercado que deben conocerse para realizar un estudio de factibilidad (Castillo S, 2018, p.4).

- **El mercado proveedor**, este constituye mucho factor, tanto o más críticos que el mercado consumidor: Muchos proyectos tienen una dependencia extrema de la calidad, cantidad, oportunidad de la recepción y costo los materiales.
- **Mercado competidor**, este trasciende más allá de la simple competencia por la colocación del producto, muchos proyectos dependen de la competencia con otros productos.
- **El mercado distribuidor**, este refiere un menor número de variables, aunque no por ello deja de ser importante. La disponibilidad de un sistema que garantice la entrega de los productos al consumidor toma, en muchos proyectos un papel definitivo.
- **El mercado consumidor**, la complejidad del consumidor hace que se tornen imprescindibles varios estudios específicos sobre él, de esta forma podrán definirse diversos efectos sobre la composición del flujo de caja del proyecto.
- **El mercado externo**, sus características pueden ser estudiadas separadamente o inserto en los estudios anteriores, en muchas ocasiones recurrir a fuentes de abastecimientos de materias primas obliga a considerar estudios especiales que se difieren del abastecimiento en el mercado local.

1.8.8. Clientes

es aquella persona que a cambio de un pago recibe servicios de alguien que se los presta por ese concepto (Thompson , 2017,p.6)

1.8.9. Competencia

La competencia hace referencia a las situaciones que se dan dentro de un mercado en el que existe varios ofertantes y demandante de un bien o servicio

En la competencia las empresas de un mismo rubro intentan posicionarse sobre los demás competidores ofreciendo facilidades u oportunidades que los demás no tienen. Las empresas generan estrategias que le permiten destacar su producto por sobre el de la competencia (López Gómez, 2017, p.316).

1.8.10. Mercado

Es un proceso que opera cuando hay personas que actúan como compradores y otras como vendedores de bienes y servicios, generando acciones de intercambio entre ambas (Pidello, Pozzo, 2017, p.42).

1.9. Variables

1.9.1. Idea a Defender

El estudio técnico, Administrativo-Legal, Financiero y Económico determinar la viabilidad y factibilidad para la creación de una farmacia en la Parroquia San Andrés.

1.9.2. Variable Dependiente

Estudio de Factibilidad

1.9.3. Variable Independiente

Creación de la Farmacia

CAPITULO II:

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque de la Investigación

2.1.1. Cualitativo

Esta investigación tiene una orientación cualitativa debido al uso de ciertos estudios como el estudio Administrativo, financiero, económico, técnico con el propósito de conocer que tan factible es la ejecución de unan nueva farmacia en la parroquia.

Se empleó el indicador financiero el cual accedió a tener una visión general del negocio y con ello me permitió tomar decisiones que son apropiadas para la institución de la misma, de esta manera se puedo conocer la situación financiera.

Tabla 1-2: Enfoque de la investigación para la creación de la farmacia

CUALITATIVOS	Muestro la Medición, métodos de recolección
VAN, TIR	Este indicador es cuantitativo de manera que permitió conocer el rendimiento futuro que tuvo el negocio, de esta manera al implantar una farmacia permitió conocer la ganancia y la viabilidad que tiene al final de la ejecución de la misma, de esta manera se conoció que tan rentable fue el proyecto en el sector y como esto ayuda a la población a satisfacer la necesidad y cubrir la demanda insatisfecha
RENTABILIDAD	Este indicador también es cuantitativo de manera que se calcúla las ganancias o las perdidas obtenidas sobre la cantidad que se invirtió en la implementación del negocio.
SOLVENCIA	Este indicador es cuantitativo ya que permitió una gestión eficiente de los recursos y una planificación preventiva

	para detectar posibles riesgos y aplicar medidas correctoras.
CUANTITATIVO	Análisis de datos
Nivel de Satisfacción en los clientes	Este indicador es cuantitativo de manera que permitió la recolección de datos y con ello se buscó tener la satisfacción del cliente.
MIXTOS	Interpretación de los datos
INGRESOS.COSTOS Y GASTOS	Estos indicadores son mixtos ya que tienen ciertos cambios en sus activos y pasivos afectando a la utilidad en el tiempo.

Fuente: indicadores y enfoques

Elaborado por: Buñay Tenezaca, Prisila ,2021.

2.1.2. Cuantitativo

Esta investigación también es cuantitativa de manera que se usó la recopilación de encuestas el cual nos expulso datos porcentuales para conocer el grado de aprobación para la ejecución del negocio en el sector llegando a originar la rentabilidad.

2.2. Tipos de Investigación

2.2.1. De Campo

Este estudio se realizó en la parroquia de San Andrés, cantón Guano, Provincia de Chimborazo, mediante la ejecución de encuestas a una pequeña muestra de habitantes del sector, de igual manera se entrevistó a los comerciantes de fármacos del sector.

2.2.2. Bibliográfico-Documental

Atraves de estas fuentes se logró la información necesaria para poderlo aplicar y conocer el objeto de estudio, se lograron conceptos de varios autores y páginas webs las cuales se citaron estas fuentes y se obtuvo la información sobre estudio de mercado, Técnico, Administrativo, Financiero y económicos.

2.3. Métodos de Investigación

2.3.1. Inductivo

Mediante este método se buscó utilizar encuestas a la población que demandan de una farmacia y así igualmente a los dueños de las farmacias.

2.3.2. Deductivo

Este método permitió conocer la rentabilidad y viabilidad que tiene la inversión a través de los diferentes estudios que se aplicaron para conocer la factibilidad que tiene la creación de una farmacia en la Parroquia San Andrés.

2.3.3. Analítico

Se ejecutó un análisis en la cual se pone a consideración la factibilidad del negocio en la Parroquia de la manera que permitió aplicar la hipótesis de la investigación y nos muestre la rentabilidad y requerimientos que se necesitan para poder implementar una farmacia en la parroquia y con ello satisfacer la necesidad del sector.

2.3.4. Estadístico

Se estableció los datos recopilados a través de las encuestas alcanzando a lograr el porcentaje de aprobación por parte de los habitantes del sector a la implementación de una nueva farmacia en la Parroquia San Andrés.

2.4. Fuentes de Investigación

2.4.1. Primaria

Se ejecutó con la recolección de datos que se tomó en la aplicación de las encuestas a los habitantes del sector y a los dueños de las farmacias de la Parroquia.

2.4.2. Secundaria

Esto concierne a la información que se logró de páginas webs, libros, revistas, documentos pdfs. que han sido citados, el cual permitió conocer cada concepto que permitirá orientarnos al estudio de factibilidad.

2.5. Técnicas e instrumentos de Investigación

2.5.1. Encuestas

Se llegó a emplear a los habitantes del sector de la Parroquia de San Andrés, para lo cual se ejecutó un cuestionario de preguntas cerradas siendo así se pudo conocer el grado de aprobación de la creación de una farmacia en el sector.

2.5.2. Entrevistas

Se ejecutó la entrevista a los representantes de las farmacias con el fin de llegar a conocer cuáles son las desventajas y ventajas que concurren en el mercado.

2.5.3. Instrumentos

Los instrumentos que se tomaron para la realización del trabajo de titulación fueron:

2.5.3.1. Cuestionarios

El cuestionario es la realización de encuestas en las cuales están enfocadas preguntas para lograr conocer la información de los habitantes.

2.6. Población y Muestra

Según (Paca ,Cruz, 2019, p.53) la parroquia San Andrés presento una población de 13481 habitantes de las cuales se tomará una población con un rango de edad de 15-74 años dando una población de 8443 habitantes.

Se aplicará la fórmula para calcular la muestra finita de la población.

$$n = \frac{Z^2 pq * N}{E^2 (N - 1) + Z^2 * pq}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

Z = Margen de confiabilidad, 95% constante 1,96;

p = Probabilidad de que el evento ocurra 50%

q = Probabilidad de que el evento no ocurra 50%

E = Error de estimación o error muestral 1% al 3% y del 5% al 6%

N = Población o universo de estudio 8443

N-1 = Factor de corrección. 8443

$$n = \frac{1,96^2(0,50)(0,50) * (8443)}{0,05^2(8443 - 1) + 1,96^2 * (0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{8108,6572}{22,0654}$$

$$n = 367,48$$

$$n = 367$$

Se obtuvo una muestra de 367 personas las cuales serán tomadas para implementar el estudio de mercado.

2.7. Análisis e interpretación de resultados

1.- ¿En qué rango de edad se encuentra Usted?

Tabla 2-3: Rango de Edad

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15años-25años	50	13,60%
26años-35años	65	17,70%
36años-45años	56	15,30%
46años-55años	109	29,70%
56 años a mas	87	23,70%
TOTAL	367	100,00%

Fuente: Encuestas aplicados a los Habitantes de la Parroquia de San Andrés

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

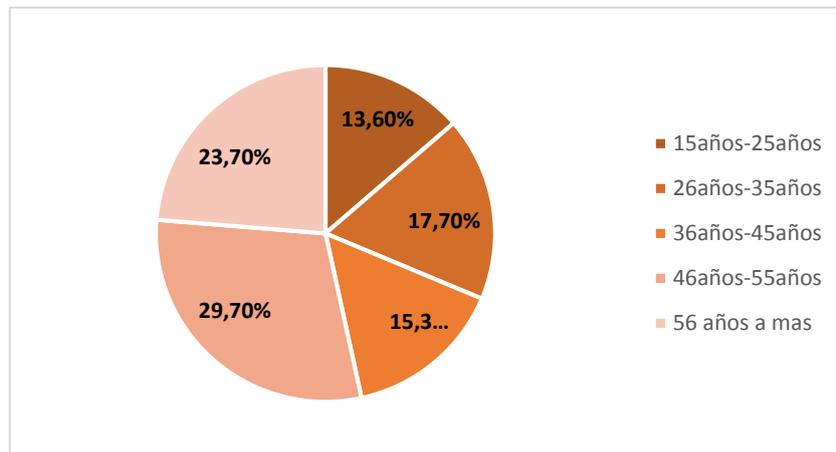


Gráfico 1-3: Rango de Edad

Realizado por: Prisila B. 2021.

Análisis: De las encuesta realizada a los habitantes de la parroquia de San Andrés respecto a la pregunta de cuál es su rango de edad se obtuvo como resultado un 29,7% de que se encuentran en una edad de 46años hasta los 55 años , un 23,7% muestra personas en un rango de 56 años a más, con un 17,7% está la personas de 26 a 35 años, un porcentaje de 15,3% muestra personas en edades de 36 a 45 años y el 13,6% son personas de 15 a 25 años de edad .

Interpretación: Es importante conocer el rango de edades de los consumidores de productos farmacéuticos de manera que se podrá conocer la demanda existente en las personas mayores de 46años hasta 55años de edad, siendo que ellos sufren de quebrantes en la salud.

2.- ¿Cuál es su género?

Tabla 3-3: Género

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	138	37,60%
Femenino	229	62,40%
TOTAL	367	100%

Fuente: Encuestas aplicados a los Habitantes de la Parroquia de San Andrés

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila.2021.

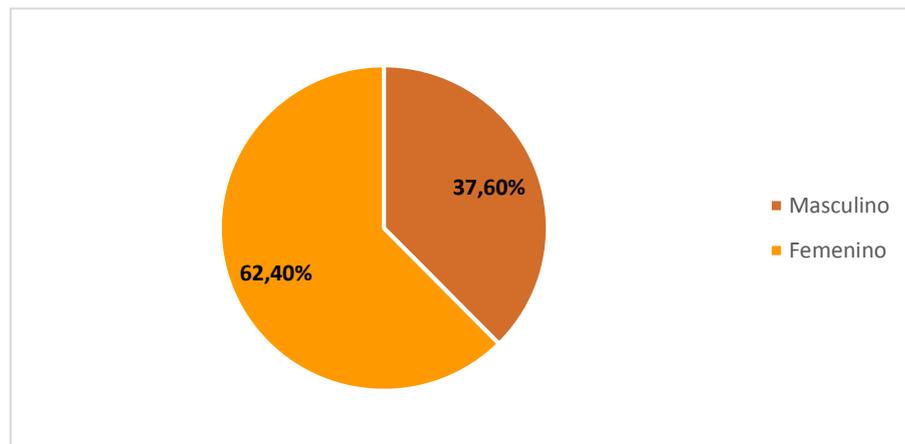


Gráfico 2-3: Genero

Realizado por: Prisila B. 2021.

Análisis: La gran mayoría de las encuestas que se realizaron a los habitantes de la parroquia muestran que los consumidores son más del género femenino el cual me muestra un porcentaje del 62,4% y un 37,6% restante corresponde al género Masculino

Interpretación: Los resultados obtenidos en la encuesta dan a conocer que las personas que comprar con más frecuencias en las farmacias son las del género femenino, esto nos indica que los productos tienen una superación de demanda en cuanto al género, lo que demuestra que la salud es importante en el sector.

3.- ¿Cuál es su nivel de Ingresos?

Tabla 4-3: Nivel de Ingresos

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
250-400	133	36,10%
402-600	188	51,10%
601-800	46	12,50%
más de 801	0	0%
TOTAL	367	100%

Fuente: Encuestas aplicados a los Habitantes de la Parroquia de San Andrés

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila ,2021.

