



**Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y
Comercial**

Carrera:

Tecnología en Administración de Empresas

TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA:

**ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA APERTURAR UNA NUEVA SUCURSAL
DE LA COMPAÑÍA FARMACÉUTICA MALAVE S.A. COMFARMALSA EN
LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.**

**Requisito previo para la obtención del título de Tecnólogo en Administración de
Empresas.**

Autor:

GEMA JUDITH BARÉN GUAMÁN

Tutor:

Ing. Lesly Johanna Benítez Pincay

Guayaquil – Ecuador

2021



**Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y
Comercial**

Carrera:

Tecnología en Administración de Empresas

TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA:

**ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD DE APERTURA DE UNA NUEVA SUCURSAL
DE LA COMPAÑÍA FARMACÉUTICA MALAVE S.A. COMFARMALSA EN
LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.**

**Requisito previo para la obtención del título de Tecnólogo en Administración de
Empresas.**

Autora:

GEMA JUDITH BARÉN GUAMÁN

Tutor:

Ing. Lesly Johanna Benítez Pincay

Guayaquil – Ecuador

2021



Declaración de responsabilidad del estudiante

Yo, **GEMA JUDITH BARÉN GUAMÁN**, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de Titulación, válido para optar por el título de Tecnóloga en Administración de Empresas, titulado: **“ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD DE APERTURA DE UNA NUEVA SUCURSAL DE LA COMPAÑÍA FARMACÉUTICA MALAVE S.A. COMFARMALSA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**, es de mi autoría que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad de este trabajo de investigación, al instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

Gema Barén

Gema Judith Barén Guamán

C.I. 092648730-7



Factura: 002-003-000009118



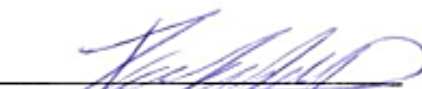
20210901054D00843

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20210901054D00843

Ante mí, NOTARIO(A) PAULA CARIBE SUBIA PINTO de la NOTARÍA QUINCAGESIMA CUARTA , comparece(n) GEMA JUDITH BAREN GUAMAN portador(a) de CÉDULA 0926487307 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil CASADO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD DEL ESTUDIANTE, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), SE DEJA CONSTANCIA QUE NO SE PUDO INCORPORAR LA FICHA ÍNDICE DEL CERTIFICADO ELECTRÓNICO DE DATOS DE IDENTIDAD CIUDADANA, DEBIDO A FALLAS DEL REGISTRO CIVIL POR LO QUE SE ADJUNTA COPIA DE SUS DOCUMENTOS DEBIDAMENTE CERTIFICADA. para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaría, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 20 DE AGOSTO DEL 2021, (12:01).

Gema Barén

GEMA JUDITH BAREN GUAMAN
CÉDULA: 0926487307


NOTARIO(A) PAULA CARIBE SUBIA PINTO
NOTARÍA QUINCAGESIMA CUARTA DEL CANTÓN GUAYAQUIL

REPÚBLICA DEL ECUADOR
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL
IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

N. 092648730-7

CECULA DE CIUDADANA
APELLIDOS Y NOMBRES BAREN GUAMAN
GEMA JUDITH
LUGAR DE NACIMIENTO GUAYAS
FECHAS DE NACIMIENTO 1994-09-13
NACIONALIDAD ECUATORIANA
SEXO MUJER
ESTADO CIVIL CASADO
DAVID MIGUEL LONDA QUINDE

INSTRUCCIÓN SUPERIOR
PROFESIÓN / OCUPACIÓN ESTUDIANTE

E1333V1ZZ

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE BAREN LOOR LUIS POMPEYO
APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE GUAMAN HACIPUCHA ROSA MARGARITA
LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN GUAYAQUIL

2020-08-31
FECHA DE EXPIRACIÓN
2030-08-31

Gema Baren

NOTARIA QUINCHAGÉSIMA CHARTA DEL CANTÓN GUAYAQUIL

CERTIFICADO DE VOTACIÓN 11 ABRIL 2021

PROVINCIA: GUAYAS
CIRCUNSCRIPCIÓN: 1
CANTÓN: GUAYAQUIL
PARROQUIA: FEBRES CORDERO
ZONA: 1
JUNTA No. 0025 FEMENINO

N. 1775885

BAREN GUAMAN GEMA JUDITH

CIDUDANARHO

ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED SUFRAGÓ EN LAS ELECCIONES GENERALES 2021

NOTARIA QUINCHAGÉSIMA CHARTA DEL CANTÓN GUAYAQUIL
FIEL COPIA DE DOCUMENTOS EXHIBIDOS EN ORIGINAL
DOY FE que la fotocopia(s) que antecede(n) es (son) igual(es)
al (los) documento(s) original(es) que me fue exhibido en
FOJA(S) 20 AGO 2021
Guayaquil,

Ab. Paula Subia Pinto
NOTARIA



CERTIFICADO DE IDENTIDAD Y ESTADO CIVIL



Gema Barón

Número único de identificación: 0926487307
Nombres del ciudadano: BAREN GUAMAN GEMA JUDITH
Condición del cedulao: CIUDADANO
Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/FEBRES CORDERO
Fecha de nacimiento: 13 DE SEPTIEMBRE DE 1994
Nacionalidad: ECUATORIANA
Sexo: MUJER
Instrucción: SUPERIOR
Profesión: ESTUDIANTE
Estado Civil: CASADO
Cónyuge: LONDA QUINDE DAVID MIGUEL
Fecha de Matrimonio: 14 DE DICIEMBRE DE 2012
Nombres del padre: BAREN LOOR LUIS POMPEYO
Nacionalidad: ECUATORIANA
Nombres de la madre: GUAMAN NACIPUCHA ROSA MARGARITA
Nacionalidad: ECUATORIANA
Fecha de expedición: 31 DE AGOSTO DE 2020
Condición de donante: NO DONANTE

Información certificada a la fecha: 20 DE AGOSTO DE 2021
Emisor: Agencia Virtual Registro Civil

Nota: Este certificado sustituye a los certificados Biométricos y de Filiación.



N° de certificado: 211-613-52941



211-613-52941

F. Alvear

Ing. Fernando Alvear C.

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación



Certificación del tutor(a)

Ing. Lesly Johanna Benítez Pincay, en calidad de tutor del trabajo de titulación.

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación valido para optar por el título de Tecnólogo en Administración de Empresas, cuyo tema es: ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA APERTURA DE UNA NUEVA SUCURSAL DE LA COMPAÑÍA FARMACÉUTICA MALAVÉ S.A. COMFARMALSA situada en la ciudad de Guayaquil, fue elaborado por la señora Gema Judith Barén Guamán, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que siga lo dispuesto por el Instituto Tecnológico de Formación Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación de defensa del mismo, previo a la obtención del título.

.....

Ing. Lesly Johanna Benítez Pincay

Tutor de Trabajo de Titulación

Dedicatoria

En primera instancia agradezco a mis formadores, personas de gran sabiduría quienes se han esforzado por ayudarme a llegar al lugar en el que me encuentro, el proceso no ha sido sencillo, pero gracias al empeño de transmitirme sus conocimientos y dedicación, he logrado importantes objetivos como culminar el desarrollo de mi tesis con éxito y obtener una titulación profesional.

Dedico este trabajo a mi adorada madre, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones, a mi abuelito, a pesar de nuestra distancia, siento que estás conmigo siempre y aunque faltaron momentos por vivir juntos, sé que este hubiera sido tan especial para ti como lo es para mí, a mi esposo por compartir momentos significativos conmigo por siempre escucharme y ayudarme en cualquier momento, a mis hijos sin ellos no hubiera tenido motivos para ser alguien en el cual sientan orgullo, y a mis compañeros porque sin el equipo que formamos no habiéramos logrado esta meta.

Gema Judith Barén Guamán

Agradecimiento

Agradezco a Dios por bendecirme día a día, otorgarme salud, fortaleza y capacidad para llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional y lograr este sueño anhelado.

Al Instituto Superior Universitario de Formación por darme la oportunidad de culminar mi carrera profesional, a los docentes que otorgaron sus conocimientos y apoyo.

A mi tutora de tesis Ing. Lesly Benítez por tener toda la paciencia del mundo para guiarme en el proceso de mi titulación.

Sé que el camino hasta aquí no ha sido fácil, pero agradezco a mi familia, mi esposo, mis hijos y mis amigos, por contribuir con un granito de arena y brindarme su amor cada día.

¡Que nadie se quede afuera!, este proyecto no hubiera sido posible sin el apoyo de todos y cada uno de los seres queridos que forman parte de mi vida.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Declaración de responsabilidad del estudiante.....	I
Reconocimiento de firma, notariado	II
Copia a color de: Cedula de ciudadanía y Certificado de Votación	III
Certificación del tutor(a)	V
Dedicatoria.....	VI
Agradecimiento	VII
Índice de Tablas.....	XI
Índice de Gráficos.....	XII
Índice de Imagen	XIII
Índice de Anexos	XIV
Informe del Urkund	XV
Resumen	XVI
Abstract.....	XVII
Introducción.....	1
Problema Científico.....	3
Objetivo de la Investigación	3
Capítulo I.....	5
1. Fundamentación	5
1.1. Marco Histórico	5
1.1.1. Origen de los Estudios de Factibilidad.....	5
1.1.2. Historia de la industria farmacéutica.....	5
1.1.3. Breve historia de la Compañía Farmacéutica Malavé S.A.....	6
1.2. Marco Teórico.....	8
1.2.1. Definición de Administración	8
1.2.2. Definición de Planeación.....	8
1.2.3. Definición de Factibilidad	9
1.2.4. Tipos de Factibilidad	10
1.2.5. Definición de Franquicia	12
1.3. Marco Conceptual.....	14
1.4. Marco Legal.....	16
1.4.1. Constitución de la República del Ecuador.....	16

1.4.2.	Plan Nacional de Desarrollo TODA UNA VIDA (2017-2021)	17
1.4.3.	Código orgánico de la producción, comercio e inversiones, COPCI	18
1.4.4.	Código Tributario del Ecuador	19
1.4.5.	Ley de Defensa al Consumidor	19
1.4.6.	Ley de Comprobantes de Venta y Retención	23
1.4.7.	Reglamentos de Farmacia.....	23
1.4.8.	Ley de Salud	28
1.4.9.	Ley de Patentes Municipales en el Cantón Guayaquil	31
1.4.10.	Patentes municipales en el Cantón Guayaquil.....	31
1.4.11.	Permisos Municipales.....	33
1.4.12.	Código de Comercio	35
1.4.13.	Ley de propiedad intelectual.....	37
Capítulo II.....		38
2.	Metodología.....	38
2.1.	Enfoque de la Investigación	38
2.1.1.	Enfoque Mixto	38
2.1.2.	Cualitativa.....	38
2.1.3.	Cuantitativa.....	38
2.2.	Tipos de Investigación	39
2.2.1.	Descriptiva.....	39
2.2.2.	Explicativa	39
2.3.	Métodos de Investigación	39
2.3.1.	Método Teórico	39
2.3.2.	Método Empírico.....	40
2.3.3.	Método Estadístico	40
2.3.5.	Análisis de observación	54
2.3.6.	Herramientas de análisis	55
Capítulo III		59
3.	Propuesta	59
3.1.	Título de la propuesta.....	59
3.2.	Objetivo de la propuesta.....	59
3.3.	Descripción de la propuesta	60
3.3.1.	Etapas de la propuesta	61

3.3.2.	Etapa 2: Estudio técnico	65
3.3.3.	Etapa 3: Estudio Financiero.....	68
3.3.4.	Etapa 4: Estudio Organizacional	92
3.4.	Seguimiento de la propuesta	99
3.5.	Resultados esperados en la aplicación de la propuesta.....	100
4.	Conclusiones	101
5.	Recomendaciones.....	102
	Referencias Bibliográficas.....	103
	Anexos.....	106

Índice de Tablas

Tabla 1 Edad.....	43
Tabla 2 Se deba implementar.....	44
Tabla 3 Ha influido en la implementación.....	45
Tabla 4 A cual acude frecuentemente.....	46
Tabla 5 Clase de medicamentos consumen.....	47
Tabla 6 Una farmacia debe contar con amplia infraestructura.....	48
Tabla 7 La no presencia de una farmacia por el sector se debe a.....	49
Tabla 8 Debe existir una farmacia por el sector.....	50
Tabla 9 Falta de poder negociar la implementación.....	51
Tabla 10 Poca seguridad.....	52
Tabla 11 Es necesario el servicio a domicilio.....	53
Tabla 12: Equipos, muebles de oficina y maquinaria.....	65
Tabla 13: Muebles de Oficina.....	69
Tabla 14: Equipo de Computación.....	69
Tabla 15: Equipos de Oficina.....	69
Tabla 16: Suministros de Oficina.....	70
Tabla 17: Gastos de Constitución y Remodelación.....	71
Tabla 18: Balance Inicial.....	72
Tabla 19: Rol de Pagos y Provisiones.....	73
Tabla 20: Gastos administrativos y de ventas.....	74
Tabla 21: Ventas al Costo.....	75
Tabla 22: Proyección de Ventas.....	82
Tabla 23: Estado de Resultados.....	89
Tabla 24: Estado de Situación Financiera.....	90
Tabla 25: Flujo de Caja.....	91
Tabla 26: Flujo Neto.....	92
Tabla 27: VAN y TIR.....	92
Tabla 28: Inversión Inicial.....	92

Índice de Gráficos

Gráfico 1 Edad.....	43
Gráfico 2 Se deba implementar.....	44
Gráfico 3 Ha influido en la implementación.....	45
Gráfico 4 A cual acude frecuentemente	46
Gráfico 5 Clase de medicamentos consume	47
Gráfico 6 Una farmacia debe contar con amplia infraestructura	48
Gráfico 7 La no presencia de una farmacia por el sector se debe a.....	49
Gráfico 8 Debe existir una farmacia por el sector.....	50
Gráfico 9 Falta de poder negociar la implementación.....	51
Gráfico 10 poca seguridad.....	52
Gráfico 11 Es necesario el servicio a domicilio.....	53

Índice de Imagen

Imagen 1: Competencia "La Primicia"	62
Imagen 2: Competencia "Sana Sana"	62
Imagen 3: Competencia "Fybeca"	62
Imagen 4: Competencia "Keyla"	63
Imagen 5: Proveedor "DIFARE"	63
Imagen 6: Proveedor "FAMAYALA"	64
Imagen 7: Proveedor "BOTICAS UNIDAS"	64
Imagen 8: Proveedor "LABORATORIOS ROCNARF"	64
Imagen 9: Presentación del Local 1	66
Imagen 10: Distribución del local	67
Imagen 11: Logo y Slogan de la Empresa	93
Imagen 12: Logo y Slogan de la sucursal	93
Imagen 13: Organigrama de la Empresa	94
Imagen 14: Organigrama Operativa	95

Índice de Anexos

Anexo 1: Encuesta	106
Anexo 2: Guía de Observación	108
Anexo 3: Cupones	109
Anexo 4: Afiches Promocionales	110

CERTIFICACIÓN

En calidad de revisor del trabajo de titulación “ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD DE APERTURA DE UNA NUEVA SUCURSAL DE LA COMPAÑÍA FARMACÉUTICA MALAVE S.A. COMFARMALSA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.”.

CERTIFICO

Que el trabajo de la estudiante **GEMA JUDITH BARÉN GUAMÁN** ha sido analizado por un sistema de reconocimiento de texto automático **URKUND ANALYSIS**.

Los resultados alcanzados evidencian el cumplimiento del nivel de coincidencias permitido hasta el 17%. Por tanto, se autoriza su impresión y presentación al acto de defensa



Dr. C. Rafael Bell Rodríguez

Vicerector Académico



@univestarlodeformacion

Resumen

El presente estudio de factibilidad consiste en comprobar la rentabilidad de apertura de una nueva sucursal de FARMACIAS CRUZ AZUL del GRUPO DIFARE, ofreciendo un servicio a domicilio enfocado a disminuir la dificultad del cliente para el abastecimiento de medicamentos e implementos de aseo personal, para realizar este estudio fue necesario plantear una investigación de campo, observando el entorno para conocer las necesidades y dificultades identificadas, la salud del entorno mundial está directamente relacionada con el avance científico, con la investigación médica y con el desarrollo del conocimiento, por lo que se hace indispensable una difusión continua y sustentable de los aspectos científicos que permitan llegar en forma efectiva a los profesionales involucrados en las prescripción de los diferentes protocolos, una de las formas más utilizadas para la difusión de las medicinas, los avances tecnológicos y científicos que se dan en el mundo tocan todos los aspectos de la vida, el campo de salud es sin lugar a dudas uno de los mayores y mejores beneficiados de estos desarrollados, así como nuevas herramientas se desarrollan, al igual que aparecen nuevas enfermedades, debido a estos cambios es un pro y contra de la salud de las personas y con esto la industria farmacéutica se ha convertido en un verdadero protagonista , por su papel de investigador, creador, productor y comercializador de productos que apuntan a prevenir, tratar y curar las enfermedades.

Palabras Clave: Factibilidad, farmacéutica, administración, planeación.

Abstract

This feasibility study consists of verifying the profitability of opening a new branch of FARMACIAS CRUZ AZUL of the DIFARE GROUP, offering a home service focused on reducing the client's difficulty in supplying medications and personal hygiene implements, to carry out this study it was necessary to propose a field investigation, observing the environment to know the needs and difficulties identified, the health of the world environment is directly related to scientific progress, medical research and the development of knowledge, which is why it is essential a continuous and sustainable dissemination of scientific aspects that allow reaching effectively the professionals involved in prescribing the different protocols, one of the most widely used forms for the dissemination of medicines, technological and scientific advances that occur in the world touch every aspect of life, the health field is undoubtedly one of the biggest and best beneficiaries of these developed, as well as new tools are developed, just as new diseases appear, due to these changes it is a pros and cons of the health of people and with this the pharmaceutical industry has become a true protagonist, for its role as researcher, creator, producer and marketer of products that aim to prevent, treat and cure diseases.

Key Words: Feasibility, pharmaceutical, administration, planning.

Introducción

El presente trabajo de investigación plantea determinar el grado de rentabilidad al momento de aperturar una nueva farmacia y de acuerdo a los resultados obtenidos, buscar alternativas que ayuden a identificar ventajas competitivas y la satisfacción total de las necesidades y expectativas de los clientes, poniendo énfasis en el desarrollo personal y profesional de los trabajadores, proporcionando información que permita tomar decisiones a partir de datos reales y confiables que lleven a la excelencia empresarial.

La gestión en el mundo empresarial determina una herramienta fundamental para el desarrollo socioeconómico, no solo de las propias empresas que implementan su sistema de gestión, sino también para el sector de actividad o país, la calidad en el proceso de factibilidad nos aporta a reducir la improvisación dentro de nuestros procesos, de tal manera que nuestro primer objetivo sea llevar a cabo las funciones planificadas en cada momento y analizar el modo de actuar durante situaciones normales de condiciones óptimas de funcionamiento, o por el contrario a cómo actuar ante una desviación de los requisitos establecidos, de la misma manera la gestión de la rentabilidad brinda una clave no solo para planificar los procesos sino también para establecer mecanismos para el procedimiento y la mejora de los mismos, siendo así, para nadie es nuevo que las empresas tienen que obtener una rentabilidad adecuada que permita financiar sus operaciones en un tiempo determinado, así como recompensar a sus accionistas, y porque no empleados de tal forma la rentabilidad se ve afectada por decisiones que tomemos, tanto en la parte comercial como en la parte operativa, por lo tanto tener un modelo o sistema de información de la rentabilidad pasa por ser una obligación para cualquier empresa, la atención al cliente influye en la rentabilidad de la empresa por tal motivo, se debe canalizar si los descuentos, la calidad generan permanencia en el mercado farmacéutico, el anhelo de obtención de medicinas y productos de aseo personal de la gente y el riesgo de emprender gestionan a un análisis de rentabilidad sobre si es factible o no aperturar una nueva farmacia, la rentabilidad sea considerada como una medida de la capacidad de los activos de una empresa para generar utilidades sin importar como han sido financiadas, lo que permite la comparación de la factibilidad entre sociedades sin que la diferencia de sus distintas estructuras financieras tengan problemas en el proceso de análisis, puesta de manifiesto en el pago de intereses afecte el valor de la rentabilidad.

Por lo tanto, la poca rotación puede indicar más que ineficiencia de la empresa en el uso de sus capitales, alta concentración en activos fijos o baja tasa de ocupación, la rentabilidad es el resultado de la relación que mantiene la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, la cual evalúa la capacidad y efectividad con la que laboran las personas responsables de la gerencia, de tal manera se ve demostrada en las utilidades generadas y la utilización de inversiones, por su parte, la liquidez se define como la sensibilidad de los precios del nivel de los volúmenes negociados, por lo que un mercado es líquido si los activos se pueden comprar o vender sin tener cambios significativos en los precios, el interés de esta magnitud reside en que permite conocer el grado de aprovechamiento de futuras inversiones, es muy conveniente también analizar la situación de la empresa partiendo de sus estados financieros que otorgan una clara situación de expansión o crecimiento.

Por muchos años se ha tenido por aceptado que la meta de las empresas es obtener utilidad, desde la perspectiva de los accionistas, se considera que la acción por utilidad tiene más significado que un resultado en términos absolutos, para aquellas empresas cuyas acciones cotizan en bolsa, la meta ha sido la maximización en inversión, concepto que lleva implícito el potencial de la empresa y la capacidad de generación de fondos en el futuro, sin embargo el concepto ya empieza a ser modificado por otra creación de valor, hasta nuestros días por más de 1 siglo hemos tenido indicadores financieros que pretenden demostrar la capacidad de las empresas de lograr las metas antes mencionadas, pero tanto las empresas como las circunstancias del entorno se han transformado, hoy hablamos de organización de un mayor uso de herramientas tecnológicas de una orientación a la calidad en los productos y nuevas formas de hacer negocio, si partimos del principio de que las empresas se han transformado y el mercado al cual dirigen sus productos y servicios también lo han hecho, sería muy riesgoso determinar que es posible continuar en proceso las empresas y medir su actuación, únicamente con la información obtenida de la contabilidad tradicional.