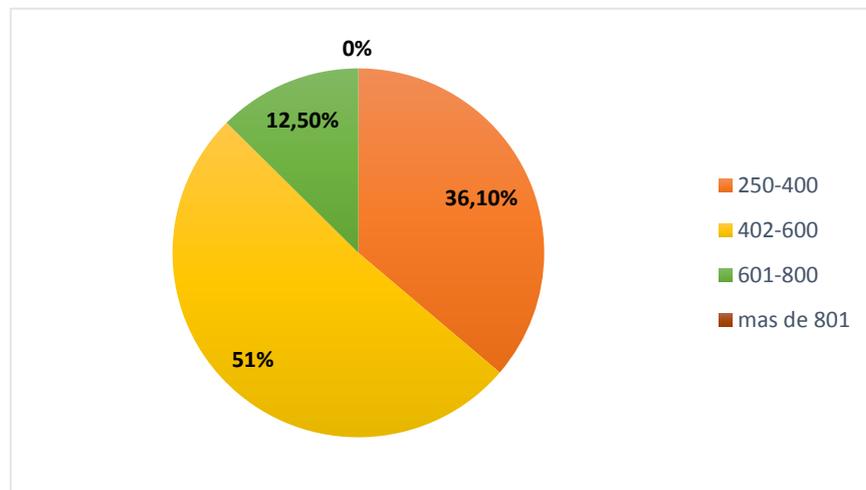


Gráfico 3-3: Nivel de Ingresos

Realizado por: Prisila B. 2021.

Análisis: El 51,1% de encuestados dan a conocer que su nivel de ingresos mensuales es de \$402 a \$600, en cambio el 36,1% muestra que sus ingresos estan entre los \$250-\$400 y un 12,5% del resto de habitantes muestra tener un ingreso entre \$601-\$800.

Interpretación: Mediante estos datos obtenidos se muestra que los ingresos mensuales de la mayoría de los habitantes del sector corresponde a un sueldo basico, lo cual permite conocer su nivel de ingresos por familia.

4.- ¿Existen farmacias dentro de su localidad?

Tabla 5-3: Localidad

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	204	55,60%
No	163	44,40%
TOTAL	367	100%

Fuente: Encuestas aplicados a los Habitantes de la Parroquia de San Andrés

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

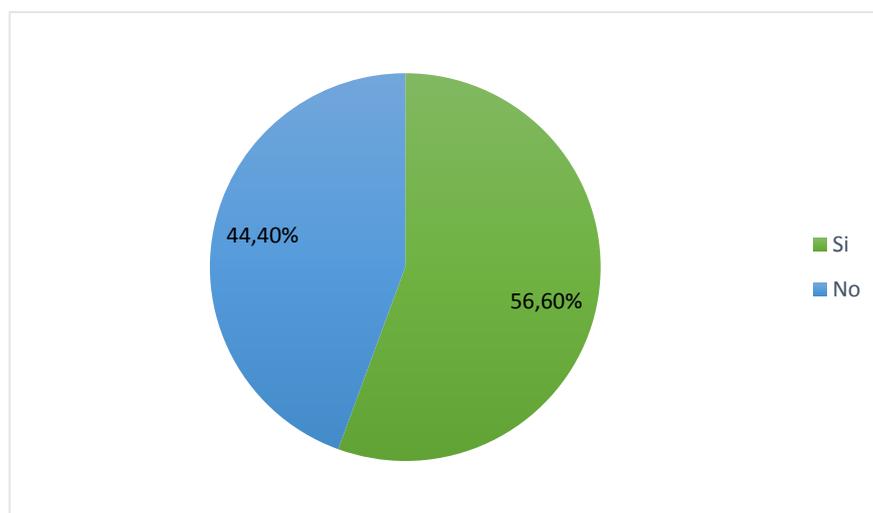


Gráfico 4-3: Localidad

Realizado por: Prisila B. 2021.

Análisis: Según la gráfica el 56,6% de habitantes dan a conocer que, si existe una farmacia por el sector donde viven, pero no todas llenan las expectativas de los clientes, esto debido al deficiente servicio y precios altos, el otro 44,4% de personas que viven alrededor de la parroquia dan a conocer que no cuentan con una farmacia

Interpretación: Esta información permitirá conocer la demanda que tiene dichos sectores de la parroquia lo cual se puede realizar la implementación de una farmacia para con ello cubrir las necesidades del consumidor y brindar productos y servicios de calidad y a precios justos.

5.- ¿Considera usted Importante la implementación de una farmacia en su localidad?

Tabla 6-3: Implementación

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	246	66,80%
No	3	1,10%
Talvez	118	32,10%
TOTAL	367	100%

Fuente: Encuestas aplicados a los Habitantes de la Parroquia de San Andrés

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

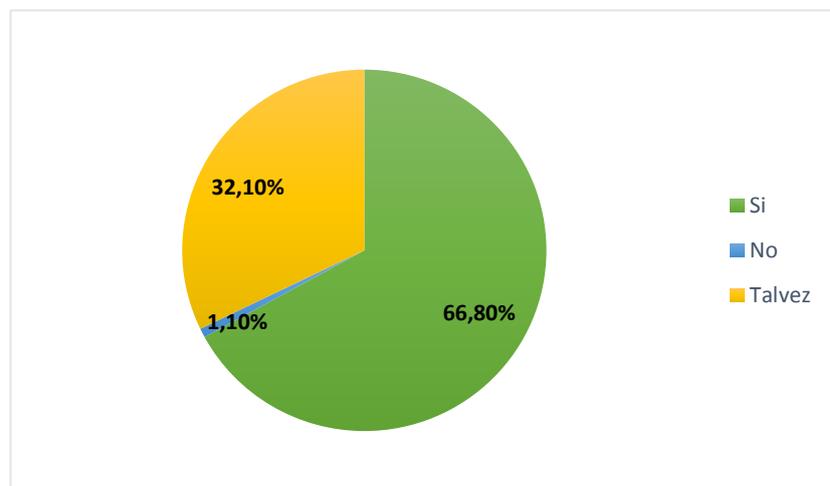


Gráfico 5-3: Implementación

Realizado por: Prisila B. 2021.

Análisis: En la figura se observa la gran aceptación que existe por parte de los habitantes de la Parroquia de San Andrés para la implementación de una nueva farmacia teniendo como resultado un 66,80% de aceptación, el 1,10% de personas que dicen que no aceptan la implementación de la farmacia y por último el 32,10% que dicen que talvez están dispuestos a aceptar.

Interpretación: Según los resultados obtenidos en el análisis se puede mostrar que una gran cantidad de habitantes muestran la aceptación de implementar una nueva farmacia y que con ello se cubra la demanda, de esta misma manera permitirá obtener una gran aceptación en el mercado.

6.- ¿Con que frecuencia usted realiza compras en una farmacia?

Tabla 7-3: Frecuencia de compra

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Frecuente	23	6,30%
Frecuente	49	13,40%
Ocasionalmente	127	34,60%
Rara vez	168	45,80%
nunca	0	0,00%
TOTAL	367	100,10%

Fuente: Encuestas aplicados a los Habitantes de la Parroquia de San Andrés

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

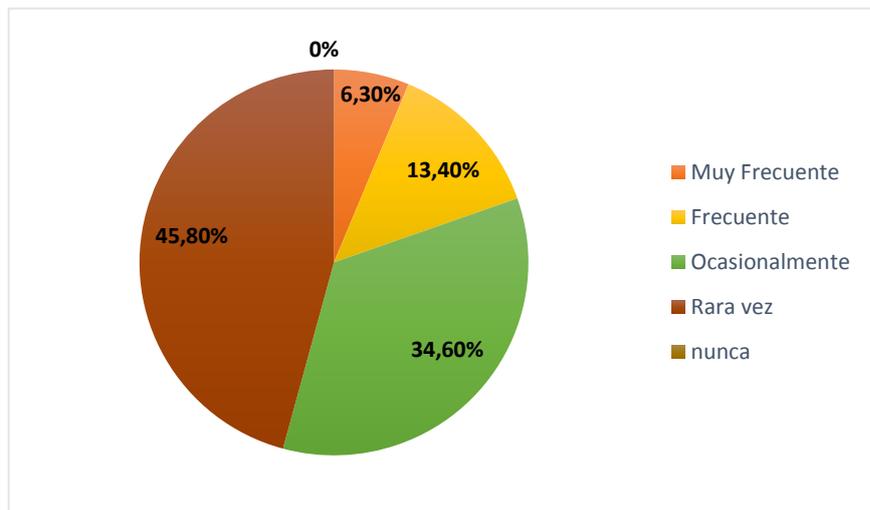


Gráfico: 6-3: Frecuencia de Compra

Realizado por: Prisila B. 2021.

Análisis: De acuerdo a la gráfica, el 45,8% de los habitantes encuestados afirmo que visitan una farmacia rara vez, el 34,6% ocasionalmente, el 13,4% frecuentemente y el 6,30% muy frecuente, lo cual indica que existe una demanda, pues mucho de los habitantes del sector visitan una farmacia para comprar medicamentos constantemente.

Interpretación: Se puede evidenciar que las familias de la parroquia visitan las farmacias rara vez y otras ocasionalmente el cual permite conocer la demanda que existe en la ciudadanía hacia la frecuencia que tiene las visitas para la compra de medicamentos.

7.- ¿Mensualmente cuánto dinero destina usted para la compra de medicamentos?

Tabla 8-3: Dinero para Medicina

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$1-15\$	109	29,60%
\$16-\$30	177	48,10%
\$31-\$45	78	21,30%
más de \$45	3	1,10%
TOTAL	367	100%

Fuente: Encuestas aplicados a los Habitantes de la Parroquia de San Andrés

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

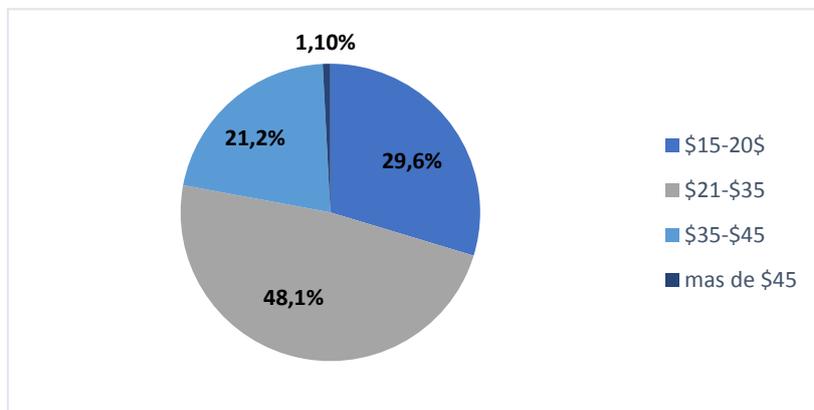


Gráfico 7-3: Dinero para Medicamentos

Realizado por: Prisila B. 2021.

Análisis: De acuerdo a la gráfica el 48,1% de los habitantes encuestados consumen entre \$21 y \$35 mensuales en medicamentos, el 29,6% entre \$15 y \$20, el 21,2% entre \$35 y \$45, y el 1,10% más de \$45 mensualmente, esto da a conocer cuánto dinero se destina para la compra de medicamentos en la parroquia

Interpretación: Los resultados obtenidos en esta encuesta realizada a los habitantes de la Parroquia de San Andrés me servirán para conocer la implementación de una nueva farmacia en la Parroquia es rentable y conocer su demanda.

8.- ¿Usted está de acuerdo que la atención en una farmacia sea de calidad?

Tabla 9-3: Atención al cliente

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	281	76,60%
De acuerdo	78	21,30%
Neutro	8	2,20%
en desacuerdo	0	0%
TOTAL	367	100%

Fuente: Encuestas aplicados a los Habitantes de la Parroquia de San Andrés

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

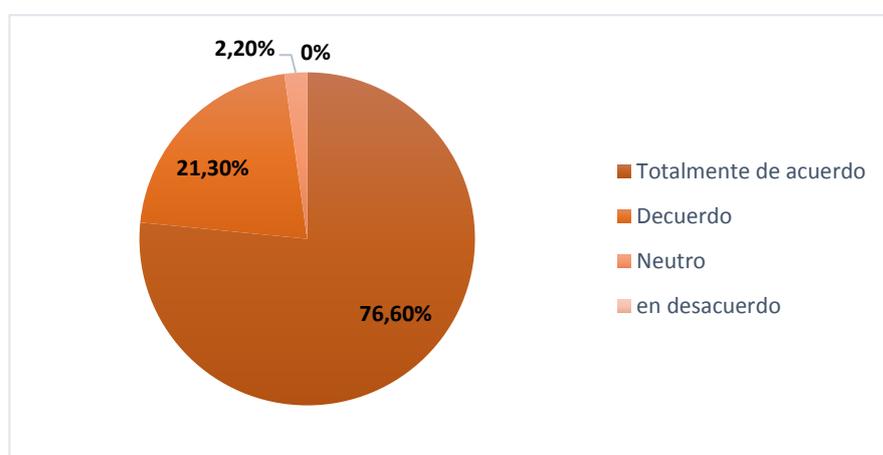


Gráfico: 8-3: Atención al Cliente

Realizado por: Prisila B. 2021.

Análisis: En la gráfica muestra que el 76,6% de los habitantes encuestados manifiestan que están totalmente de acuerdo con la atención de calidad que deben brindar las farmacias, el 21,3% está de acuerdo y el 2,20% se encuentra en neutro, lo cual indica que la atención debe ser agradable para llegar a tener clientes fijos y ser recomendable

Interpretación: Mediante estos resultados que se obtuvieron en esta encuesta se puede evidenciar que los habitantes afirman que el servicio que debe dar las farmacias debe ser totalmente de calidad.

9.- ¿Cuál de los siguientes medicamentos se consume con mayor frecuencia en su hogar?

Tabla 10-3: Frecuencia de consumo

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Analgésicos	161	44,00%
Antigripales	85	23,10%
Antibióticos	39	10,60%
Vitaminas	51	13,90%
Expectorales	0	0,00%
Antihipertensivo	31	8,40%
TOTAL	367	100%

Fuente: Encuestas aplicados a los Habitantes de la Parroquia de San Andrés

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

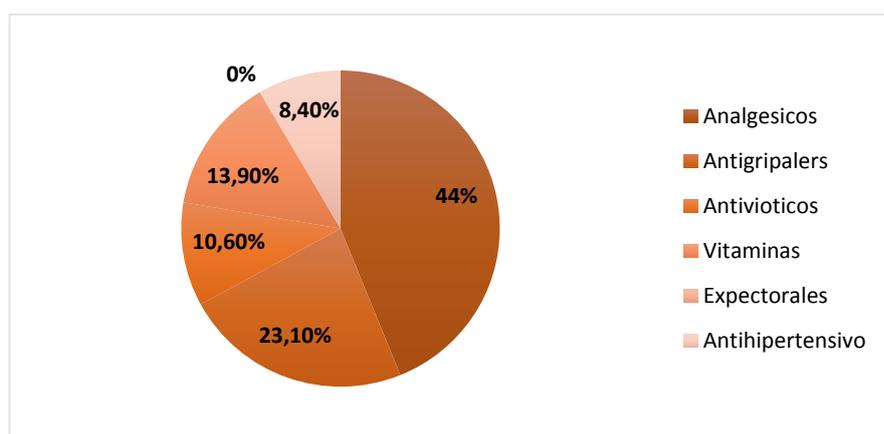


Gráfico 9-3: Frecuencia de Consumo

Realizado por: Prisila B. 2021.

Análisis: En la gráfica muestra que el 44% de los habitantes consumen más los analgésicos, el 23,1% los antigripales, el 13,9% consume vitaminas, el 10,6% antibióticos y el 8,4% antihipertensivo, lo cual muestra que existe una mayor demanda por lo analgésicos, antigripales y vitaminas las cuales se deberían expender más este tipo de productos para lograr satisfacer la demanda del sector.

Interpretación: En base a los resultados que se obtuvieron en la pregunta 9 se puede apreciar que los medicamentos que mayor frecuencia consumen los clientes de las farmacias son los analgésicos, conociendo que las farmacias demandan más este tipo de medicamentos y se puede tomar como referencia estos datos para tener claro que productos son los que se demandan más.

10.- ¿Qué tipo de medicamentos prefiere?

Tabla 11-3: Preferencia de medicamentos

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Genéricos	265	72,30%
Comerciales	102	27,70%
TOTAL	367	100%

Fuente: Encuestas aplicados a los Habitantes de la Parroquia de San Andrés

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

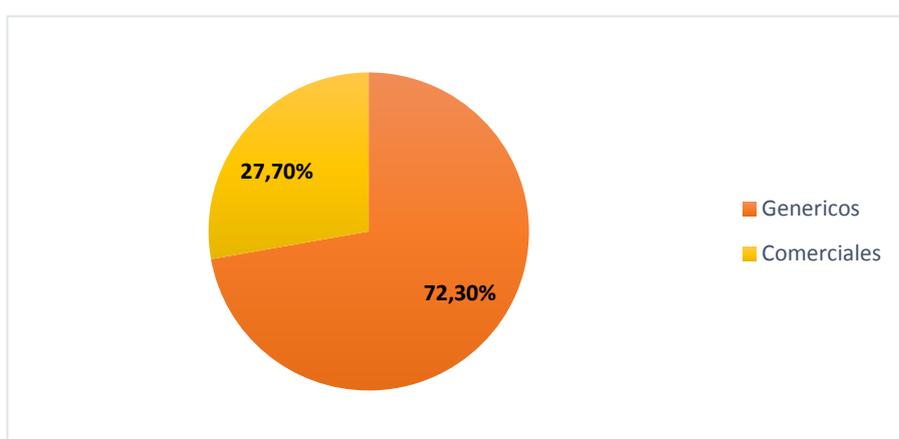


Gráfico 10-3: Referencia de Medicamentos

Realizado por: Prisila B. 2021.

Análisis: En la gráfica muestra que el 72,3% de los habitantes afirmaron que se consume más los medicamentos genéricos y el 27,7% consume medicamentos comerciales. Esto muestra que el medicamento más solicitado por los clientes son los genéricos.

Interpretación: Los habitantes de la parroquia muestran su mayor interés por los productos genéricos de manera que se da a conocer la aceptación del producto y la demanda que se tiene al preferir cierto tipo de medicamentos, esto permitirá tener en cuenta las preferencias de las personas incluidas el precio.

11.- ¿Le gustaría que la farmacia ofrezca promociones por temporada?

Tabla 12-3: Promoción

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	356	97,00%
No	3	2,20%
Talvez	8	0,80%
TOTAL	367	100%

Fuente: Encuestas aplicados a los Habitantes de la Parroquia de San Andrés

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila. 2021.

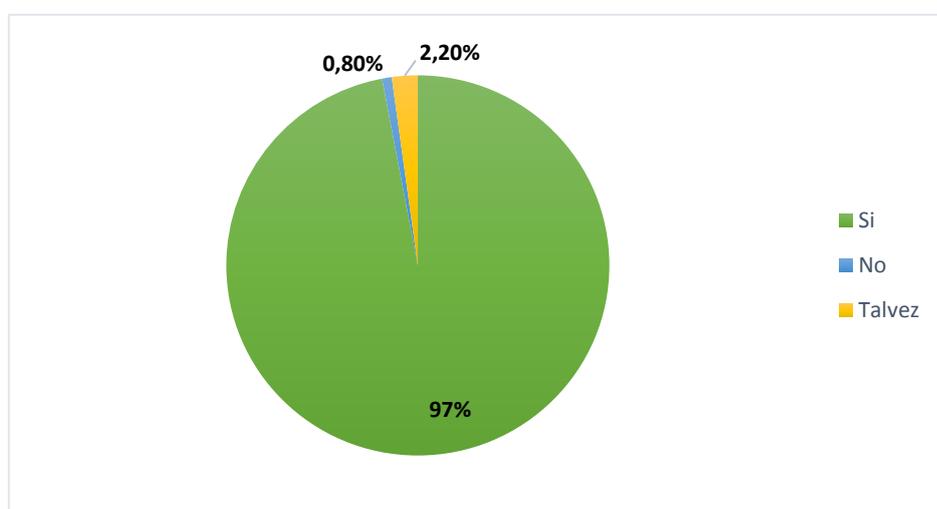


Gráfico: 11-3: Promociones

Realizado por: Prisila B. 2021.

Análisis: En la gráfica, indica que el 97% de los habitantes encuestados dan a conocer que, si desean tener promociones por temporadas, el 2,20% dicen que no y el 0,80% dan a conocer que talvez les gustaría tener estas promociones, lo cual demuestra que la gran mayoría de clientes buscan una farmacia que brinde promociones por temporadas al momento de adquirir medicamentos.

Interpretación: Según los resultados obtenidos se puede evidenciar que existe una alta demanda de promociones por temporadas que puede tener la farmacia, esto ayudará a aumentar sus ventas en dicha temporada y abarcar clientes lo cual su propósito es mantenerse en el mercado satisfaciendo las necesidades de los posibles consumidores, optando por promocionar y ofertar sus productos dando descuentos en ciertos medicamentos.

12.- ¿Le gustaría que la farmacia brinde servicios complementarios?

Tabla 13-3: Servicios Complementarios

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	205	56,00%
No	2	0,50%
Talvez	160	43,50%
TOTAL	367	100%

Fuente: Encuestas aplicados a los Habitantes de la Parroquia de San Andrés

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisiila,2021.

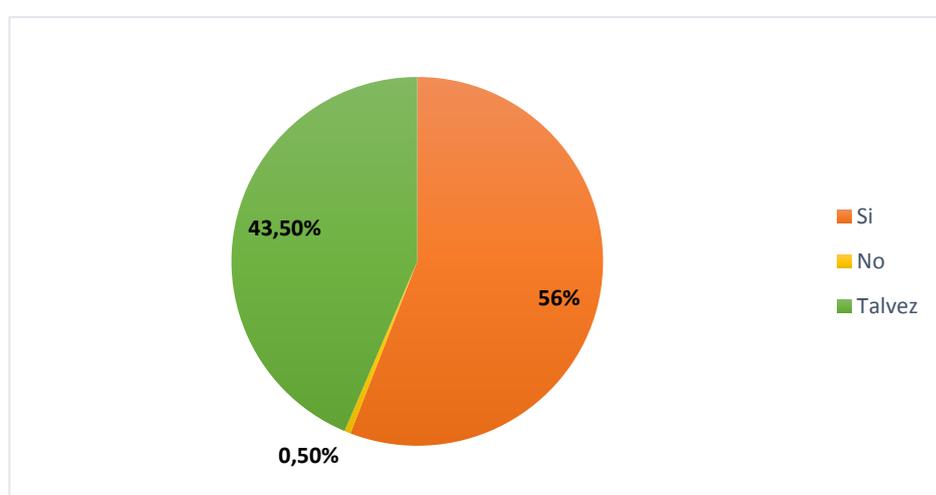


Gráfico 12-3: Servicios Complementarios

Realizado por: Prisiila B. 2021.

Análisis: Según la gráfica muestra que el 56% de los habitantes encuestados desean obtener otro tipo de servicios, el 0,50% dicen que no y el 43,50% muestra que talvez, esto da a conocer que existe una aceptación para que la farmacia pueda aplicar otro tipo de servicios complementarios para satisfacer las necesidades de los clientes.

Interpretación: Los resultados anteriores nos permiten evidenciar que los clientes demandan en un porcentaje significativo la implementación de servicios complementarios que puede prestar una farmacia de esta manera permite conocer la demanda existente que hay por la falta de complementos adicionales que las otras farmacias no tienen.

13.- ¿Qué tipo de servicios le gustaría que implante a farmacia?

Tabla 14-3: Tipo de servicios

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
recargas	64	17,40%
aplicación de sueros e inyecciones	150	40,80%
Pago de Servicios	150	40,80%
Otros	3	1,10%
TOTAL	367	100%

Fuente: Encuestas aplicados a los Habitantes de la Parroquia de San Andrés

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

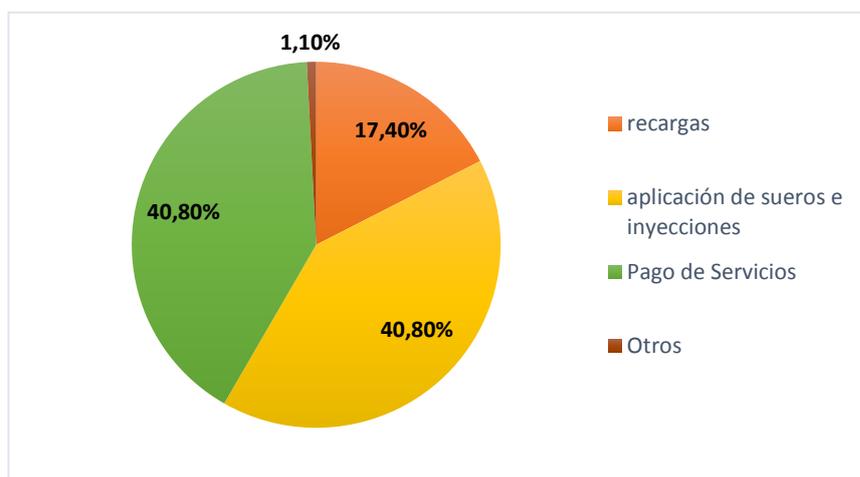


Gráfico 13-3: Tipo de Servicios

Realizado por: Prisila B. 2021.

Análisis: Según la gráfica muestra que el 40,8% de los habitantes encuestados manifestaron que a más de los medicamentos adquiridos desean recibir servicios adicionales como aplicación de sueros e inyecciones y pagos de servicios, el 17,4% recargas y el 1,10% otras, esto indica la necesidad de la demanda en contar con este tipo de servicios necesarios para los clientes.

Interpretación: Los ciudadanos de la parroquia San Andrés desean que se implemente en la farmacia el servicio de aplicación de sueros e inyección y de la misma manera de pagos de sus servicios el cual les facilitará a ellos evitar trasladarse a las empresas a realizar los pagos correspondientes y hacer largas filas, esto ayudará a calcular la oferta y demanda existente de los clientes.

3.1.2. Resultados obtenidos de la entrevista realizada a la farmacia “Farmacia comunitaria”

1.- ¿Porque usted decidió invertir en este negocio y cuál es su tiempo de funcionamiento?

Se decidió invertir en este negocio de manera que la pandemia provocó muchas afectaciones en la salud y la venta de productos farmacéuticos fueron altos y se tomó la oportunidad de poner una farmacia y ver cómo van sus ventas, el funcionamiento del negocio está desde abril del 2021.

2.- ¿Cuál es el rango de edad aproximadamente que tiene sus clientes?

hay clientes desde 14 años hasta 80 que llegan a comprar, el rango de edad no está especificado.

3.- ¿Usted vende con más frecuencia los medicamentos genéricos o comerciales?

Se vende de los dos tipos, pero los clientes prefieren consumir más los medicamentos genéricos por el costo.

4.- ¿Considera usted que su negocio es rentable?

Para un negocio que está empezando si es rentable porque no se tiene mucha competencia.

5.- cual es el promedio diario de atención?