Toda gerencia en algún momento se reúne para tomar decisiones importantes acorde a la situación de la empresa, sin embargo existe escasa información que describe el comportamiento de la rentabilidad, de la misma forma es necesario conocer y explicar los índices de rentabilidad para identificar estándares o patrones que faciliten la toma de decisiones, todas estas razones contribuyen al rol del administrador, porque conoce la información financiera y económica de forma precisa, oportuna y real mediante la

capacidad, y para suministrar información que cumpla con el objetivo administrativo, financiero, económico, y tributario, que puedan satisfacer la necesidad de información que los usuarios tanto como internos y externos de la organización el administrador buscara tomar decisiones importantes de forma asertiva.

De aquí nace la necesidad de enfocarnos en el “Análisis de factibilidad para aperturar una nueva sucursal de la COMPAÑÍA FARMACÉUTICA MALAVE S.A. COMFARMALSA con domicilio en la ciudad de Guayaquil”.

Problema Científico

¿Cómo evaluar la viabilidad de aperturar de una nueva farmacia Cruz Azul de la Compañía Farmacéutica MALAVÉ S.A. COMFARMALSA en la ciudadela Guayacanes en el norte de Guayaquil?

Una farmacia es considerada la primera opción en cuestión de salud, ya que ofrece diversos productos y utensilios de primera necesidad, por lo tanto, una sucursal abastecida y de fácil acceso para la comunidad que ofrece productos de primera calidad para la salud, y aseo personal, estudiando el mercado al que se dirige determinando la factibilidad de la sucursal con precios accesibles al consumidor.

Objetivo de la Investigación

Desarrollar un estudio de factibilidad para la apertura de una sucursal farmacia Cruz Azul de la Compañía Farmacéutica MALAVÉ S.A. COMFARMALSA en la Ciudadela Guayacanes situada en el norte de Guayaquil.

Como objetivo de la investigación se ha empleado los siguientes estudios para determinar el segmento de la población al cual se va a dirigir la sucursal farmacéutica, las estrategias que se van a usar para acoplarse al segmento de mercado seleccionado y la demanda potencial estimada de este segmento.

Realizar un estudio técnico basado en la teoría de filas de espera para determinar el número de cajas en el punto de servicio, identificando requerimientos, materiales y distribución física.

Diseñar un proceso que permita calcular el nivel de satisfacción del cliente mediante el seguimiento al comportamiento del consumidor, la gestión para el logro de la lealtad del cliente, sus preferencias del consumo y las tendencias de evolución del negocio.

Realizar una evaluación financiera del proyecto que permita evaluar su factibilidad económica en el periodo enero 2021 a enero 2022.

Capítulo 1. Fundamentación: En el primer capítulo se expone las características más notables de la factibilidad con respecto a la historia, también se detallan conceptos relacionados al análisis de factibilidad.

El análisis de factibilidad es importante para determinar la rentabilidad de una nueva sucursal y así mantenerse estable ante las organizaciones competidoras.

Capítulo 2. Marco Metodológico: En el segundo capítulo se menciona el estudio metodológico que se empleó en este proyecto de estudio, así también como las técnicas y métodos, que se utilizaron para el desarrollo del presente proyecto de trabajo y con ello poder obtener los datos estadísticos que se obtuvieron por medio de los resultados de las encuestas. En este capítulo se presentan los análisis de resultados y con ello la interpretación, indicando la tabulación y análisis de observación obtenidos de las encuestas realizadas. Esta información es de suma importancia, por motivo que este resultado será útil para las diferentes pautas que sean necesarias para realizar el análisis en el proyecto de investigación.

Capítulo 3. Propuesta: En este capítulo se presenta los análisis de los resultados y la interpretación, señalando los cuadros estadísticos y análisis de observación que se obtuvieron de las encuestas. Esta información es fundamental, por motivo que con este resultado obtenido se podrá dar solución a la problemática que se presenta en el proyecto de investigación.

Capítulo I

1. Fundamentación

1.1. Marco Histórico

1.1.1. Origen de los Estudios de Factibilidad

En la antigüedad el término abarca un significado más extenso a nivel filosófico, debido a que se refería al deseo del ser humano por manifestar se hacia los demás y trascender, puesto que se enfrentan a nuevas situaciones que se presentan a lo largo de la vida, por otro lado se denomina proyecto de desarrollo, vale la pena recalcar que un proyecto no es lo mismo que un programa, debido a que corresponde a un conjunto de proyectos, el cual se denomina entidad operativa, autónoma y detallada que forma parte de un programa, por esta razón se declara que existen diferentes proyectos que pueden ser: desarrollo, inversión, investigación, aprendizaje, factible que dependen el fin que persiguen. El objetivo de un estudio de factibilidad es que la propuesta sea realizada de forma inmediata, considerando que se dé como respuesta o solución a un problema previamente identificado.

Para realizar un estudio de factibilidad se debe haber identificado claramente el problema, y definido una solución viable económica, social y ambientalmente, que permita mostrar evidencias de los motivos por los que se debe llevar a cabo, un estudio de factibilidad es importante ya que al realizarlo se puede renunciar al proyecto, por no considerarse suficientemente aceptable o beneficioso para el inversionista o esperar para mejorarlo, además se espera que con este estudio se certifique la existencia de un mercado potencial y la justificación administrativa y financiera para su ejecución. (Andrade & Sacoto, 2012)

1.1.2. Historia de la industria farmacéutica

La creación de las industrias farmacéuticas surgió con las diferentes series de actividades que fueron relacionadas con la aparición de sustancias utilizadas en la medicina. A partir del siglo XIX, los propietarios de boticas y con ello, los mismos boticarios y químicos, obtenían de las plantas las partes secas que recogían de los lugares cercanos a ellos y de otros continentes.

Estas para obtenerlas las compraban a los especieros que obtenían, por las que las importaban de diferentes partes del mundo, siendo un negocio secundario por lo que

también comercializaban productos que fueran utilizados en la medicina, como por ejemplo el apio de Persia o la ipecacuana de Suramérica. Otros productos utilizados en la medicina fueron químicos sencillos y con ellos minerales que fueron adquiridos a comerciantes de aceites y gomas.

Así mismo boticarios y químicos fabricaban diferentes preparados y sustancias como por ejemplo de extractos, mezclas, tinturas, pomadas entre otros, por lo que elaboraban en cantidades mayores, ya que los utilizaban para su propio uso o para vender al granel a sus conocidos.

Por otro lado, en 1820, el químico francés Joseph Pelleterier, hizo una preparación del alcaloide activo que obtuvo de la corteza de la quina y posterior a eso la llamo quinina. Es así que después de este éxito que obtuvo aisló diversos alcaloides, como por ejemplo la atropina o la estricnina.

Gracias a su trabajo y el de otros investigadores dieron la posibilidad de dar normal las diversas medicinas. Una de las empresas primeras que hizo extrajo de alcaloides para comercializar fue la farmacia de T.H.Smith LTD. en Edimburgo perteneciente a Escocia. (Andrade & Sacoto, 2012)

1.1.3. Breve historia de la Compañía Farmacéutica Malavé S.A.

La Compañía Farmacéutica Malavé S.A. COMFARMALSA, es una de las franquicias del GRUPO DIFARE la cual es una empresa de capital 100% ecuatoriano que desde 1984, maneja su operación de forma ética, equitativa, inclusiva, transparente, solidaria y brinda soluciones para mejorar la calidad de la salud y bienestar de las personas impulsando al sector farmacéutico y de consumo a través de la Distribución Farmacéutica y Desarrollo de farmacias con presencia en las 4 regiones del país.

El modelo del negocio inclusivo y solidario bajo las marcas farmacias cruz azul, y farmacias comunitarias, fortalece, tecnifica y desarrolla a emprendedores para convertirlos en microempresarios farmacéuticos, llevándolos a ser los pioneros en este modelo de franquicias de farmacias del Ecuador, la promesa de la marca resume en su slogan: “Cruz Azul me cuida”, basada en los cuatro pilares fundamentales que ofrece al consumidor final: ahorro, confianza, cercanía y variedad, farmacias Cruz Azul ha impulsado el emprendimiento al convertir a más de 420 dueños de farmacias

independientes en microempresarios farmacéuticos, quienes reconocen las ventajas y oportunidades de ser parte de una marca valorada por el consumidor, por la cual ha demostrado que va más allá de la venta de medicinas, siendo sobre todo una marca entregada a sus clientes que se preocupa por la salud del consumidor, brindándoles la mayor variedad de medicinas, productos complementarios, la mejor cobertura, atención profesional y a los mejores precios, la industria farmacéutica surgió a partir de una serie de actividades diversas relacionadas con la obtención de sustancias utilizadas en medicinas, a principios del siglo XX los boticarios, químicos o los propietarios herbolarios obtenían partes secas de diversas plantas recogidas localmente o en otros continentes, estas últimas se compraban a los especieros que fundamentalmente importaban especias, pero como negocio secundario también comercializaban con productos utilizados con fines medicinales. (Comfarmalsa, 2020)

1.2. Marco Teórico

1.2.1. Definición de Administración

Según (Porter, 2012), define que:

El termino administración tiene también otros significados además de un proceso o un conjunto de actividades, a veces el termino se emplea para designar un área específica de la organización, a menudo cuando se realiza de esa forma no se refiere necesariamente a todos los miembros de la organización sino más bien a quienes ocupan los puestos con mayor poder e influencia de dicho escenario

Por otro lado (Covey, 2015), define que “la administración es el proceso cuyo objeto es la coordinación eficaz y eficiente de los recursos de un grupo social para lograr sus objetivos como la máxima productividad.”

Según (Chiavenato, 2019), define que “la administración es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar. Es decir, realizar un conjunto de actividades o funciones de forma secuencial.”

La autora define la administración como:

La ciencia que se enfoca en proponer objetivos para alcanzarlos, permite organizar las áreas de la organización, para obtener resultados más eficientes con los recursos que se poseen y para ello la administración involucra todas las actividades que sirven de base como son la planificación, organización, dirección, coordinación y control.

1.2.2. Definición de Planeación

Según (Reyes P., 2004), la planeación consiste “en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que harán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo, y la determinación de tiempos y números necesarios para su realización.”

Más adelante, (Dale, 2009), define a la planeación “como una determinación del conjunto de objetivos por obtenerse en el futuro y el de los pasos necesarios para alcanzarlos a través de técnicas y procedimientos definidos.”

Para (Terry, 2017), planeación es” la selección de relación de hechos, así como la formulación y uso de suposiciones respecto al futuro en la visualización y formulación de las actividades propuestas que se cree sean necesarias para alcanzar los resultados esperados.”

La planeación es la primera función administrativa, ya que analiza donde estamos, establece donde queremos ir, y señala que vamos a realizar para llegar a nuestro objetivo y como los vamos a lograr. El proceso de planeación consiste en:

- Análisis de la situación (donde estamos)
- Estableciendo objetivos (de qué forma avanzamos)
- Formulación de estrategias (el cómo lograrlo)
- Diseño de planes de acción (como lograrlo en detalles, es decir cómo llegar hasta el objetivo de forma segura)

Para la autora la planeación acciones concretas para objetivos futuros, formulando actividades necesarias para el funcionamiento y con ello alcanzar los resultados esperados.