Frecuentemente se llega atender entre 35-40 personas

6.- ¿Cuántas personas laboran en su negocio?

Como es nuevo la farmacia por lo pronto solo cuenta con 1 trabajador

Interpretación: Estos resultados servirán para conocer el funcionamiento de la competencia, de esta manera se recabe información necesaria para poder implementar una nueva farmacia en la Parroquia, poder cubrir las necesidades que tiene los habitantes y sobre todo obtener la rentabilidad deseada, conocer qué tipo de productos la gente consume con mayor frecuencia y cubrir esa demanda.

3.1.3. Resultados obtenidos de la entrevista realizada a la farmacia “el descuento”

1.- ¿Porque usted decidió invertir en este negocio y cuál es su tiempo de funcionamiento?

Se vio en la necesidad de invertir porque no existía competencia y la demanda fue muy grande por las necesidades que tenían las personas de la parroquia el tiempo del negocio tiene 3 años

2.- ¿Cuál es el rango de edad aproximadamente que tiene sus clientes?

Las personas que llegan a comprar son jóvenes, pero más se tiene personas adultas de 80 años aproximadamente.

3.- ¿Usted vende con más frecuencia los medicamentos genéricos o comerciales?

Se vende tanto genéricos como comerciales, pero hay personas que no les gusta los comerciales sino los genéricos entonces se debe tener de ambos por las preferencias de los clientes

4.- ¿Considera usted que su negocio es rentable?

Es rentable de manera que se tiene clientes que son conocidos, no paga arriendo es un negocio que está ubicada en su domicilio y lo que gana le abastece para el pago de los servicios básicos y para cubrir sus necesidades.

5.- cual es el promedio diario de atención?

Frecuentemente se llega atender entre 20-45 personas

6.- ¿Cuántas personas laboran en su negocio?

No cuenta con trabajadores al ser una farmacia pequeña y puede hacerlo sola.

Interpretación: Para poder implementar un nuevo negocio se debe conocer a la competencia, saber qué tipo de productos comercializa más, y conocer por medio de sus respuestas si implementar una farmacia es rentable y que tan factible puede llegar hacer, si esto me permitirá cubrir mis deudas y realizar los diferentes gastos correspondientes y sobre todo con esto permitir satisfacer las necesidades de la población.

3.1.4. Discusión de los Resultados

Para la presente investigación se tiene como punto importante la necesidad de crear una nueva farmacia en la Parroquia el cual al ejecutar las encuestas proyectan un cantidad grande de aprobación por parte de la población para implementar este nuevo negocio, de la misma manera con ello ayuda a mejorar la demanda de productos farmacéuticos, una gran parte de la población desea que la farmacia brinde servicios complementarios como pago de servicios, colocación de sueros e inyecciones y se de descuentos por temporadas y premie a sus mejores clientes, las encuestas logran conocer que es lo que necesita los habitantes de la Parroquia y cuáles son sus gustos y preferencias en los tipos de medicamentos, esto ayuda a conocer que productos consumen con más frecuencia y cuáles se deben llegar a tener en la farmacia y sean indispensables para cubrir esta demanda, todo esto tiene un fin y es cumplir con todos los objetivos planteados de la investigación.

Una vez realizada las entrevistas a los dueños de los centros farmacéuticos de la Parroquia San Andrés se puede comprobar que no cubren las necesidades que requieren las personas y esto ayuda a comprobar la idea a defender el cual es determinar la viabilidad y factibilidad para la creación de una farmacia en la Parroquia San Andrés.

Con esta información que se recopiló de los habitantes del sector y las entrevistas que se realizó a los dueños de los centros farmacéuticos da a conocer la importancia que tiene crear una nueva farmacia para lograr cubrir la demanda existente y con ello satisfacer las necesidades que tiene la población, de esta manera se busca obtener una rentabilidad con el planteamiento de este proyecto de investigación.

CAPÍTULO III:

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

3.2. Estudio de mercado

Este estudio es uno de los más importantes de manera que permite prestar la debida atención al consumidor, las necesidades que tienen y con ellos la cantidad de producto que este demandará, analizando a los proveedores y competidores.

3.2.1. Definición del bien a producir

Los productos que se prestarán en la farmacia son la venta de medicamentos y con ellos los más consumidos por los habitantes del sector esto se conoce de manera que al realizar el estudio mostro resultados favorables a los analgésicos, antigripales, vitaminas y los antibióticos siendo así se conoce que existen más preferencia por este grupo de medicamentos debido a que por el tema del covid-19 las personas prefieren cuidar su salud.

Se prestarán también servicios complementarios como los pagos de los servicios básicos, recargas, aplicación de sueros e inyecciones, esto permitirá que la farmacia no solo venda medicamentos sino también brinde estos servicios que favorecerán al sector.

Se realizará descuentos por temporadas lo cual permite tomar más acogida de clientes al poder ellos comprar sus medicamentos y tener un descuento adicional por su compra, adicional se premiará a sus clientes fieles.

3.2.2. Análisis de la demanda

3.2.2.1. Demanda Actual

Para conocer la demanda se tomó el total de los habitantes de la Parroquia San Andrés, este valor se multiplico por el porcentaje que se obtuvo de las encuestas en la cual daba a conocer el consumo de medicamentos y de servicios, luego se volvió a multiplicar ese valor por el porcentaje de aceptación que es del 66,80%

Cálculo de la demanda actual

Tabla 15-3: Demanda Actual

DEMANDA ACTUAL	
universo	13481
% de consumo de medicamentos y servicios	92,8%
subtotal	12510,37
% de aceptación	66,80%
subtotal	8357

Fuente: Estudio de campo realizado al sector de San Andrés.

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

3.2.2.2. Demanda Proyectada

Para calcular de demanda proyectada se consideran los datos obtenidos de la Parroquia San Andrés siendo 13481 habitantes, considerando que la tasa de crecimiento poblacional en la parroquia asciende a 2,5% según el INEC.

$$P_n = P_0(1 + i)^n$$

Donde:

P_n = Población en el año n

P_0 = Población base

i = Tasa de crecimiento (2,5%)

n = año proyectar

Tabla 16-3: Resultados de la Demanda Proyectada

DEMANDA PROYECTADA DE MEDICAMENTOS Y SERVICIOS	
AÑO	PROYECCIÓN
2022	8357
2023	8780
2024	8999
2025	9224
2026	9455

Fuente: Estudio de campo realizado al sector de San Andrés.

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

3.2.3. Análisis de la Oferta

Es importante dar a conocer que la oferta en este proyecto es mínima debió a que no existe una cantidad grande de establecimientos farmacéuticos.

3.2.3.1. Análisis de la competencia

Toda la información que se desea obtener permite conocer la cantidad de oferta que existe para la venta de medicamentos en la Parroquia San Andrés, con esta información se pretende conocer los productos, precios, estrategias promocionales para así determinar las oportunidades que se tiene para diferenciarse del mercado ya existente y obtener los beneficios correspondientes.

Con el fin de determinar la oferta presente en el mercado se detalla los centros farmacéuticos que se dedican a la venta de medicamentos en la Parroquia San Andrés. La información que se obtuvo fue mediante el estudio de campo realizado en la zona, en base a esto se puede determinar que existe actualmente una oferta de medicamentos de los dos centros farmacéuticos.

3.2.3.2. Proyección de la Oferta

Se estima que la oferta de visita de las personas a la farmacia crecerá a la misma tasa de crecimiento poblacional del 2,5%, de la misma manera se considera un índice de visitas diarias, semanales, y anuales que nos permite proyectar el crecimiento de esta actividad de la siguiente forma:

Tabla 17-3: Estimación de oferta

N.	VISITAS A LAS FARMACIAS			
	Establecimientos	Diario	Semanal	Anual
2		45	360	4320

Fuente: Estudio de campo realizado al sector de San Andrés.

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

Tabla 18-3: Proyección de la Oferta

Años	Proyección de la Oferta	
2022	$4320 * (1 + 2,5\%)^1$	4428
2023	$4320 * (1 + 2,5\%)^2$	4539
2024	$4320 * (1 + 2,5\%)^3$	4652
2025	$4320 * (1 + 2,5\%)^4$	4768
2026	$4320 * (1 + 2,5\%)^5$	4888

Fuente: Estudio de campo realizado al sector de San Andrés.

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

3.2.3.3. Análisis de la demanda insatisfecha

La Demanda Insatisfecha se obtiene de la diferencia entre la Demanda Proyectada y la Oferta proyectada para los 5 años en la cual se muestra el crecimiento de 3929 a 4567 personas que se valorará el proyecto, con los siguientes resultados:

Tabla 19-3: Análisis de la Demanda Insatisfecha

Años	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2022	8357	4428	3929
2023	8780	4539	4241
2024	8999	4652	4347
2025	9224	4768	4456
2026	9455	4888	4567

Fuente: Estudio de campo realizado al sector de San Andrés.

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

3.2.3.4. Participación en el Mercado

La participación en el mercado significa la estrategia de ingresos en el mercado, por lo tanto, se estima captar en el primer año el 35% de la demanda insatisfecha, hasta llegar al quinto año a captar el 60% del mercado.

Tabla 20-3: Participación del Mercado

Años	Demanda Insatisfecha	Participación en el Mercado	
2022	3929	0,35	1375
2023	4241	0,40	1697
2024	4347	0,45	1956
2025	4456	0,50	2228
2026	4567	0,60	2740

Fuente: Estudio de campo realizado al sector de San Andrés.

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

3.2.4. Estrategias de Comercialización

3.2.4.1. Productos / servicio

Es importante conocer cada uno de los grupos de medicamentos que se ofrecen con el fin de suplir necesidades de la población, de esta manera se detalla a continuación los siguientes servicios y productos a ofrecer:

3.2.4.2. Servicios

- Pago de servicios básicos
- Aplicación de sueros e inyecciones
- Recargas

3.2.4.3. Productos.

- **Analgésicos:** Acetaminofén. Aspirinas, Antinflamatorios, Naproxeno, Ibuprofeno, Paracetamol, etc.
- **Antigripales:** Bisolfren, Frenadol Descongestivo, Desenfriol, Bisolgrip, Pharmagrip, Couldina, Vincigrip, Complex etc.
- **Antibióticos:** Amoxilina, Dicloxacilina, Ampicilina, Gentamicina, Cefalexina, Arnoxilina, Claritromicina, Azitromicina, Minociclina, Tetraciclina, Fluconazol, etc.
- **Vitaminas:** Vitaminas A, B, C, D, E y K, Vitaminas B1(Tiamina), B2 (Riboflavina), B3 (Niacina), B6 (Piridoxina), B12 (Cianocobalamina), Acido Potanico (B5), Biotina(B6)
- **Expectorantes:** Mucosan, Prospan, Fluimucil, Pectox, Flumil, Bisolvon Mucolítico, Tersbasmin etc.
- **Antihipertensivo:** Atenolol, Labetalol, Nadolol Pindolol, Timolol, Xipamida, Indapamida, Metolazona, etc.
- **Antiulcerosos:** Salvat, Merck, Cinfa, CN Ibérica, Davur, Madaus, Recordati, Solvay Pharma, Aztrazenecca, etc.
- **Productos sanitarios:** jabón, shampoo, gel antibacterial, toallas, cepillos, peinillas, algodón, alcohol, mascarillas, cosméticos, vendas, bolsas de orina y ostomía, pruebas de embarazo, tiras medidoras de glucemia, recipientes de orina, productos para el cuidado de los lentes de contacto, guantes, termómetros, limpiadores, pañitos húmedos, pañales, aceites, talco de bebe etc.

3.2.4.4. Plaza

El canal de distribución que se utilizará para el proyecto se ha puesto a consideración en el barrio los pinos conociendo que es un lugar estratégico donde las personas puedan adquirir los servicios y productos y acudan sin dificultades alguna ya que es un lugar cercano a la vía principal.

3.2.4.5. Precio

Los precios de ciertos productos farmacéuticos y la prestación de servicios se detallan a continuación:

Tabla 21-3: Precio de mercado

Servicios y Productos	Precios referentes
Pago de servicios básicos	50
Recargas de teléfono	1,10
Aplicación de sueros e inyecciones	2,00
Bisolfren 200mg	9,07
Frenadol Descongestivo 16 capsulas	10,45
Desenfriol, C Granulado	7,34
Vitamina B- Complex Nutricost 120 Caps.	26,50
Bisolgrip Forte 10 Sobres	8,72
Couldina 20	9,89
Naproxeno Sódico Nifa 550 Mg por unidad	0,34
Ibuprofeno 600 mg	1,00
Antiinflamatorios	1,00
Aspirinas por unidad	0,40
Ampicilina Mk 500 Mg Caja	19,00
Dicloxacilina 500 Mg Unidad	1,00
Amoxicilina Medigener 500 Mg Unidad	0,50
Vitamina B2 (Riboflavina)	10,05
Vitamina B1 (tiamina)	19,00
Vitamina B6 (piridoxina)	35,00
Vitamina B12 1000mcg Sublingual	40,00

Vitamina E 400	15,00
Vitamina C + zinc naranja tabletas efervescentes	8,75
Niacina 500mg Nutricost De 240 Cap.	30,00
Prospantus Jarabe, 100 ml	8,09
Fluimucil 600 Mg Unidad	1,05
Sin gripal sobre	0,50
Entero germina 5ml caja	12,60
Crema Eucerin ANTHMANCHAS 30ml	52,06
Triple C ADVANCE 1000m sobres x 20	12,32
Termax 500mg Tabletetas x20	2,80
BISOLVON MUCOLITICO 1.6 MG/ML JARABE 200 ML	7,96
Mucosan 6mg/ml 250ml	8,99
Nadolol, Tablet de 20MG,	15,04
Birm 240 ml Frasco	45,00
Redoxon gotas 200Mg Frasco	3,72
Dayamineral 240 ml Jarabe	10,50
Alcohol Antiséptico	3,85
Digeril Forte Suspensión Italchem 300ML Frasco	11,10
Biotin vitamin Choice 20,7G Frasco	14,99
Gel limpiador eurocin	14,37
Protector Solar Suncare Kinds 150 G Frasco	16,99
Finalin Gripe 500 Mg Caja	16,99
Mascarillas Ingesa Reutilizables Negra caja	4,35
Immuvit plus Q10 Caja	18,60
Floratil 250 mg caja	13,30
Coencima Q10 Nature" s Garden 500ML caja	12,90
Muxul pediátrico 15Mg 100ML Frasco	2,69
Shmpoo savital	5,00
Jabón Dove 90G paquete	3,96
Jabón protex avena 300G paquete	2,43
Shampoo Anticaspa Medicas Ketoconazol 1% 130 ml	9,85
Pañales panolini premium Plus Xxg Paquete	9,15
Pañitos Húmedos Pequeñín Aloe natural paquete	9,35

Gel antibacterial Sani Alcohol en gel 200 ml frasco	2,08
Gel antibacterial menticol	3,60
Cepillo dental niños 0 A 3 años Blendy Baby Unidad	3,48
Colgate triple acción 75 ml	3,09
Mascarillas quirúrgicas Melu Factory caja	58.00
Mascarillas Telchealth caja	27,50

Fuente: descripción de precios

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prísila, 2021.