1.2.3. Definición de Factibilidad

Según (Varela, 2003), entiende por factibilidad “las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”.

Por otro lado, Miranda, (2005), establece que:

Luego de realizar el estudio de factibilidad se puede decidir renunciar al proyecto, por no considerarse suficientemente aceptable, o beneficioso para el inversionista, o esperar para mejorarlo, quizá modernizado su diseño considerando las recomendaciones de persona experto, además se espera que con este estudio se certifique la existencia de un mercado potencial, y la justificación técnica, administrativa, financiera para su ejecución.

Por otro lado, Santos, (2008) menciona que:

Un estudio de factibilidad establece el cierre de los análisis de pre inversión el desarrollo de actividades que comprenden el diseño, evaluación y aceptación de las inversiones, garantizando que su implementación sea efectivamente justificada y que las soluciones que propone a nivel técnico y económico sea el más beneficioso, el cual para llevar a cabo se necesita 3 estudios: de mercado, técnico y financiero.

Para la autora “el estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se va a implementar sería rentable o no, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.”

1.2.4. Tipos de Factibilidad

Según (Rodríguez, 2012) los tipos de factibilidad son:

Factibilidad Económica: Dentro de estos estudios se pueden incluir el análisis del costo y beneficios asociados con cada alternativa del proyecto, con análisis de costo/beneficios, todos los costos y beneficios de adquirir y operar cada sistema alternativo se identifican y se establece una comparación entre ellos, esto permite seleccionar el más conveniente para la compañía.

Factibilidad Operacional: Este nuevo sistema puede hacer que los usuarios se resistan a él como consecuencia de una técnica de trabajo, miedo a ser desplazado u otras razones un sistema nuevo puede introducir cambios demasiado rápidos que no permita al personal adaptarse a él y aceptarlo.

Factibilidad Técnica: Permite evaluar si el equipo y software están disponibles y tienen las capacidades técnicas requeridas por cada alternativa del diseño que se esté planificando, también se consideran las interfaces entre los sistemas actuales y los nuevos, así mismo estos estudios consideran si las organizaciones tienen el personal que posee la experiencia técnica requerida para diseñar, implementar, operar y mantener el sistema propuesto.

Por otro lado, (Hernandez, 2012) considera los siguientes tipos:

Factibilidad Organizacional: El estudio organizacional busca determinar la capacidad operativa de la organización dueña del proyecto con el fin de conocer y evaluar

fortalezas y debilidades para definir la estructura de la organización en el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento. Es decir, para cada proyecto se deberá determinar la estructura organizacional acorde con los requerimientos que exija la ejecución del proyecto y la futura operación.

Factibilidad Legal: Busca determinar algunos aspectos legales como los requisitos para la constitución de una compañía, uso de patentes, leyes tributarias, permisos para el funcionamiento, aspectos laborales y de contratación para determinar de este modo si es conveniente la implementación del proyecto.

Factibilidad Política: Se refiere a que el sistema o proyecto debe respetar los acuerdos, convenios y reglamentos internos de tipo empresarial, o algún otro relacionado con el ámbito del proyecto.

Factibilidad de Tiempo: En ella se establece y se verifica que se cumplan los plazos establecidos entre lo planeado y lo real, para poder llevar a cabo el proyecto cuando se necesite.

Posteriormente, (Zarate, 2016) plantea los siguientes tipos de estudios de factibilidad:

Factibilidad Económica: Considera la disposición de recursos económicos como el capital o en los créditos de financiamiento necesario para invertir en el desarrollo del proyecto, analizar el modo de recuperación para que estos sea superiores a los costos de implementación.

Factibilidad Comercial: Se basa en un estudio de mercado de oferta y demanda de bienes o servicios a realizar, clientes potenciales, actuales a futuro y sus variables relevantes. Los costos de proveedores, disponibilidad y precio de los insumos considerados, los análisis del consumidor tienen por objeto caracterizar a los consumidores actuales y potenciales, identificando sus preferencias, hábitos de consumo, motivaciones, etc. Esta caracterización es el dato clave para determinar de definir el producto y la estrategia de comercialización.

Factibilidad Humana: Considera la selección óptima de personal capacitado que se requiere para llevar a cabo cada una de las fases del proyecto desde su planeación, construcción hasta la entrega llave en mano del producto y los servicios propuesto en el proyecto desarrollado, así como la organización de cada uno de las personas que

intervienen tanto en la administración de recursos como en la operación de venta y promoción.

Factibilidad Técnica: Se requiere a presentar un estudio con los requisitos óptimos que el proyecto requiera, estos elementos deberán ser los necesarios para que las actividades y resultados del proyecto sean obtenidos con la máxima eficacia. Considerando la disposición del personal capacitado y con el conocimiento y habilidades en el manejo de procedimientos y funciones requeridas para el desarrollo del proyecto.

Factibilidad Ecológica: Es importante considerar procedimientos que eviten el mal uso de los recursos, que permita mantener un equilibrio entre el ecosistema, llevar a cabo estudios de impacto ecológico en la zona, de impacto urbano y de impacto social.

Factibilidad Legal: Se refiere a que el desarrollo del proyecto no debe infringir ninguna norma o ley establecida a nivel local, municipal, estatal o federal. Realizando los trámites legales pertinentes para la implementación del proyecto.

Factibilidad Temporal: En ella se verifica que se cumplan los plazos entre lo planeado y lo real, para poder llevar a cabo el proyecto cuando se necesite, se realiza un cronograma de actividades para trabajar en conjunto.

1.2.5. Definición de Franquicia

Una franquicia funciona como un contrato para la adquisición de un negocio ya establecido, este le permite al franquiciatario la utilización y venta de un producto o servicio, de acuerdo al plan de operaciones, estrategia y territorio que el franquiciante determina. Así mismo este provee al franquiciado capacitación y asistencia en la administración del negocio, reduciendo así los riesgos que conllevan tener un negocio". (Neu, 1980)

Una franquicia es "A largo plazo, una relación continua de negocios entre el franquiciante y el franquiciatario, donde el primero le otorga derechos de licencia bajo determinados requisitos y restricciones, para conducir un negocio utilizando la marca y servicios del franquiciante, de igual manera se le provee de consejos y asistencia en la organización y administración del negocio. (Tarbutton, 1986)

En otras palabras, una franquicia se puede definir como “un modelo de negocios donde el franquiciante (dueño de la franquicia) es quien otorga la licencia de una marca y el know how (saber hacer) para operar al franquiciatario. Esto significa que, por determinado tiempo, el franquiciatario utilizara esa marca y manejará un negocio de manera uniforme al resto de las unidades franquicias anteriormente. La ventaja de este modelo es que, a cambio de una inversión, obtienes los beneficios de trabajar con un producto o servicio ya probado y con bajo riesgo”. (Sherman, 1993)

Para la autora, se puede definir que la franquicia es una estrategia de negocio para ganar nuevos clientes y conservar los ya existentes, es también un sistema de mercadotecnia para crear una imagen en los clientes acerca de cómo un producto o servicio de una empresa puede darles un beneficio de productos y servicios que satisface las necesidades de los clientes, esto mediante un trabajo en equipo y compromiso mutuo del franquiciante y el franquiciado para compartir un mercado, cubriendo así más territorio y demanda que la competencia.

1.3. Marco Conceptual

Disciplina: La disciplina dentro de una organización es un factor indispensable para su buen funcionamiento, ya que la misma ayuda a evitar enfrentamientos con el personal, un buen liderazgo es fundamental para lograr acuerdos justos en disputas y la correcta aplicación de sanciones. (Dale, 2009)

Estudio de Mercado: La factibilidad del proyector se especifica en el estudio del mercado, que es conocer, cuantificar los clientes de la farmacia en desarrollo, así como la competencia en este tipo de empresa, un análisis de precios y la comercialización al aplicar con el objeto de impulsar sus productos farmacéuticos. (Villarán, 2009)

Farmacéutica: Es la disciplina que se encarga de la generación de productos que sirven como fármacos para tratar diversas dolencias, por extensión se hace referencia a farmacia como el lugar físico en donde se comercializan medicamentos e implementos de aseo personal. (Velasco, 2018)

Franquicia: Es un tipo de contrato en el que una empresa (franquiciadora) cede a otra (la franquiciada) el derecho a la comercialización de ciertos productos o servicios dentro de un ámbito geográfico determinado y bajo ciertas condiciones. Esto a cambio de una compensación económica. (Gonzalo, 2017)

Franquiciado: Es aquella persona que puede ser cualquiera de nosotros, si contamos con algún capital y podemos invertir en una franquicia para obtener el patrocinio de una marca conocida. (Kiser, 2017)

Franquiciante: Es aquella persona natural o jurídica que se ha organizado para poder ofrecer su negocio bajo el formato de franquicias. (Kiser, 2017)

Implementación: Una implementación es la ejecución y/o puesta en marcha de una idea programada, ya sea, de una aplicación informática, un plan, modelo científico, diseño específico, estándar, algoritmo o política. (Robbins, 2017)

Importancia del Estudio de Mercado: El estudio de mercado se constituye en el parámetro para tomar la decisión de seguir o no en el estudio del proyecto, ya que permite determinar si la creación de la nueva farmacia cuenta con un mercado factible de incursionar, por motivo que provee la información necesaria con respecto a la oferta y demanda, permitiendo que de esta manera realizar un diagnóstico del mercado, para poder establecer las mejores condiciones del servicio farmacéutico. (Macho, 2013)

Know How: O “saber hacer”, es un conjunto de conocimientos prácticos relativos a los métodos de fabricación, comercialización, gestión y financiamiento de productos y servicios. Es en términos prácticos el conocimiento y la experiencia que ha acumulado el franquiciante y que servirá para que el franquiciado no pague ese llamado “derecho de piso”, que con frecuencia para aquel que crea o inventa un nuevo negocio”. (Kiser, 2017)

Unidad de mando: En las organizaciones es necesario tener un solo jefe o una sola autoridad, para que el talento humano existente pueda cumplir a tiempo las órdenes recibidas, la unidad de mando es una necesidad general y permanente para evitar la dualidad de mando. (Fayol, 2003)

1.4. Marco Legal

1.4.1. Constitución de la República del Ecuador

TÍTULO II

DERECHOS

CAPÍTULO SEGUNDO

DERECHOS DEL BUEN VIVIR

Sección segunda: Ambiente Sano

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, Sumak Kawsay.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

SECCIÓN OCTAVA

TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL

Art. 33.- El trabajo es un derecho, un deber social y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El estado garantizara a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Art. 34.- El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del Estado. La seguridad social se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaria, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades individuales y colectivas. (Ecuador, 2008)

1.4.2. Plan Nacional de Desarrollo TODA UNA VIDA (2017-2021)

“Toda una vida” implica garantizar el acceso progresivo de las personas a sus derechos, a través de las políticas públicas y con ello programas para el buen desarrollo humano y social de la ciudadanía.

Eje 1: Derechos para todos durante toda la vida

Objetivo 1: Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas.

Una vida digna implica pensar en un hábitat urbano y rural, natural y artificial, que sea sostenible, equitativo, seguro, adaptable y ambientalmente sano, que respalde el desarrollo urbano y el acceso a la vivienda, y que propenda a la responsabilidad intergeneracional pensando en el manejo responsable y sostenible de recursos como el agua, el suelo, el aire y el espacio público.

Metas a 2021

- Reducir la brecha de empleo adecuado entre hombres y mujeres del 33,5% al 28,7% a 2021.
- Reducir la brecha salarial entre hombres y mujeres del 21,9% al 18,4% a 2021.
- Incrementar el porcentaje de personas cubiertas por alguno de los regímenes de seguridad social pública contributiva del 47% al 51,2% a 2021.
- Aumentar la cobertura, calidad, y acceso a servicios de salud: incrementar la proporción de nacidos vivos con asistencia de personal de la salud del 95% al 98,9% a 2021.
- Aumentar la cobertura, calidad y acceso a servicios de salud: incrementar la tasa de profesionales de la salud de 25,1 a 34,8 por cada 10 000 habitantes a 2021.
- Aumentar la cobertura, calidad y acceso a servicios de salud: reducir el porcentaje del gasto de bolsillo de los hogares en salud a 2021.
- Aumentar la cobertura, calidad y acceso a servicios de salud: incrementar el porcentaje de percepción positiva de los hogares con relación a servicios públicos de salud de calidad a 2021.

Eje 2: Economía al servicio de la sociedad

Objetivo 5: impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.

La generación de trabajo y empleo es una preocupación permanente en los diálogos. En ellos se propone la dinamización del mercado laboral a través de tipologías de contratos para sectores que tienen una demanda y dinámica específica. Asimismo, se proponen incentivos para la producción que van desde el crédito para la generación de nuevos emprendimientos; el posicionamiento de sectores como el gastronómico y el turístico- con un especial énfasis en la certificación de pequeños actores comunitarios-; hasta la promoción de mecanismos de comercialización a escala nacional e internacional.

Políticas:

5.1 Generar trabajo y empleo dignos fomentando el aprovechamiento de las infraestructuras construidas y las capacidades instaladas.

5.2 Promover la productividad, competitividad y calidad de los productos nacionales, como también la disponibilidad de servicios conexos y otros insumos, para generar valor agregado y procesos de industrialización en los sectores productivos con enfoque a satisfacer la demanda nacional y de exportación.

Metas a 2021

Incrementar la tasa de empleo adecuado del 41,2% al 47,9% a 2021. (Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida, 2021)

1.4.3. Código orgánico de la producción, comercio e inversiones, COPCI

CAPITULO I

Del Objetivo y Ámbito de Aplicación

Art. 2.- Actividad Productiva. - Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

CAPITULO II

De la Promoción del Trabajo Productivo Digno

Art. 8.- Salario Digno. - El salario digno mensual es el que cubra al menos las necesidades básicas de la persona trabajadora, así como las de su familia, y corresponde al costo de la canasta básica familiar dividido para el número de perceptores del hogar. El costo de la canasta básica familiar y el número de perceptores del hogar serán determinados por el organismo rector de las estadísticas y censos nacionales oficiales del país, de manera anual, lo cual servirá de base para la determinación del salario digno establecido por el Ministerio de Relaciones laborales. (COPCI, 2010)

1.4.4. Código Tributario del Ecuador

CAPÍTULO VIII

DEL DOMICILIO TRIBUTARIO

Art. 61.- Domicilio de las personas jurídicas. - Para todos los defectos tributarios se considera como domicilio de las personas jurídicas:

- a) El lugar señalado en el contrato social o en los respectivos estatutos; y,
- b) En defecto de lo anterior, el lugar en donde se ejerza cualquiera de sus actividades económicas o donde ocurriera el hecho generador. (L.O.R.T.I., 2018)

1.4.5. Ley de Defensa al Consumidor

CAPITULO I

PRINCIPIOS GENERALES

Art. 1.- Ámbito y Objeto. - Las disposiciones de la presente Ley son de orden público de interés social, sus normas por tratarse de una Ley de carácter orgánico, prevalecerán sobre las disposiciones contenidas en leyes ordinarias. En caso de duda en la interpretación de esta Ley, se la aplicará en el sentido más favorable al consumidor. El objeto de esta Ley es normar las relaciones entre proveedores y consumidores,

promoviendo el conocimiento y protegiendo los derechos de los consumidores y procurando la equidad y la seguridad jurídica en dichas relaciones entre las partes.

Art. 3.- Derechos y Obligaciones Complementarias. - Los derechos y obligaciones establecidas en la presente ley no excluyen ni se oponen a aquellos contenidos en la legislación destinada a regular la protección del medio ambiente y el desarrollo sustentable, u otras leyes relacionadas.

CAPITULO II

DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES

Art. 4.- Derechos del Consumidor. - Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

- Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
- Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad; 3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
- Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar;
- Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
- Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
- Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;

- Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
- Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor; y,
- Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención sanción y oportuna reparación de su lesión;
- Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,
- Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

CAPITULO III

REGULACION DE LA PUBLICIDAD Y SU CONTENIDO

Art. 6.- Publicidad Prohibida. - Quedan prohibidas todas las formas de publicidad engañosa o abusiva, o que induzcan a error en la elección del bien o servicio que puedan afectar los intereses y derechos del consumidor.

Art. 7.- Infracciones Publicitarias. - Comete infracción a esta Ley el proveedor que a través de cualquier tipo de mensaje induce al error o engaño en especial cuando se refiere a:

- País de origen, comercial o de otra índole del bien ofrecido o sobre el lugar de prestación del servicio pactado o la tecnología empleada;
- Los beneficios y consecuencias del uso del bien o de la contratación del servicio, así como el precio, tarifa, forma de pago, financiamiento y costos del crédito;
- Las características básicas del bien o servicio ofrecidos, tales como componentes, ingredientes, dimensión, cantidad, calidad, utilidad,

durabilidad, garantías, contraindicaciones, eficiencia, idoneidad del bien o servicio para los fines que se pretende satisfacer y otras;

- Los reconocimientos, aprobaciones o distinciones oficiales o privadas, nacionales o extranjeras tales como medallas, premios, trofeos o diplomas.

Art. 15.- Rotulado Mínimo de Medicamentos. - Sin perjuicio de lo establecido en las normas especiales, los medicamentos en general y los productos naturales procesados, deberán contener información sobre:

- Nombre del producto, genérico o de marca;
- Marca comercial;
- Identificación del lote;
- Razón social de la empresa;
- Contenido neto;
- Número de registro sanitario;
- Fecha de expiración o tiempo máximo de consumo;
- Lista de componentes, con sus respectivas especificaciones;
- Precio de venta al público;
- País de origen;
- Contraindicaciones;
- En cuanto a productos naturales, debe identificarse la procedencia, y si hay elementos culturales o étnicos en el origen.

CAPITULO V

RESPONSABILIDADES Y OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR

Art. 21.- FACTURAS. - El proveedor está obligado a entregar al consumidor, factura que documente el negocio realizado, de conformidad con las disposiciones que en esta materia establece el ordenamiento jurídico tributario.

En caso de que, al momento de efectuarse la transacción, no se entregue el bien o se preste el servicio, deberá extenderse un comprobante adicional firmado por las partes,

en el que constará el lugar y la fecha en la que se lo hará y las consecuencias del incumplimiento o retardo.

En concordancia con lo previsto en los incisos anteriores, en el caso de prestación de servicios, el comprobante adicional deberá detallar, además, los componentes y materiales que se empleen con motivo de la prestación del servicio, el precio por unidad de los mismos y de la mano de obra; así como los términos en que el proveedor se obliga, en los casos en que el uso práctico lo permita. (L.O.R.T.I., 2018)

1.4.6. Ley de Comprobantes de Venta y Retención

CAPÍTULO I

DE LOS COMPROBANTES DE VENTA Y DE RETENCIÓN

Art. 2.- Documentos complementarios. - Son documentos complementarios a los comprobantes de venta, los siguientes:

- a) Notas de crédito;
- b) Notas de débito; y,
- c) Guías de remisión.

1.4.7. Reglamentos de Farmacia

MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA

REGLAMENTO DE CONTROL Y FUNCIONAMIENTO DE LOS ESTABLECIMIENTOS FARMACEUTICOS

LA DIRECCION EJECUTIVA DE LA AGENCIA NACIONAL DE REGULACION, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA-ARCSA

CAPITULO I

RESOLUCION 8

N°. ARCSA-DE-008-2017-JCGO

Art.5.- La Dirección Provincial de Salud concederá permiso para la instalación de farmacias privadas cuando se justifique su necesidad, por el incremento de la densidad

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

Art.129.- El cumplimiento de las normas de vigilancia y control sanitario es obligatorio para todas las instituciones, organismos y establecimientos públicos y privados que realicen actividades de almacenamiento, transporte, distribución, comercialización y expendio de productos de uso y consumo humano.

Art.130.- Los establecimientos sujetos a control sanitario para su funcionamiento deberán contar con el permiso otorgado por la autoridad sanitaria nacional. El permiso de funcionamiento tendrá vigencia de un año calendario.

Art.153.- Todo medicamento debe ser comercializado en establecimientos legalmente autorizados. Para la venta al público se requiere de receta emitida por profesionales facultados para hacerlo, a excepción de los medicamentos de venta libre.

Art.173.- Todo establecimiento farmacéutico debe contar con la responsabilidad técnica de un profesional químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico, quien puede tener bajo su responsabilidad técnica uno o más establecimientos farmacéuticos, de conformidad con lo que establezca el reglamento. (ARCOSA, 2017)

CAPITULO II

DE LA INSTALACION Y PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE FARMACIAS

Art10.- Para la instalación y funcionamiento de una farmacia el interesado iniciara el trámite de obtención del permiso de funcionamiento presentado en la respectiva Dirección Provincial de Salud lo siguiente:

- a) Solicitud debidamente suscrita por el dueño o representante legal y el profesional técnico responsable, por cuádruplicado, donde constarán los siguientes datos:
 - Nombre del propietario o representante legal.
 - Nombre, razón social o denominación del establecimiento.
 - Cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal del establecimiento.

- Ubicación del establecimiento.
 - Nombre del profesional químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico responsable con título debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública;
- b) Plano del local, a escala 1:50, ¿el mismo que deberá tener un área mínima de cuarenta metros cuadrados;
 - c) Record policial del propietario, ¿representante legal y profesional técnico responsable; y,
 - d) Documentos que acrediten la personería jurídica.

Art.13.- Los requerimientos del local, saneamiento ambiental y seguridad son los siguientes:

- a) El local estará destinado exclusivamente para la farmacia y no para otra actividad o vivienda.
- b) Deberá poseer luz natural y artificial suficiente y una ventilación adecuada,
- c) Los pisos del local deben ser impermeables y lisos, de baldosa, vinyl u otro material que pueda lavarse, paredes de superficie lisa y adecuadamente pintadas o tratadas con material impermeabilizante;
- d) El cielo raso ofrecerá una superficie lisa y limpia
- e) Deberá poseer una ventanilla para atención nocturna al público cuando deba cumplir con los turnos establecidos
- f) Instalación y aprovisionamiento de agua potable de acuerdo a las disposiciones sanitarias
- g) Baterías sanitarias y lavabo de manos, convenientemente aislados del área de trabajo y en buen estado de funcionamiento
- h) Dispositivos adecuados para la eliminación de desechos, con su respectiva tapa
- i) Ventanas protegidas con malla anti-insectos, cuando sea necesario
- j) Instalación eléctrica indirecta o aislada, de acuerdo a lo establecido convencionalmente
- k) Extintor de incendios; y,
- l) Rótulo con el nombre de la farmacia, y otro letrero adicional, luminoso, con la palabra TURNO, ubicado en el exterior del local y en un sitio visible.