3.2.4.6. Promoción y Publicidad

Una vez implementada la farmacia se debe dar a conocer al público objetivo los productos y servicios que ofrece y las promociones por temporadas, para ello es necesario contar con los medios de comunicación correctos, que lleguen a tener acogida con el público y de esta manera tener el éxito que se desea., para esto es indispensable la creación de una página web, abrir un usuario en Facebook, Instagram y así generar el impacto que se desea.

La farmacia debe brindar diferentes estrategias promocionales para lograr captar la atención de los clientes, de esta manera permitirá tener más entrada de personas a la farmacia y con ello permitirá seguir creciendo en el mercado, a continuación, se presenta algunas de las promociones que se permitirá brindar a los clientes:

- Dar a conocer la ubicación de la farmacia, los productos y servicios que los demandantes pueden adquirir con facilidad.
- A través de volantes y pancartas dar a conocer las promociones por temporadas que la farmacia ofrecerá a sus clientes
- Se premiará a sus mejores clientes con obsequios.
- Realizar descuentos acordes al monto de su compra

3.2.4.7. Marca

Dentro del estudio del marketing mix se encuentra la determinación de la marca para la farmacia la cual se presenta a continuación:



Figura 1-1: Logo de la Farmacia

Realizado por: Buñay, P. 2021.

Tabla 22-3: Descripción del logo

Detalles	Descripción
La cruz	Representa el símbolo de la pureza divina que se desea mantener al cuidar la vida de las personas
Las manos agarradas	Muestra el cuidado que tiene los unos con los otros un símbolo de que uno nunca dejara sola a la persona.
Nombre de la farmacia	Representa la nueva vida que los seres humanos tenemos la calma y tranquilidad que deseamos transmitir.
El slogan	Muestra y transmite que deseamos cuidar la vida de los seres humanos haciendo lo posible para cuidar su bienestar.
Verde y Azul	El color verde representa el poder de curación y el color azul representa la responsabilidad y seguridad que se brinda a nuestros clientes.

Fuente: Descripción del logo.

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

3.3. Estudio Técnico

3.3.1. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad instalada que se obtendrá sea a diario, semanal, mensual o anual dependiendo de cómo se desea trabajar.

El tamaño del proyecto se calcula en relación a la demanda insatisfecha a continuación se muestra los siguientes datos:

Demanda proyectada: 8357

Oferta proyectada: 4428

Demanda insatisfecha: 3929

3.3.2. Localización

La localización consiste en encontrar el lugar adecuado donde se puede realizar el proyecto con los mejores beneficios para la misma.

3.3.2.1. Macro localización

Tabla 23-3: Geografía San Andrés

DETALLE	RAZÓN
Región	Sierra
Provincia	Chimborazo
Cantón	Guano
Extensión	159,9km ²
Población	13481
Idioma	Estanol, quichua
Clima	Variado desde el frio del nevado Chimborazo

Fuente: GAD parroquia de San Andrés

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

La farmacia se ubicará en la Provincia de Chimborazo, Cantón Guano, Parroquia San Andrés.

para los sectores aledaños y al mismo sector, teniendo una vía de acceso adecuada, así como la carretera vía a Quito.

3.3.3. Análisis técnico o ingeniería del proyecto

3.3.3.1. Requerimiento de infraestructura civil

Es el espacio físico con el que se contará para la implementación de la nueva farmacia en el sector a continuación este local se divide en diferentes espacios: área de perchas y vitrinas, atención al cliente y caja, 1 baño, área de despacho de medicamentos, un área para los medicamentos que necesitan de refrigeración. Este local contará con todas las normas de bio seguridad e higiene

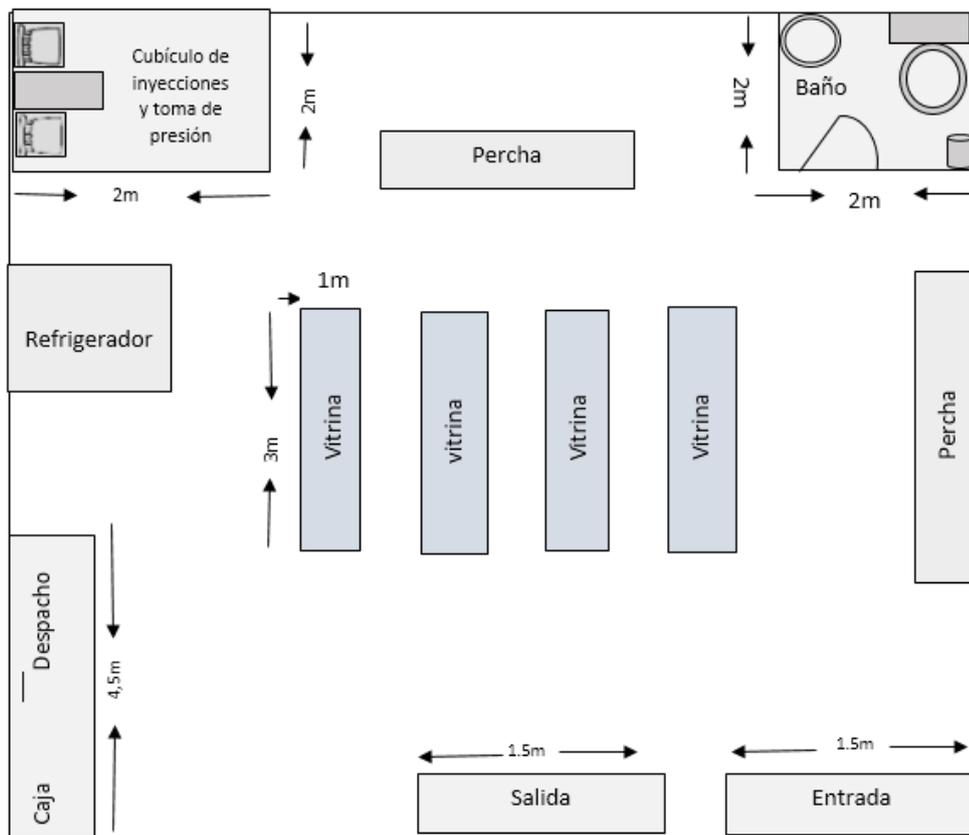


Figura 4-3: Diseño del Proyecto

Realizado por: Buñay, P. 2021

3.3.3.2. Personal Requerido

Para el centro farmacéutico se requiere de personal la cual se necesita para ejecutar la eficiencia de las actividades a realizarse por lo cual debe iniciar sus operaciones con el siguiente personal:

- 1 profesional en Bioquímica farmacéutica
- 1 administradora

3.3.3.3. Recursos Tecnológicos.

El equipo tecnológico que se llegará a utilizar en la farmacia seria especialmente para la atención al público y los registros contables.

Muebles y Enseres

Los muebles son necesarios para dar presencia a la farmacia y con ello también para el cubículo de las inyecciones a continuación se presentan los siguientes:

- Escritorio
- Sillas de espera
- Archivadores aéreos
- Sofá
- Sillas

Equipo de computo

Se tendrá equipos de cómputo para llevar a cabo el registro de los medicamentos que se venden y se adquieren, dentro de los equipos de cómputo se encuentran:

- Software
- Impresora
- Computadora de mesa

3.3.3.4. Proceso de los negocios y de los servicios

La ingeniería del proyecto para la creación de un nuevo centro farmacéutico corresponde a los procesos de compra de medicamentos y venta de los mismos.

Se presentará a continuación los procesos que se realizarán en la farmacia para mantener una mejor organización en el manejo de las actividades y mantener un control adecuado de la misma.