Art.14.- Las áreas o ambiente físico de las farmacias serán utilizadas para el propósito a que están destinados y son los siguientes:

1. Área de atención al público, debe ser de fácil acceso, con una superficie adecuada al volumen de servicio que preste, constará de:
 - a) Perchas o vitrinas apropiadas y en número suficiente, para los medicamentos, rotuladas conforme corresponde a las buenas prácticas de almacenamiento
 - b) Perchas o vitrinas ubicadas en ambientes separados y debidamente rotulados para medicamentos homeopáticos y productos naturales de uso medicinal y,
 - c) Perchas o vitrinas para exhibición de cosméticos, perfumes, productos higiénicos y de tocador, separadas de las de medicamentos
2. Áreas auxiliares integradas por las siguientes secciones:
 - a) Para recetario (elaboración de fórmulas magistrales), si cuenta con la autorización correspondiente para este fin, que debe disponer de los materiales que se indican en el anexo respectivo. El área de recetario debe poseer un lavabo instalado en un sitio conveniente y con el suministro necesario de agua para lavado de envases y utensilios; y,
 - b) Bodega para almacenamiento de productos farmacéuticos, envases y demás productos destinados al aprovisionamiento de la farmacia, que debe disponer de perchas y anaqueles para mantenerlos protegidos y clasificados debidamente.

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

- a) Fechador y sello con el nombre y dirección de la farmacia
- b) Facturas y/o notas de venta legalmente autorizadas por el Servicio de Rentas Internas, SRI;
- c) Listas oficiales de precios a disposición permanente del público
- d) Archivo de recetario. Todas las recetas antes de su archivo, deberán tener el sello de despacho y la respectiva fecha
- e) Archivo para recetas de estupefacientes y psicotrópicos y,

- f) Mandiles de color blanco para uso diario del personal que labora en la farmacia.

Art.18.- Para obtener el permiso de funcionamiento anual es necesario presentar los siguientes requisitos:

- a) Licencias para el manejo y dispensación de medicamentos que contienen sustancias estupefacientes y psicotrópicas, concedidas por el Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical "Leopoldo Inquieta Pérez", (INH).
- b) Certificado de cumplimiento de buenas prácticas de dispensación y farmacia.
- c) Copia del título del responsable químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública y en la Dirección Provincial de Salud de su respectiva jurisdicción.
- d) Contrato de prestación de servicios profesionales con el químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico, en el que se establezcan sus obligaciones en calidad de responsable técnico, debiendo constar el horario que no podrá ser menor a veinte horas mensuales.
- e) Certificado ocupacional de salud del personal de la farmacia conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.
- f) Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- g) Copia del Registro Único de Contribuyentes, RUC.
- h) Comprobante de pago del derecho por concepto de permiso de funcionamiento.
- i) Todos los documentos presentados deben estar vigentes.

Art.21.- Cumplidos todos los requisitos señalados en los artículos precedentes, se otorgará el permiso de funcionamiento que tiene vigencia del año calendario. (ARCOSA, 2017)

1.4.8. Ley de Salud

MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA

LEY ORGANICA DE SALUD

LEY 67

CAPITULO I

DEL DERECHO A LA SALUD Y PROTECCION

Art. 1.- La presente Ley tiene como finalidad regular las acciones que permitan efectivizar el derecho universal a la salud consagrado en la Constitución Política de la República y la ley. Se rige por los principios de equidad, integralidad, solidaridad, universalidad, irrenunciabilidad, indivisibilidad, participación, pluralidad, calidad y eficiencia; con enfoque de derechos, intercultural, de género, generacional y bioético.

Art. 3.- La salud es el completo estado de bienestar físico, mental y social y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades. Es un derecho humano inalienable, indivisible, irrenunciable e intransigible, cuya protección y garantía es responsabilidad primordial del Estado; y, el resultado de un proceso colectivo de interacción donde Estado, sociedad, familia e individuos convergen para la construcción de ambientes, entornos y estilos de vida saludables. (MSP, 2015)

CAPITULO V

SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

Art. 117.- La autoridad sanitaria nacional, en coordinación con el Ministerio de Trabajo y Empleo y el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, establecerá las normas de salud y seguridad en el trabajo para proteger la salud de los trabajadores.

Art. 120.- La autoridad sanitaria nacional, en coordinación con el Ministerio del Trabajo y Empleo y el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, vigilará y controlará las condiciones de trabajo, de manera que no resulten nocivas o insalubres durante los períodos de embarazo y lactancia de las mujeres trabajadoras.

Los empleadores tienen la obligación de cumplir las normas y adecuar las actividades laborales de las mujeres embarazadas y en período de lactancia. (MSP, 2015)

CAPITULO IV

DE LOS PRODUCTOS NATURALES PROCESADOS DE USO MEDICINAL

Art. 164.- Los productos naturales procesados de uso medicinal, se producirán, almacenarán, comercializarán e importarán siempre que cuenten con registro sanitario nacional, de conformidad con la ley y el reglamento correspondiente y bajo las normas de calidad emitidas por la autoridad sanitaria nacional a través de la entidad competente. (MSP, 2015)

CAPITULO V

DE LOS ESTABLECIMIENTOS FARMACEUTICOS

Art. 165.- Para fines legales y reglamentarios, son establecimientos farmacéuticos los laboratorios farmacéuticos, casas de representación de medicamentos, distribuidoras farmacéuticas, farmacias y botiquines, que se encuentran en todo el territorio nacional.

Art. 166.- Las farmacias deben atender al público mínimo doce horas diarias, ininterrumpidas y cumplir obligatoriamente los turnos establecidos por la autoridad sanitaria nacional. Requieren obligatoriamente para su funcionamiento la dirección técnica y responsabilidad de un profesional químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico, quien brindará atención farmacéutica especializada.

Los botiquines estarán a cargo de personas calificadas y certificadas para el manejo de medicamentos. La autorización para su funcionamiento es transitoria y revocable. La autoridad sanitaria nacional implementará farmacias y botiquines institucionales, debidamente equipados, en todas sus unidades operativas de acuerdo al nivel de complejidad.

Art. 169.- La venta de medicamentos al público al por menor sólo puede realizarse en establecimientos autorizados para el efecto.

Art. 171.- Es prohibido la venta de medicamentos que contengan sustancias psicotrópicas y estupefacientes que no cuenten con receta emitida por profesionales autorizados para prescribirlas.

Cuando se requiera la prescripción y venta de medicamentos que contengan estas sustancias, se realizará conforme a las normas emitidas por la autoridad sanitaria nacional y la Ley de Sustancias estupefacientes y Psicotrópicas.

Art. 172.- En las farmacias y botiquines no se podrá ofrecer o dar consulta médica, obstétrica, odontológica, aplicar tratamientos, realizar toma de muestras ni tener laboratorios clínicos.

Art. 174.- Se prohíbe a los expendedores de farmacias recomendar la utilización de medicamentos que requieran receta médica o cambiar la sustancia activa prescrita, sin la autorización escrita del prescriptor.

Art. 176.- Los medicamentos caducados referidos en el artículo anterior deben ser destruidos y eliminados por los fabricantes o importadores, conforme a los procedimientos establecidos por la autoridad sanitaria nacional y bajo su supervisión. (MSP, 2015)

CAPITULO III

DE LAS SANCIONES

Art. 237.- Las infracciones en materia de salud serán sancionadas de conformidad con las disposiciones contenidas en esta Ley y sus reglamentos, sin perjuicio de las sanciones civiles, administrativas y penales a que hubiera lugar.

Art. 240.- Las infracciones determinadas en esta ley se sancionarán con:

- a) Multa;
- b) Suspensión del permiso o licencia;
- c) Suspensión del ejercicio profesional;
- d) Decomiso; y,
- e) Clausura parcial, temporal o definitiva del establecimiento correspondiente.

Art. 244.- Será sancionado con multa de cinco salarios básicos unificados del trabajador en general y clausura temporal o definitiva del establecimiento

correspondiente, el incumplimiento a lo dispuesto en los artículos de esta Ley. (MSP, 2015)

1.4.9. Ley de Patentes Municipales en el Cantón Guayaquil

LEY ORGANICA DE REGIMEN MUNICIPAL

CAPITULO VIII

IMPUESTO DE PATENTES MUNICIPALES

Art. 363.- Establece el impuesto de patentes municipales que se aplicará de conformidad con lo que se determina en los artículos siguientes.

Art. 364.- Están obligados a obtener la patente y, por ende, el pago del impuesto de que trata el artículo anterior, todos los comerciantes e industriales que operen en cada cantón, así como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

Art. 367.- Estarán exentos del impuesto únicamente los artesanos calificados como tales por la Junta Nacional de Defensa del Artesano. (LORM, 2005)

1.4.10. Patentes municipales en el Cantón Guayaquil

“ORDENANZA QUE ESTABLECE EL COBRO DEL IMPUESTO ANUAL DE PATENTE EN EL CANTON GUAYAQUIL”.

Art. 5.- PLAZO PARA EL PAGO DEL IMPUESTO DE PATENTE. - Este impuesto se pagará hasta 30 días después de la fecha límite establecida para la declaración del impuesto a la renta.

Art. 6.- OBLIGACIONES DE LOS SUJETOS PASIVOS. - Los sujetos pasivos del impuesto de patente están obligados a cumplir con los deberes formales establecidos en el Código Tributario, en todo cuanto se relaciona con este impuesto, y especialmente con los siguientes:

6.1.- Inscribirse en el catastro de impuesto de patente que para la determinación de este impuesto llevará la Dirección Financiera Municipal.

6.2.- Presentar la declaración del capital con que operan, en los formularios entregados por la Administración Tributaria Municipal, proporcionando los datos necesarios relativos a su actividad; y, comunicar oportunamente los cambios que se operen.

6.3.- Llevar los libros y registros contables relacionados con la actividad económica que ejerzan, de conformidad con las disposiciones establecidas en la Ley de Régimen Tributario Interno, como en su reglamento.

6.4.- Facilitar a los funcionarios autorizados por la Administración Tributaria Municipal las inspecciones o verificaciones tendentes al control del impuesto de patente anual municipal, exhibiendo las declaraciones, informes, libros, registros y documentos pertinentes para tales efectos y formular las declaraciones que les fueren solicitadas.

6.5.- Concurrir a las oficinas de la Dirección Financiera Municipal, cuando su presencia sea requerida por ésta.

6.6.- En caso de venta del negocio o cese de actividades, el propietario deberá dar inmediato aviso al Director Financiero Municipal a fin de que se registre dicho particular.