Diagrama de Procesos para la compra de medicamentos a los proveedores

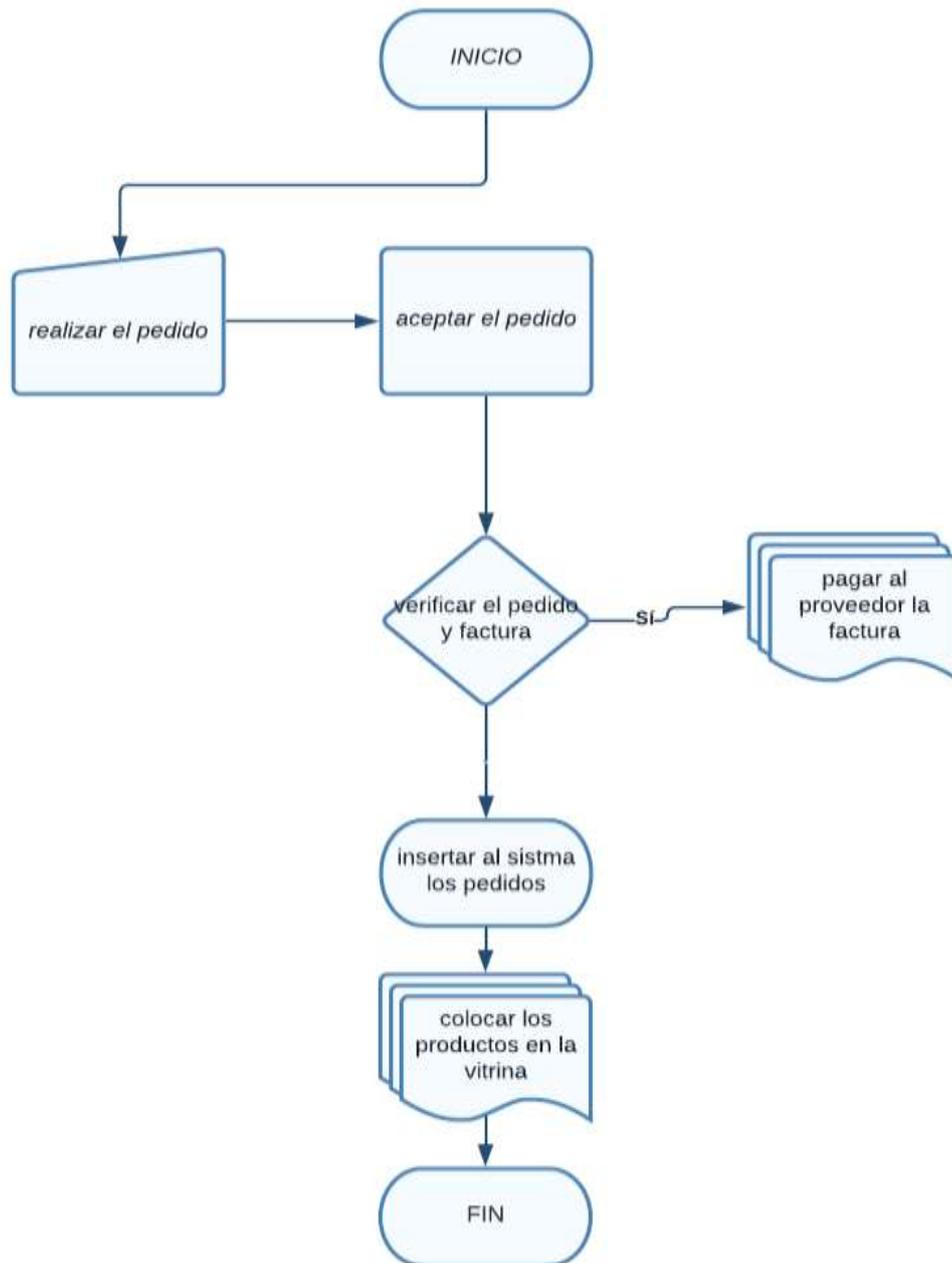


Figura 5-3: Diagrama de Flujo de Medicamentos

Realizado por: Buñay, P. 2021

Diagrama de Procesos venta de medicamentos

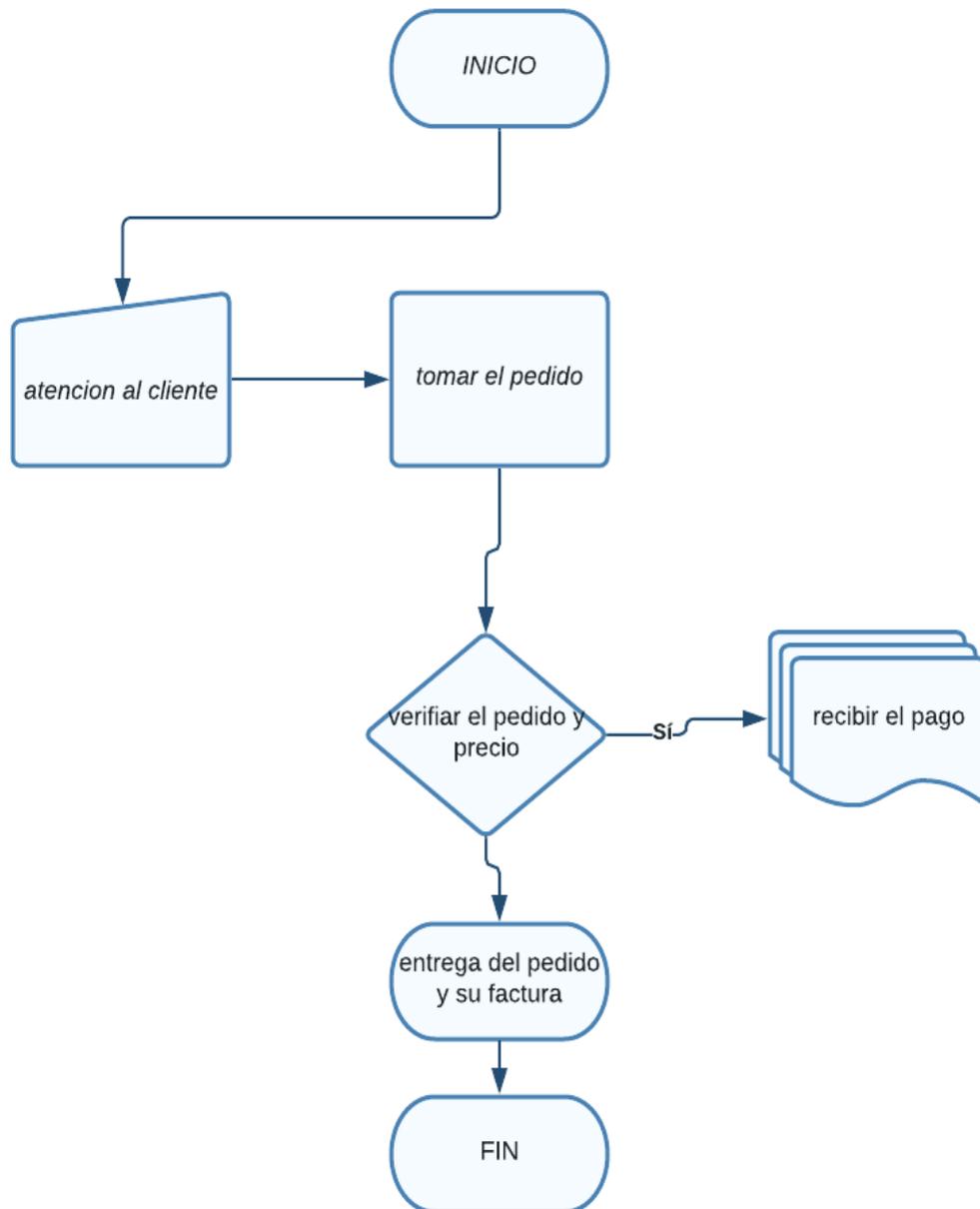


Figura 6-3: Diagrama de flujo de ventas de Medicamentos

Realizado por: Buñay, P. 2021

3.4. Estudio Legal y Organizacional

3.4.1. Aspectos Legales

Dentro del ámbito legal para la apertura de la farmacia VIDA NUEVA debe cumplir ciertos parámetros para su constitución y para su desempeño adecuado para la venta de medicamentos y la prestación de servicios; para la constitución del negocio se hará ante la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria el mismo que muestra los requisitos necesarios para la apertura del establecimiento:

- Tener el registro único de contribuyente (RUC)
- Ordenanza Municipal
- Llenar el formulario de solicitud de permiso de funcionamiento seleccionando la actividad del establecimiento en el sistema de permisos de funcionamiento.
- Contrato de trabajo con un especialista Químico Farmacéutico o Bioquímico Farmacéutico cuando estos laboren por lo menos 40 horas semanales debidamente registrado con la autoridad competente.
- Registro sanitario
- Registro de marcas y patentes

3.4.2. Direccionamiento Estratégico

3.4.2.1. La Misión

Tabla 24-3: Misión

¿Qué?	Contribuimos al bienestar y salud de nuestros clientes
¿Cómo?	ofreciendo productos farmacéuticos y servicios de calidad de forma profesional
¿Con cuales criterios?	que permitan cumplir con la satisfacción y las expectativas de nuestros clientes teniendo la medicina cercana al alcance de nuestros consumidores.
¿Para qué?	brindando el mejor servicio y promociones en medicamentos
¿Con que?	teniendo como eje fundamental la acogida de nuestros clientes.

Fuente: Estudio de campo realizado al sector de San Andrés.

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

Contribuimos al bienestar y salud de nuestros clientes ofreciendo productos farmacéuticos y servicios de calidad de forma profesional, que permitan cumplir con la satisfacción y las expectativas de nuestros clientes teniendo la medicina cercana al alcance de nuestros consumidores, brindando el mejor servicio y promociones en medicamentos, teniendo como eje fundamental la acogida de nuestros clientes.

3.4.2.2. Visión

Tabla 25-5: Visión

¿Cómo será?	Ser una farmacia líder en el mercado nacional
¿Cuáles son las metas?	ofreciendo productos y servicios de calidad
¿Cuáles son los valores?	satisfaciendo todas las necesidades de los consumidores
¿Qué avances?	facilitando el rápido acceso a los productos que demandan
¿Qué aspectos?	dando los mejores servicios profesionales para aprovechar al máximo los beneficio a los medicamentos.

Fuente: Estudio de campo realizado al sector de San Andrés.

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

Ser una farmacia líder en el mercado nacional ofreciendo productos y servicios de calidad, satisfaciendo todas las necesidades de los consumidores, facilitando el rápido acceso a los productos que demandan, dando los mejores servicios profesionales para aprovechar al máximo los beneficio a los medicamentos.

3.4.2.3. Los Valores y Principios

Los principios y valores son hábitos que mejorar a la organización y a sus integrantes se presenta a continuación:

- Honestidad
- Puntualidad
- Compromiso
- Respeto
- Integridad
- Cortesía

Honestidad

La honestidad es importante en toda organización de manera que se refleja los principios de cada persona, se relaciona con el ambiente interno como; trabajadores, propietarios así de la misma manera con el ambiente externo; sus clientes, proveedores, mercado y la competencia.

Puntualidad

La puntualidad es muy importante en la organización de manera que permite a sus trabajadores el cumplimiento del mismo mostrando a sus clientes, proveedores y al propietario la responsabilidad y el grado de confianza que se puede tener.

Compromiso

Muestra la solidaridad en la búsqueda de los objetivos comunes que permiten mantener la organización en un buen camino.

Es muy importante de manera que permite mantener al personal con un objetivo claro que es sacar adelante al negocio y buscar expandirse en el mercado, los trabajadores se comprometen con sus clientes brindándoles productos y servicios de calidad que permitan satisfacer sus necesidades.

Respeto

El respeto es conocido como símbolo de cordialidad, de aprecio hacia los demás ya sea eso por sus logros, sus experiencias, sus conocimientos o ya sea por su personalidad.

El respeto muestra hasta dónde llega mi capacidad y posibilidades de hacer algo y con ello también muestra las convivencia y relación con su entorno.

Integridad

Es importante de manera que permite conocer como la persona muestra hacer lo correcto y busca el bienestar de la organización sin dañar los intereses de los demás manteniendo la honestidad que lo representa y esto muestra a sus clientes la confiabilidad que se tendrá.

La integridad refleja lo que la persona es con el ambiente de trabajo y las personas que lo rodean buscando siempre hacer lo correcto para sí mismo y para el negocio sin afectar los intereses de los demás

3.4.2.4. Organización y requerimiento

Para el cumplimiento de las actividades y de los objetivos planificados en la farmacia, se debe contar con una organización administrativa que logre llevar al negocio al éxito tomando las mejores decisiones que logren el cumplimiento de las metas propuestas, con el fin de satisfacer la demanda de la Parroquia, a continuación, se presentara la estructura siguiente:



Figura 7-3: Organigrama estructural de la Farmacia

Realizado por: Buñay, P. 2021

3.4.2.5. Manual de Funciones

Tabla 26-3: Manual de Funciones

Cargo	Función	Requisitos
Administradora	<ul style="list-style-type: none"> • Cobrar • Atención al cliente • Realizar los pagos a los proveedores • Manejo de la caja chica 	<ul style="list-style-type: none"> • Tener título de Ingeniera de contabilidad y auditoría o por lo menos tener título de bachiller en contabilidad. • Disponibilidad de tiempo • Tener referencias • Tener 3 años de experiencia en el área contable
Bioquímico Farmacéutico	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar control de medicamentos • Revisar los medicamentos • Establecer normas y procedimientos escritos para las diferentes unidades • Cumplir con las disposiciones necesarias obre el manejo adecuado d los servicios farmacéuticos • Hacer cumplir con las normas y procedimientos dispuestos por la ley para que se pueda suministrar de mejor manera a los diferentes servicios • Revisar las fechas de expedición de los medicamentos 	<ul style="list-style-type: none"> • Con experiencia mínima de 3-4 años • Tener título como Químico Farmacéutico • Referencia Personal

Fuente: GAD parroquia de San Andrés

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

3.5. Estudio Económico y Financiero

En este informe se pone en consideración los cálculos realizados del estudio de mercado del proyecto y otros valores que se realizaron anteriormente en el transcurso del avance y se toma datos coherentes y reales de manera que el proyecto está tomado de la competencia buscando obtener nosotros como nueva farmacia una buena acogida en el mercado laboral de tal manera se detallan a continuación cada uno de las tablas con valores reales.

3.5.1. Inversión Inicial.

Tabla 27-3: Inversión inicial

CALENDARIO INVERSION DE PROYECTO				
Nº	RUBRO DE INVERSION	cantidad	valor unitario	valor total
	MUEBLES Y ENSERES			
3	escritorio	1	\$ 100,00	\$ 100,00
4	silla de espera	2	\$ 34,00	\$ 68,00
	TOTAL, MUEBLES Y ENSERES			\$ 168,00
	EQUIPO DE COMPUTO			
6	software	1	\$ 950,00	\$ 950,00
7	impresora	1	\$ 250,00	\$ 250,00
8	computadora de escritorio	1	\$ 600,00	\$ 600,00
	TOTAL, EQUIPO DE COMPUTO			\$ 1.800,00
	MATERIALES Y EQUIPO			
9	Escobas	1	\$ 2,00	\$ 2,00
10	trapeadores	1	\$ 2,00	\$ 2,00
11	focos	2	\$ 2,00	\$ 4,00
12	botella de agua	1	\$ 2,00	\$ 2,00
13	mostradores	1	\$ 300,00	\$ 300,00
14	vitriñas	3	\$ 250,00	\$ 750,00
15	candados	2	\$ 4,00	\$ 8,00
16	extintor	2	\$ 20,00	\$ 40,00
17	basureros	2	\$ 10,00	\$ 20,00
19	calculadora	2	\$ 25,00	\$ 50,00
20	teléfono	1	\$ 30,00	\$ 30,00
21	cajas	1	\$ 45,00	\$ 45,00
	TOTAL, EQUIPO DE OFICINA			\$ 1.253,00
	IMPUESTOS			
22	cuerpo de bomberos	1	\$ 10,00	\$ 10,00
23	patente municipio	1	\$ 20,00	\$ 20,00

24	ministerio de salud pública	1	\$ 30,00	\$ 30,00
25	RUC facturero	1	\$ 15,00	\$ 15,00
	TOTAL, IMPUESTOS			\$ 75,00
	GASTOS GENERALES			
26	arriendo del local	1	\$ 400,00	\$ 400,00
	TOTAL, GASTOS GENERALES			\$ 400,00
	INVENTARIO INICIAL			
27	Medicamentos y artículos de aseo			\$ 28.200,00
	TOTAL, INVENTARIO INICIAL			\$ 28.200,00
-	TOTAL, PRESUPUESTO	-	-	\$ 31.896,00

Fuente: Estudio de campo realizado al sector de San Andrés.

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

El proyecto que se tiene planificado realizar necesitará una inversión inicial de 33.396,00 para poder funcionar en su primer año cubriendo cada uno de sus gastos por lo menos en este periodo. En su capital de trabajo obtuvo un valor anual de 28.200 el cual es fundamental para mantener un giro de negocio adecuado.

3.5.2. Estructura de la Inversión

Tabla 28-3: Inversión

INVERSIONES DEL PROYECTO		
Inversión del Proyecto	VALOR \$	%
ACTIVOS CORRIENTES	\$ 28.200,00	88,41%
inversión inicial k trabajo	\$ 28.200,00	88,41%
ACTIVOS FIJOS		
Muebles y Enceres	\$ 168,00	0,53%
Equipo de Computo	\$ 1.800,00	5,64%
Equipo de Oficina	\$ 1.253,00	3,93%
TOTAL, ACTIVOS FIJOS	\$ 3.221,00	10,10%
ACTIVOS DIFERIDOS		
Gastos Generales	\$ 400,00	1,25%
Impuestos	\$ 75,00	0,24%
TOTAL, ACTIVOS DIFERIOS	\$ 475,00	1%
TOTAL, INVERSION	\$ 31.896,00	100%

Fuente: Estudio de campo realizado al sector de San Andrés.