Art. 7.- DEL REGISTRO DE PATENTE. - La Dirección Financiera Municipal, llevará el catastro de patente, el mismo que contendrá los siguientes datos básicos proporcionados por el sujeto pasivo de acuerdo con la declaración del capital o su contabilidad:

- a. Número de patente anual asignado al contribuyente;
- b. Nombre del contribuyente o razón social;
- c. Nombre del representante legal;
- d. Número de cédula de ciudadanía o identidad y del R.U.C.;
- e. Domicilio del contribuyente, calle, número;
- f. Clase de establecimiento o actividad;
- g. Dirección del establecimiento, calle, número; y,
- h. Monto del capital con que se opera (según declaración o el determinado por la autoridad tributaria municipal).

Todo aumento de capital, cambio de denominación o razón social, transferencia o transmisión de dominio del establecimiento deberá ser notificado por el contribuyente a la Dirección Financiera para que se realice la anotación correspondiente.

Cuando en un mismo establecimiento varias personas naturales o sociedades ejerzan conjunta o individualmente más de una o diversas actividades, cada una de ellas declarará y pagarán el impuesto de patente municipal

Art. 9.- TARIFA DEL IMPUESTO. - Sobre la base imponible determinada en la forma prevista en el artículo precedente, se establece el impuesto anual de patente de la siguiente manera:

FRACCION	FRACCION	FRACCION	FRACCION
BASICA	EXCEDENTE	BASICA	EXCEDENTE
\$ 0.01	\$ 5,000.00	\$ 10.00	0.00
\$ 5,000.01	\$ 10,000.00	\$ 10.00	0.0008
\$ 10,000.01	\$ 20,000.00	\$ 14.00	0.0009
\$ 20,000.01	\$ 50,000.00	\$ 23.00	0.0010
\$ 50,000.01	En adelante	\$ 53.00	0,0011 hasta \$5.000,00

(PMCG, 2004)

1.4.11. Permisos Municipales

a) Registro en el RUC – Servicios de Rentas Internas

Deberá presentar los siguientes requisitos obligatorios:

1. Cédula de identidad y/o ciudadanía o pasaporte (original).
2. Certificado de votación o certificado de presentación (original).
3. Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente (planilla de servicios básicos).
4. Formulario RUC 01-A.
5. Poder otorgado donde se autoriza el establecimiento de la empresa extranjera en el Ecuador y la persona responsable en el país.

Requisitos Especiales:

- Carta de autorización simple, en caso de realizar el trámite con un tercero autorizado.

b) Patente Municipal

1. Certificado provisional o definitivo emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil por cada uno de los establecimientos que la persona natural o jurídica posea dentro del Cantón Guayaquil.
2. La última actualización del Registro Único de Contribuyentes (RUC). Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica solicitante. Sólo en el caso de inicio de actividades, las personas jurídicas deberán presentar la Escritura de Constitución correspondiente, así como el nombramiento del representante legal (vigente) y la cédula de ciudadanía y certificado de votación del mismo.
3. Las personas naturales deberán presentar copia de la cédula de ciudadanía y del certificado de votación.
4. Declaración del Impuesto a la Renta y, a las personas no obligadas a declarar este impuesto, las declaraciones del Impuesto al Valor Agregado, del último ejercicio económico exigible. Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica.
5. Formulario "Solicitud para Registro de Patente Municipal" (No es necesario comprar la Tasa de Trámite Municipal para el pago de Patente, ya que este valor se recaudará con la liquidación de dicho impuesto).
6. Sólo en el caso de que la persona natural o jurídica ejerza el comercio en varios cantones, deberá presentar el desglose de ingresos por cantón firmado por un contador.
7. Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio deberá presentar su fotocopia de cédula de ciudadanía y certificado de votación junto con una carta de autorización del titular del negocio.

c) Permisos de Funcionamiento de Bomberos

La forma de obtener el permiso de funcionamiento que otorga el Cuerpo de Bomberos, contra incendio, personas jurídicas u organizaciones sociales deben de entregar los siguientes requisitos a mencionar:

1. Si el trámite lo realiza el representante legal de la empresa personalmente, debe de presentar la copia de cédula de identidad. Si lo realiza otra persona deberá de adjuntar una debida autorización escrita con la respectiva copia de cédula de la persona que autorice y también de la persona que autoriza.
2. Presentar copia completa y actualizada del Registro Único de Contribuyentes RUC donde debe constar la dirección y actividad que realiza la empresa
3. En el caso de que fuese persona jurídica debe adjuntar la copia de nombramiento respectivamente vigente del representante legal.
4. Presentar copia de Consulta de uso de suelo otorgada por el Muy Ilustre Municipio de Guayaquil.
5. Presentar la copia de que realizó el último pago del Impuesto Predial con la dirección de la organización
6. Presentar original y copia de la calificación Artesanal en el caso de que fuese artesano.
7. En el caso de comercializar gas de uso doméstico, deberá de adjuntar autorización de la Agencia de Regulación Control de Hidrocarburo, Control Anual y también adjuntar informe de factibilidad.
8. Si realiza venta de reparación de armas, debe adjuntar autorización del Comando conjunto de las fuerzas Armadas.

1.4.12. Código de Comercio

Disposiciones Preliminares

Art. 1.- El Código de Comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes.

Art. 2.- Son comerciantes:

a) Las personas naturales que, teniendo capacidad legal para contratar, hacen del comercio su ocupación habitual;

b) Las sociedades constituidas con arreglo a las leyes mercantiles; y,

c) Las sociedades extranjeras o las agencias y sucursales de éstas, que dentro del territorio nacional ejerzan actos de comercio, según la normativa legal que regule su funcionamiento.

Art. 431.- Cuando se dieren en arrendamiento mercantil bienes que deben importarse, el arrendador gozará de los beneficios y franquicias que correspondan al

arrendatario; el cual deberá figurar como consignatario en los permisos de importación y más documentos de comercio.

Art. 523.- Los contratos comprendidos dentro del sistema de distribución de productos o de servicios, consisten generalmente en la distribución o concesión, propiamente dicha, cuyas disposiciones comunes se aplican, salvo estipulación especial, a todos los contratos contemplados dentro de este título, así como también al contrato y de permiso de uso de conocimiento o know-how.

CAPITULO TERCERO

FRANCHISING O CONTRATO SOBRE FRANQUICIAS

Art. 558.- La franquicia es un contrato en virtud del cual una de las partes, denominada el franquiciante u otorgante, en calidad de titular de un negocio, nombre comercial, marca u otra forma de identificar empresas, bienes o servicios, o de un bien o servicio, otorga a otra, llamada franquiciado o tomador, la posibilidad de explotar comercialmente, sus derechos de propiedad intelectual, secretos empresariales, entre otros derechos, así como las actividades que se desarrollan con tal nombre, marca u otra identificación o bienes o servicios, dentro de los términos que se especifiquen en el contrato, a cambio de una retribución económica.

Art. 559.- Las franquicias pueden ser de productos o de servicios: Las franquicias de productos pueden autorizar la fabricación o producción de determinado producto para su eventual comercialización; o, solamente su comercialización. Las franquicias de servicios pueden autorizar al tomador que preste determinado servicio bajo el nombre del otorgante y bajo las prácticas comerciales de éste. Adicionalmente, se reconocen otros tipos de franquicias que las partes puedan establecer, como aquellas franquicias que comprenden una unidad completa de comercialización y explotación.

1.4.13. Ley de propiedad intelectual

CAPÍTULO IX

NOMBRES COMERCIALES

Art. 229.- Se entenderá por nombre comercial al signo o denominación que identifica un negocio o actividad económica de una persona natural o jurídica.

Art. 230.- El nombre comercial será protegido sin obligación de registro. El derecho al uso exclusivo de un nombre comercial nace de su uso público y continuo y de buena fe en el comercio, por al menos seis meses. Los nombres comerciales podrán registrarse en la Dirección Nacional de Propiedad Industrial, pero el derecho a su uso exclusivo solamente se adquiere en los términos previstos en el inciso anterior. Sin embargo, tal registro constituye una presunción de propiedad a favor de su titular.

Art. 282.- Los derechos sobre una marca o nombre comercial podrán ser transferidos con o sin el negocio al cual identifica. La marca colectiva podrá transferirse siempre y cuando exista la autorización de la asociación, organización o grupo de personas que la hubiere solicitado o registrado y de la Dirección Nacional de Propiedad Industrial. En cualquier caso, su uso quedará reservado a los integrantes de la asociación, organización o grupo de personas. La marca colectiva no podrá ser objeto de licencia en favor de personas distintas a aquellas autorizadas a usarla, de acuerdo con el reglamento para su empleo. No se requerirá inscripción cuando dichos actos o contratos se refieran al derecho de propiedad industrial cuyo registro no es obligatorio.

Art. 283.- Los derechos de propiedad industrial y sobre obtenciones vegetales se reputan bienes muebles exclusivamente para la constitución de gravámenes sobre ellos. Sin embargo, podrá decretarse la prohibición de enajenar de tales derechos con sujeción a lo dispuesto en el Código de Procedimiento Civil, así como su embargo y remate o venta en pública subasta.

Capítulo II

2. Metodología

2.1. Enfoque de la Investigación

En base a las necesidades de la “COMPAÑÍA FARMACEUTICA MALAVE S.A. COMFARMALSA” sea determinado los tipos de investigación:

2.1.1. Enfoque Mixto

La investigación realizada durante el desarrollo del tema de investigación será de enfoque mixto, por motivo que se emplea la metodología cuantitativa y cualitativa, ya que propicia el desarrollo y uso de la investigación, por medio de técnicas de observación y resultados obtenidos de la encuesta, en la presente investigación se observa y se analiza los datos estadísticos obtenidos por la encuesta, determinando la necesidad de una farmacia en el sector.

2.1.2. Cualitativa

Según (Bodgan, 1987), consideran interesante y describen con mayor amplitud la metodología cualitativa, determinando que es inductiva desarrollando conceptos y comprensiones partiendo de pautas de los datos para evaluar modelos, hipótesis o teorías, los investigadores siguen un diseño de investigación flexible comenzando con interrogantes formuladas.

En el proyecto de investigación se realiza un estudio cualitativo por motivo de analizar y observar diferentes características que presentan las farmacéuticas en la ciudad de Guayaquil y con ella dar a conocer la oferta y demanda del mercado.

2.1.3. Cuantitativa

Según (Hernández, 2006), la investigación cuantitativa los estudios que utilizan este enfoque confían en la medición numérica, el conteo, y en uso de estadísticas para establecer indicadores exactos.

A través de la investigación cuantitativa, se obtuvo la información necesaria, mediante encuestas obteniendo resultados estadísticos que dan a conocer las falencias en cuanto a faltas de farmacias en el sector establecido en el norte de Guayaquil.

2.2. Tipos de Investigación

Para el desarrollo de la tesina se utilizarán los siguientes tipos de investigación.

2.2.1.Descriptiva

Se emplea el tipo de investigación descriptivo, porque permite descubrir las características de la problemática que presenta el análisis de factibilidad al aperturar una sucursal de las Farmacias Cruz Azul en el norte de Guayaquil, al momento de exponer el proyecto de investigación y con ello también se describen las características y con ellos cualidades.

2.2.2.Explicativa

Se emplea este tipo de investigación explicativa para analizar cuáles son las causas que justifican la comercialización de fármacos y productos de uso personal en el sector norte de Guayaquil – Guayacanes. También se evaluarán las ventajas de aperturar la sucursal, logrando satisfacer las necesidades del cliente entorno al local seleccionado de la farmacia JEYMI.