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.



Gráfico 14-3: Estructura de la Inversión

Realizado por: Prisila B. 2021.

La inversión necesaria es de 33.396,00 teniendo un valor porcentual de se ha establecido que esta cantidad provendrá en un 88,93% de la inversión inicial de capital, en sus activos fijos es el 9,64% y el restante de los Activos Diferidos está valorado en un 1%.

3.5.3. *Financiamiento de la inversión*

Tabla 29-3: Financiamiento del Proyecto

FINANCIAMIENTO DE PROYECTO		
PASIVO	\$ 29.700,00	93,12%
préstamos a largo plazo	\$ 29.700,00	93,12%
PATRIMONIO	\$ 2.196,00	6,88%
capital social	\$ 2.196,00	6,88%
TOTAL, PASIVO + PATRIMONIO	\$ 31.896,00	100,00%

Fuente: Estudio de campo realizado al sector de San Andrés.

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

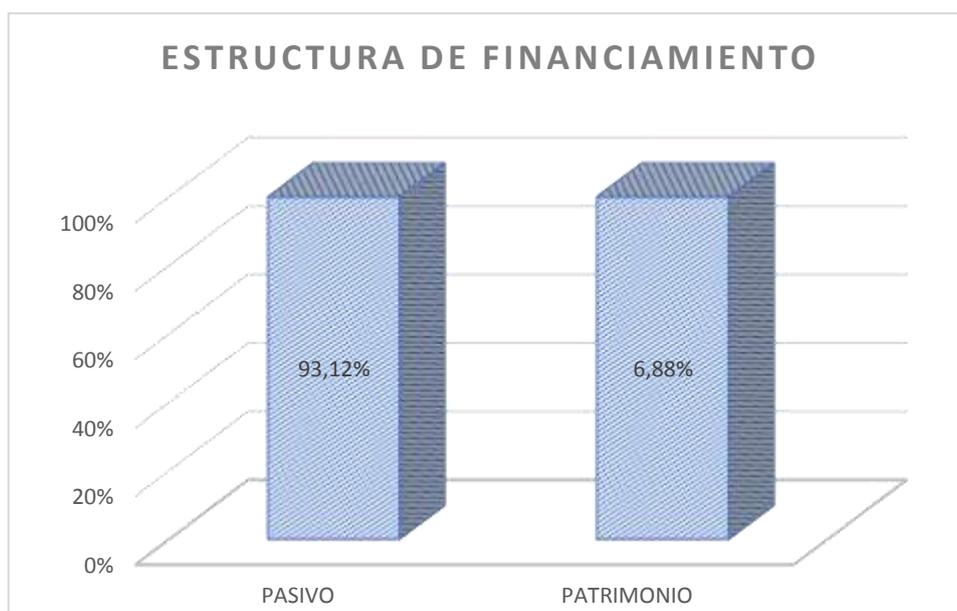


Gráfico 15-3: Estructura de Financiamiento

Realizado por: Prisila B. 2021.

La financiación se realiza con un capital social de 11,07% que muestra el valor de \$3.696 y con un préstamo realizado a la institución financiera del Ban Ecuador con un valor de \$29.700 que porcentualmente muestra el 88,93% del financiamiento.

3.5.4. Amortización de la Deuda

Tabla 30-3: Amortización de la Deuda

PRESTAMO COOP:	Ban Ec.
MONTO:	29700
TASA DE INTERES:	10,21%
PERIODO	60
CUOTA	634,11

Fuente: Estudio de campo realizado al sector de San Andrés.

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

En el caso de nuestra deuda a largo plazo se tomó la decisión de realizarlo al banco Ban Ecuador ya que es una identidad que realiza préstamos a largo plazo con tasas de interés del 10,21%, de manera que se decidió realizar un préstamo de \$29.700 a 5 años plazo

3.5.5. Depreciación y Amortizaciones

Tabla 31-3 Cálculo de Depreciación y Amortización

CÁLCULO DE DEPRECIACION Y AMORTIZACION									
RUBROS DE INVERSIÓN	VIDA UTIL	VALOR ADQUISICIÓN	AÑOS					TOTAL	TOTAL, DE SALVAMIENTO
			1	2	3	4	5		
ACTIVOS FIJOS									
Muebles y Enceres	10	168	17	17	17	17	17	84	84
Equipo de Computo	3	1800	600	600	600	0	0	1800	0
Equipo de oficina	10	1253	125	125	125	125	125	627	627
TOTAL, DEPRECIACION ANUAL			742	742	742	142	142	2511	711
ACTIVOS DIFERIDOS:									
impuestos		75	15	15	15	15	15	75	0
gastos generales		400	80	80	80	80	80	400	0
TOTAL, AMORTIZACIÓN			95	95	95	95	95	475	

Fuente: Estudio de campo realizado al sector de San Andrés.

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

Tanto en las depreciaciones como amortizaciones se realizarán en línea recta de tal manera que se sabrá cuanto tendrá que depreciar cada año hasta su vida útil.

3.5.6. Rol de Pagos

Tabla 32-3: Rol de Pagos y Provisiones

ROL DE PAGOS								
<i>NOMINA</i>	<i>CARGO</i>	<i>INGRESOS</i>			<i>total, ingresos</i>	<i>DESCUENTOS</i>	<i>TOTAL, DESCUENTO</i>	<i>TOTAL, A PAGAR</i>
		<i>B imponible</i>	<i>H extras</i>	<i>otros</i>		<i>aporte individual IEES</i>		
SERVICIOS								
	Administradora	425			425	40,16	40,16	384,84
	Bioquímico Farmacéutico	500			500	47,25	47,25	452,75
SUBTOTAL		925			925	87,41	87,41	837,59
TOTAL, MENSUAL		925			925	87,41	87,41	837,59
TOTAL, ANUAL		11100			11100	1048,95	1048,95	10051,05
ROL DE PROVISIONES								
<i>BENEFICIOS SOCIALES ADICIONALES</i>								
<i>NOMINA</i>	<i>CARGO</i>	<i>BASE IMPONIBLE</i>	<i>APORTE PATRONAL IEES</i>	<i>XII SUELDO</i>	<i>XIV SUELDO</i>	<i>VACACIONES</i>	<i>FONDOS DE RESERVA</i>	<i>TOTAL, PROVISIÓN</i>
SERVICIOS								
	Administradora	425	51,64	35,42	400	17,71	35,40	540,17
	Bioquímico Farmacéutico	500	60,75	41,67	400	20,83	41,65	564,9
SUBTOTAL		925	112,39	77,08	800,00	38,54	77,05	1105,07
TOTAL, MENSUAL		925	112,39	77,08	800,00	38,54	77,05	1105,07

Fuente: Estudio de campo realizado al sector de San Andrés.

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

En el rol de pagos y provisiones se pone a consideración al personal que estará a cargo del centro Farmacéutico, los beneficios que por ley les pertenece esto se tomará en cuenta simplemente cuando el trabajador se encuentre asegurado esto se basa más en consideración del empleador.

3.5.7. Presupuesto de los Gastos

Tabla 33-3: Presupuesto de Gastos

PRESUPUESTOS DE GASTOS						
Gastos (de ADMINISTRATIVOS)	0	1	2	3	4	5
Administradora	425	5100,00	5198,94	5299,80	5402,62	5507,43
Bioquímico farmacéutico	500	6000,00	6116,40	6235,06	6356,02	6479,33
Servicios Básicos	85	1020,00	1039,79	1059,96	1080,52	1101,49
amortizaciones		95,00	95,00	95,00	95,00	95,00
TOTA GASTOS ADMINISTRACIÓN	1010	12120,00	12355,13	12594,82	12839,16	13088,24
GATOS VENTAS						
publicidad	150	1800	1835	1871	1907	1944
TOTAL, GASTO VENTAS	150	1800,00	1834,92	1870,52	1906,81	1943,80
GASTOS FINANCIEROS						
Interés	8314,71	6159,61	3727,73	1849,90	585,45	0,00
TOTAL, GASTOS FINANCIEROS	8314,71	6159,61	3727,73	1849,90	585,45	0,00
TOTAL, EGRESOS	9474,71	20079,61	17917,78	16315,23	15331,41	15032,03

Fuente: Estudio de campo realizado al sector de San Andrés.

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

En el presupuesto de gastos se consideran todos los gastos que serán estimados en el proyecto es decir serán tomados en cuenta los gastos de los servicios básicos, las prestaciones sociales, los sueldos a empleados, entre otros.

3.5.8. Costo de Ventas

Tabla 34-3: Costo de Ventas y Presupuesto de Ingresos

COSTOS DE VENTAS						
Años	0	1	2	3	4	5
INGRESOS ORDINARIOS						
ventas						
medicamentos	1375	16.500,00	16.820,10	17.146,41	17.479,05	17.818,14
TOTAL, COSTO DE VENTAS	1375	16.500,00	16.820,10	17.146,41	17.479,05	17.818,14

PRESUPUESTO DE INGRESOS						
Años		1	2	3	4	5
Ventas						
ventas	3929	47147,11	48061,76	48994,16	49944,65	50913,57
TOTAL, INGRESOS						
TOTAL, INGRESOS		47.147,11	48.061,76	48.994,16	49.944,65	50.913,57

Fuente: Estudio de campo realizado al sector de San Andrés.

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

Las evaluaciones financieras ejecutadas para los cinco años muestran que el proyecto a partir del primer año está en la capacidad de resguardar sus compromisos, sus beneficios estarán en 1,94% del aumento de servicio y venta de productos farmacéuticos con una confortadora utilidad de esta manera, para este cálculo se toma los valores de la participación del mercado y su demanda insatisfecha en el año base.

3.5.9. Estado de Resultados

Tabla 35-3: Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO					
AÑOS					
RUBROS	1	2	3	4	5
VENTAS	47.147,11	48.061,76	48.994,16	49.944,65	50.913,57
Costo de ventas	16.500,00	16.820,10	17.146,41	17.479,05	17.818,14
(=) Utilidad bruta en ventas	30.647,11	31.241,66	31.847,75	32.465,60	33.095,43
Gastos operativos					
(-) Gastos de administración	12.120,00	12.355,13	12.594,82	12.839,16	13.088,24
(-) Gasto ventas	1.800,00	1.834,92	1.870,52	1.906,81	1.943,80
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	16.727,11	17.051,62	17.382,42	17.719,64	18.063,40
(-) Gastos financieros	6.159,61	3.727,73	1.849,90	585,45	0,00
(=) UAI	10.567,50	13.323,89	15.532,52	17.134,19	18.063,40
(-) 15% Utilidades trabajadores	1.585,12	1.998,58	2.329,88	2.570,13	2.709,51
(=) UTILIDAD AIR	8.982,37	11.325,30	13.202,64	14.564,06	15.353,89
(-) Impuesto a la renta	2.245,59	2.831,33	3.300,66	3.641,01	3.838,47
(=) UTILIDAD NETA	6.736,78	8.493,98	9.901,98	10.923,04	11.515,42

Fuente: Estudio de campo realizado al sector de San Andrés.

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

En el estado de resultados se llega a mostrar los ingresos y gastos que el proyecto tendrá en los 5 primeros años proyectados y en esto se determina la situación del negocio, el cual se encuentra en buen está siendo que cada año su utilidad crece, es decir que nuestra empresa está teniendo buenos ingresos.

3.5.10. Estado de Flujo de Caja

Tabla 36-3: Estado de Flujo de caja y Tasa de Descuento

FLUJO DE EFECTIVO						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD NETA		6.736,78	8.493,98	9.901,98	10.923,04	11.515,42
(+) VALOR RESIDUAL ACTIVOS FIJOS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 711
(+) RECUPERACION DEL CAPITAL DE TRABAJO						\$ 28.200
INVERSION INICIAL DE LOS ACCIONISTAS	\$ 2.196					
Créditos	\$ 29.700					
FLUJO DE CAJA	\$ 31.896,00	\$ 6.736,78	\$ 8.493,98	\$ 9.901,98	\$ 10.923,04	\$ 40.425,92

TASA DE DESCUENTO				
FUENTES DE FINANCIAMIENTO	Participación	%	tasa de interés	tasa ponderada
Capital Social	\$ 2.196	6,88%	6,50%	0,45%
Ban Ecuador	\$ 29.700	93,12%	10,21%	9,51%
	\$ 31.896	100,00%		9,95%

Fuente: Estudio de campo realizado al sector de San Andrés.

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

3.5.11. VAN

Tabla 37-3: Valor Actual Neto

CALCULO DEL VAN		
Tasa de descuento	9,95%	
Sumatoria FNC Actualizados (VNA)	\$ 53.227,36	
inversión	\$ 31.896	
VAN	\$ 21.331,36	cuando el VAN es positivo se acepta el proyecto

Fuente: Estudio de campo realizado al sector de San Andrés.

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

El valor Actual Neto (VAN) del proyecto es 21.331,36 mostrando un valor positivo lo que muestra que el proyecto llegará hacer viable por lo cual se debe ser puesto en marcha.

3.5.12. Relación Beneficio Costo

Tabla 38-3: Beneficio Costo

CALCULO DE LA RELACIÓN BENEFICIO COSTO		
Sumatoria FNC Actualizados (VNA)	\$ 53.227,36	
Inversión	\$ 31.896	
Relación beneficio costo	1,67	por cada dólar de inversión recupero el dólar y gano 0,67 ctvs.

Fuente: Estudio de campo realizado al sector de San Andrés.

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

El costo beneficios es de 1,67 que implica que por cada dólar invertido se recupera 0,67ctvs y muestra que los ingresos son mayores que los egresos, lo cual implica que el proyecto es recomendable.

3.5.13. Tasa Interna de Retorno

Tabla 39-3: Tasa Interna de Retorno

CALCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO					
-\$	\$	\$	\$	\$	\$
31.896	6.737	8.494	9.902	10.923	40.426
TIR	26,93%	Tasa de rentabilidad financiera			
COMPARAR CON COSTOS DE OPORTUNIDAD					
Tasa de descuento	9,95%				
Tasa pasiva de interés (sistema financiero)	6,50%				
TMAR (tasa mínima de rentabilidad aceptada por inversionistas)					
Tasa de inflación del país 2021	-1,94%				
Riesgo país	7,94%				
Tasa pasiva interés (sistema financiero)	6,50%				
	12,50%				

Fuente: Estudio de campo realizado al sector de San Andrés.

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

el porcentaje de la Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 26,93% lo cual muestra la optimización de los recursos financieros y físicos, permitiendo un adecuado retorno de capital invertido.

3.5.14. Período de Recuperación

Tabla 40-3: Periodo de recuperación de la Inversión

años	flujo del efectivo	Flujo de caja actualizado	flujo de caja acumulado	saldo acumulado
0	-\$ 31.896,00	1,000000	-\$ 31.896,00	-\$ 31.896,00
1	\$ 6.736,78	0,909504	\$ 6.127,13	- 25.768,87
2	\$ 8.493,98	0,827198	\$ 7.026,20	- 18.742,67
3	\$ 9.901,98	0,752340	\$ 7.449,66	- 11.293,01
4	\$ 10.923,04	0,684257	\$ 7.474,17	- 3.818,85
5	\$ 40.425,92	0,622131	\$ 25.150,22	21.331,37

$$PRI = \text{Año Últ. Neg. FNE Act. y Acum.} \wedge \left\{ \left| \frac{\text{Último Neg. FNE Act. y Acum.}}{\text{FNE Actualizado del Año Siguiente}} \right| * 12 \right\}$$

PRI=	4,00	^	-\$ 3.818,85	*	12
			25.150,22		
PRI=	4,00	^	- 0,15	*	12
PRI=	4,00	^	- 2		
PRC=	4	AÑOS			
PRC=	2	MESES			

Fuente: Estudio de campo realizado al sector de San Andrés.

Realizado por: Buñay Tenezaca, Prisila, 2021.

El período de recuperación de inversión del Proyecto (PRI) es de: 4 años 2 meses, lo que demuestra que, si es viable el plan, ya que se recupera dentro del período de vida útil del mismo.

CONCLUSIONES

- El estudio de factibilidad se realizó con toda la información necesaria que permitió utilizar las fuentes bibliográficas como; libros, páginas web, artículos de revista, las cuales fueron de gran ayuda de manera que permitió obtener la estructura adecuada para la aplicación del estudio en la investigación, dando como resultado el desarrollo de las diferentes fases del estudio de factibilidad, llevando así a obtener la rentabilidad y factibilidad del proyecto.
- El estudio de mercado muestra la cantidad de demanda existente en la Parroquia San Andrés de la misma manera se da a conocer la falta de servicios y productos farmacéuticos que son escasos, las personas se sienten insatisfechos porque no han cubierto sus necesidades que requieren y eso ha permitido que sea factible la creación de un nuevo centro farmacéutico.
- El estudio económico mostro que se necesita un capital de \$31,896 para la creación de este nuevo centro farmacéutico, para los presupuestos de gastos en el primer año asciende a 20.079,61 en el primer año y sus ventas se proyectan de 47.147,11 en el año 1 con una tasa de crecimiento del 1,94% anual. El VAN muestra un valor de 21.331,36 y una TIR de 26,93% mostrando que el negocio llega hacer rentable por lo cual se puede aplicar este centro farmacéutico en la Parroquia San Andrés y con ello suplir las necesidades de todo el sector, dando a conocer así también que se realizó cada uno de las fases de factibilidad hasta llegar a su objetivo deseado.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda mantenerse actualizado con las últimas tendencias teóricas en relación al estudio de factibilidad de proyectos de inversión, de esta manera permite conocer las fases que son fundamentales para llevar una estructura adecuada para poner en práctica el desarrollo de la investigación, con el propósito de mostrar la rentabilidad y viabilidad que tiene el proyecto.
- Realizar de manera semestral el análisis de mercado con el objetivo de conocer nuestra competencia, y con ello las preferencias, gustos y necesidades que van teniendo nuestros consumidores, de esta forma permite definir las estrategias de ventas, minimizar los riesgos y aumentar su crecimiento en el mercado
- Se recomienda implementar el centro farmacéutico en el barrio “Los Pinos” de la parroquia San Andrés, de manera que se realizó todos los estudios necesarios para conocer el lugar estratégico y comercial. Además, se considera, la factibilidad económica mediante sus indicadores revelando que es rentable y viable el proyecto por lo cual se considera ponerlo en práctica.

BIBLIOGRAFIA

- De Toro Martin , J. M., & Villanueva Galobar, J. (2019). *Marketing Estratégico*. Pamplona. Universidad de Navarra S.A. (EUNSA).
- Nogales, L. M. (2018). *Farmacia Luis Marcos*. Obtenido de Farmacia Luis Marcos: <https://farmaciamarcos.es/historia-farmaceutica/historia-de-la-farmacia/>
- Aguilar, A. (2018). *Cuál es la estructura de un estudio de factibilidad*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/estructura-de-un-estudio-de-factibilidad/#:~:text=La%20estructura%20de%20un%20estudio%20de%20factibilidad%20es%20la%20siguiente,principales%20y%20secundarias%20del%20proyecto>
- Cantafio, F. F. (2017). Ministerio de Salud Presidencia de la Nación: La definición de medicamento. *desl medicamentos*, 1-4. Obtenido de <https://salud.gob.ar/dels/printpdf/132#:~:text=En%20una%20acepci%C3%B3n%2C%20el%20medicamento,1%C2%B0%2C%20inc>.
- Cardenas , A. (2018). *Análisis y diseño de sistemas*. Obtenido de Estudio de factibilidad y análisis costo beneficio: https://virtual.itca.edu.sv/Mediadores/ads/125_estudio_de_factibilidad_y_analisis_costo_beneficio.html
- Cardenas , F. (2018). Programa de Estrategias de comercialización y E- Marketing. *ENAE Business School is a member of AACSB International*, 26-27.
- Cardoso, A., García, D., & García, J. (2019). Evaluación de la factibilidad económico financiera del proyecto de inversión: Centro Cultural Julio Antonio Mella. *Cienfuegos*, 11(5), 8-18. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v11n5/2218-3620-rus-11-05-8.pdf>
- Carrasco Salazar, V. A. (02 de Marzo de 2017). *Repositorio Institucional de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo*. Obtenido de Repositorio Institucional de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo: <http://dspace.epoch.edu.ec/handle/123456789/13789>
- Castillo S, Y. (2018). *El estudio de proyectos y del mercado*. Obtenido de monografias.com: <https://www.monografias.com/trabajos103/estudio-proyectos-y-del-mercado/estudio-proyectos-y-del-mercado.shtml>
- Castro, J. (09 de julio de 2021). *blog.corponet.com*. Obtenido de Hablemos de empresas inteligentes y todo sobre el mundo del ERP SAP Business One: <https://blog.corponet.com.mx/que-es-el-estado-de-resultados-y-cuales-son-sus-objetivos>
- Echverría Ruíz , C. R. (2017). Metodología para determinar la factibilidad de un proyecto. *Revista Publicando*, 185.

- Ladines Parra, E. A. (02 de diciembre de 2019). *Repositorio Institucional de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo*. Obtenido de Repositorio Institucional de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/14117>
- López Gómez, E. (2017). EN TORNO AL CONCEPTO DE COMPETENCIA: UN ANÁLISIS DE FUENTES. *redalyc.org*, 316.
- Márquez Cárdenas, F. M. (24 de ABRIL de 2017). *Repositorio Institucional de la Escuela Superior Politecnica de Chimborazo*. Obtenido de Repositorio Institucional de la Escuela Superior Politecnica de Chimborazo: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/12575>
- Mesquita, R. (23 de julio de 2018). *¿Qué es Marketing? Una guía completa del concepto, tipos, objetivos y estrategias*. Obtenido de rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>
- Moliner, Carbajal, Cantalapiedra, Eguilleor, Gutiérrez, A. (2018). Análisis de la demanda de antibióticos en farmacia comunitaria con receta privada, prescripción irregular y sin receta perfil de las farmacias y los farmacéuticos. *Farmacéuticos Comunitarios*, 20.
- Paca Cruz, G. (diciembre de 2019). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia San Andrés*. Obtenido de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia San Andrés: <http://sanandres.gob.ec/wp-content/uploads/2021/04/PDOT-SAN-ANDRES-2019-2023.pdf>
- Pidello, Pozzo, M. A. (2017). Las competencias: apuntes para su representación. *REVISTA IBEROAMERICANA DE PSICOLOGÍA*, 42.
- Plan V. (05 de agosto de 2019). *Plan V*. Obtenido de Plan V: <https://www.planv.com.ec/historias/sociedad/el-mercado-farmacéutico-el-ecuador-caotico-y-concentrado>
- Rodríguez Aranday, F. (2018). *Formulación y Evaluación de Proyectos de inversión: Una Propuesta Metodológica*. Mexico: Instituto Mexicano de Contadores Públicos. Obtenido <https://elibro.net/es/ereader/esPOCH/116949>
- Sánchez, L. (2018). *emprendepyme.net by Fleebe: Tipos de Farmacias*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/tipos-de-franquicias.html>
- Smith, Y. (27 de febrero de 2019). *news-medical.life sciences: tipos de farmacias en el Ecuador*. Obtenido de news-medical.net. : [https://www.news-medical.net/health/Types-of-Pharmacy-\(Spanish\).aspx](https://www.news-medical.net/health/Types-of-Pharmacy-(Spanish).aspx)
- Soria, M. (2017). *Plan de marketing empresarial*. Madrid: CEP S.L.
- Thompson, I. (2017). *dTipos de clientes: Diferentes tipos de clientes que las empresas u organizaciones necesitan clasificar adecuadamente*. Obtenido de Tipos de clientes: <https://www.promonegocios.net/clientes/tipos->

clientes.html#:~:text=Clientes%20Potenciales%3A%20Son%20aquellos%20(personas,
y%20la%20autoridad%20para%20comprar.

Zabala Cuadrado, Mantilla Jácome, R. M. (09 de junio de 2017). *Repositorio Institucional de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo*. Obtenido de Repositorio Institucional de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo:
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/9773>

ANEXOS

Anexo 1-1: Encuestas Aplicadas a los Habitantes



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA DE FINANZAS



ENCUESTA

Objetivo: La presente encuesta tiene como fin conocer el nivel de aceptación por parte de los consumidores, en la creación de una farmacia en la parroquia de San Andrés.

1.- ¿En qué rango de edad se encuentra Usted?

15 años-25 años 26 años-35 años 36 años -45 años 46 años - 55 años

56 años o mas

2.- ¿Cuál es su Género?

Masculino Femenino

3.- ¿Cuál es su nivel de Ingresos?

\$250-\$400 \$402-\$600 \$601-\$800 más de \$801

4.- ¿Existen farmacias dentro de su localidad?

Sí No

5.- ¿Considera Ud. Importante la implementación de una farmacia en su localidad?

SI NO Talvez

6.- ¿Con que frecuencia Ud. realiza compras en una farmacia?

Muy Frecuente Frecuentemente ocasionalmente

rara vez nunca

7.- ¿Mensamente cuánto dinero destina Ud. para la compra de medicamentos?

menos \$1-\$15 \$16 a \$30 \$31-\$45 más de \$45

8.- ¿Considera Ud. que la atención en una farmacia sea eficiente, eficaz, atenta y cordial?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Neutro

En Desacuerdo

(escoja al menos 2)

9.- ¿Cuál de los siguientes medicamentos se consume con mayor frecuencia en su hogar?

Analgésicos

Antigripales

Antibióticos

Vitaminas

Expectorantes

Antihipertensivo

10.- ¿Qué tipo de medicamentos prefiere?

Genéricos

comerciales

11.- ¿Le gustaría que la farmacia ofrezca promociones por temporada?

SI

NO

Talvez

12.- ¿Le gustaría que la farmacia brinde servicios complementarios?

SI

NO

Talvez

13.- ¿Qué tipo de servicios le gustaría que implante a farmacia?

recargas

aplicación de sueros e inyecciones

Pago de servicios

otras

Gracias por su Colaboración

Anexo 1-2: Entrevista Realizada a los dueños de las farmacias



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE FINANZAS



ENTREVISTA

Objetivo: La presente entrevista tiene como finalidad conocer la oferta de los centros farmacéuticos de la parroquia San Andrés

- 1.- ¿Porque usted decidió invertir en este negocio y cuál es su tiempo de funcionamiento?
- 2.- ¿Cuál es el rango de edad aproximadamente que tiene sus clientes?
- 3.- ¿Usted vende con más frecuencia los medicamentos genéricos o comerciales?
- 4.- ¿Cuál es el promedio Diario de atención?
- 5.- ¿Cuántas personas laboran en su negocio?