2.3. Métodos de Investigación

2.3.1.Método Teórico

2.3.1.1. Histórico – Lógico

Se utilizó el método histórico lógico, para entender el origen y evolución de la problemática mencionada, investigando y obteniendo información de varias fuentes con respecto al tema, y con ello plantear soluciones mejorando la opción de aperturar el establecimiento.

2.3.1.2. Análisis - Síntesis

Se empleó este método, tomando en cuenta el marco teórico y conceptual aplicando diferentes teorías de autores, como Porter, Covey, Reyes P., Terry, Chiavenato, Varela, Miranda entre otros, sobre definiciones como de la administración, planeación y estudio de factibilidad, realizando consultas a diversas fuentes bibliográficas, encontrando información importante y adecuada para su posterior aplicación, ideas por parte de autores, los cuales sirven a la autora para llegar a una conclusión de cómo solucionar la problemática.

2.3.1.3. Inducción y Deducción

En el proyecto de investigación se emplearon los métodos inductivo y deductivo. En el inductivo al instante de realizar el trabajo de investigación se indagó en información precisa para saber más con respecto a la problemática y todo lo que implica, donde fue necesario analizar cada una de las respuestas de las encuestas y observaciones realizadas, para posteriormente plantear el tema con criterios amplios de la problemática como por ejemplo los peligros que las personas tienen al adquirir productos en condiciones perjudiciales surgiendo desde lo general a lo específico y de lo específico a lo general. El deductivo se utilizó para obtener soluciones sobre diferentes contribuciones de ideas de autores, así también como el análisis del comportamiento y acotaciones sobre el mercado durante las técnicas que se utilizaron en el proyecto.

2.3.2. Método Empírico

2.3.2.1. Encuesta

La encuesta es una técnica que se utiliza para obtener datos e información necesaria, que se realizó por medio del cuestionario conformado por 11 preguntas, y para el proyecto se la aplicó a 350 personas de sexo indistinto, correspondientes a mayores de 18 años en el norte de Guayaquil, con el propósito de obtener información acerca de la acogida de una farmacia Cruz Azul.

2.3.2.2. Observación

Se aplicó un análisis participativo empleando una guía de observación en tres farmacias que están cerca del sector las cuales podemos mencionar La Primicia, Sana Sana y Farmacias Keyla, con el objetivo de conocer lo que ofrece la competencia a los clientes y determinar cuáles serían nuestras fortalezas debido a la demanda por parte del mercado.

2.3.3. Método Estadístico

Estadístico Descriptivo

Para realizar este proyecto de investigación se utilizó el método estadístico descriptivo, ya que esta técnica permite obtener resultados estadísticos por medio de las encuestas, dando a conocer, analizar e interpretar dichos resultados. Este método se lo utilizó al momento de tabular, graficar y analizar los resultados de la encuesta.

Selección de muestra para la encuesta

Tipo de muestreo

Para el desarrollo de encuesta se utilizó el muestro probabilístico y aleatorio, por lo cual es aplicado a la población de la ciudadela Guayacanes en el norte de Guayaquil mayores de 18 años.

Universo

La población que fue considerada para realizar esta investigación es el público indistinto de la ciudadela Guayacanes en el norte de Guayaquil, mayores de 18 años con un número aproximado de 11.000 personas considerando 1 encuesta por hogar. Es de mencionar que los datos estadísticos que se obtuvieron corresponden según el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC, 2010)

Muestra

Para esta investigación se aplicará una encuesta, destinada a un número de 350 personas, aplicando el 5% de margen de error y el 95% de nivel de confianza. La determinación de la fórmula de la muestra sobre el tamaño es la siguiente:

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{((e^2(N - 1)) + (Z^2 * P * Q))}$$
$$n = \frac{Z^2 * 11.000 * 0.5 * 0.5}{((5^2(11.000 - 1)) + (Z^2 * 0.5 * 0.5))}$$

Dónde:

N: valor total de la población del sector Guayacanes es de 11.000 habitantes

K: equivale al 95% de probabilidad de que los resultados obtenidos a través de la encuesta en esta investigación sean ciertos.

e: Es el error muestra deseado del 5%

P: porción de individuos de la población que posee las características de estudio del equivalente a 0.5

Q: total de porción de individuos que no poseen las características de estudio que es igual a 0.5.

n: número de encuestas que se va a realizar correspondiente a los resultados obtenidos del tamaño de la muestra dado el valor de 350.

2.3.4. Análisis de resultados de las encuestas

1. Edad

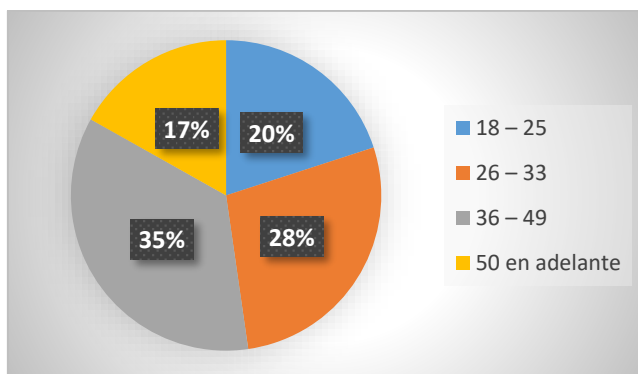
Tabla 1 Edad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
18 – 25	70	20%
26 – 35	97	28%
36 – 49	124	35%
50 en adelante	59	17%
Total	350	100%

Elaborado por: Gema Barén

Fuente: Encuesta

Gráfico 1 Edad



Elaborado por: Gema Barén

Fuente: Encuesta

Análisis: De acuerdo a la encuesta realizada a la población de la ciudad de Guayaquil se obtuvo que el 35% de los encuestados posee un rango de edad entre 36-49 años, seguido con el 28% con la edad de 26-35 años, continuando con un porcentaje menos del 20% la edad de 18-25 y por último con un porcentaje bajo del 17% para la edad de 50 en adelante.

2. ¿Cree usted que es necesario que se deba implementar por el sector una farmacia?

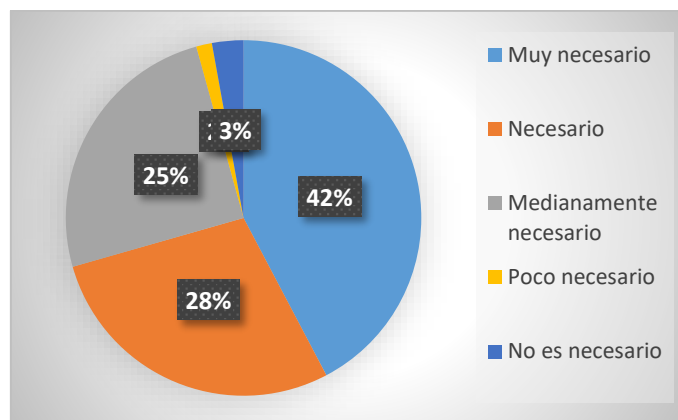
Tabla 2 Se deba implementar

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Muy necesario	148	42%
Necesario	99	28%
Medianamente necesario	88	25%
Poco necesario	5	1%
No es necesario	10	3%
Total	350	100%

Elaborado por: Gema Barén

Fuente: Encuesta

Gráfico 2 Se deba implementar



Elaborado por: Gema Barén

Fuente: Encuesta

Análisis: En esta encuesta sobre la implementación de la farmacia cruz azul indican el 42% es muy necesaria, el 28% no necesaria, el 25% medianamente necesario, seguido del 3% no es necesario, y por último el 1% poco necesario.

3. ¿Considera usted que la falta de un estudio de mercado ha influido en la implementación de una farmacia por el sector?

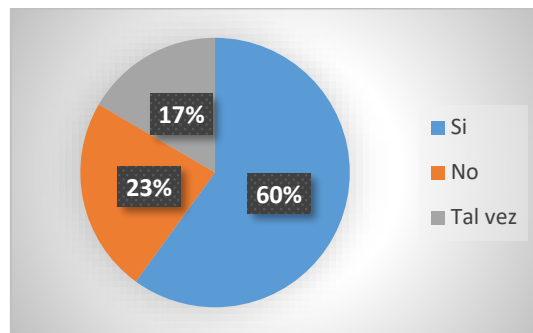
Tabla 3 Ha influido en la implementación

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	210	60%
No	82	23%
Tal vez	58	17%
Total	350	100%

Elaborado por: Gema Barén

Fuente: Encuesta

Gráfico 3 Ha influido en la implementación



Elaborado por: Gema Barén

Fuente: Encuesta

Análisis: Se puede observar que de acuerdo a la falta de estudio de mercado influye en la implementación de la farmacia como el 60% indica que si, seguido del 23% que no, y por último el 17% menciona que tal vez.

4. ¿De las farmacias existentes a cuál acude frecuentemente?

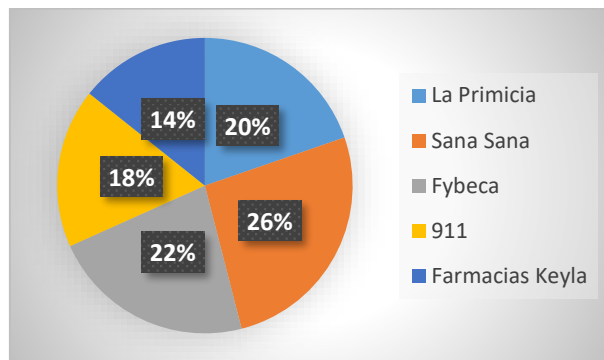
Tabla 4 A cual acude frecuentemente

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
La Primicia	69	20%
Sana Sana	92	26%
Fybeca	78	22%
Farmacias 911	61	17%
Farmacias Keyla	50	14%
Total	350	100%

Elaborado por: Gema Barén

Fuente: Encuesta

Gráfico 4 A cual acude frecuentemente



Elaborado por: Gema Barén

Fuente: Encuesta

Análisis: Los resultados sobre la frecuencia de visita por parte de la población a las farmacias indican que el 26% acude a Sana Sana, el 22% Fybeca, seguido del 20% La Primicia, el 17% Farmacias 911 y por último el 14% a Farmacias Keyla.

5. ¿Qué clase de medicamentos consume?

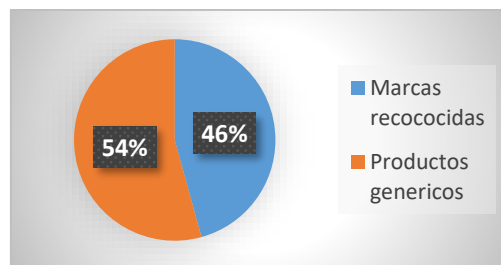
Tabla 5 Clase de medicamentos consumen

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Marcas reconocidas	160	46%
Productos genéricos	190	54%
Total	350	100%

Elaborado por: Gema Barén

Fuente: Encuesta

Gráfico 5 Clase de medicamentos consume



Elaborado por: Gema Barén

Fuente: Encuesta

Análisis: De acuerdo a los resultados sobre la clase de medicamentos que adquieren indican que el 54% utilizan productos genéricos, y el 46% marcas reconocidas.

6. ¿Considera usted que una farmacia debe contar con amplia infraestructura?

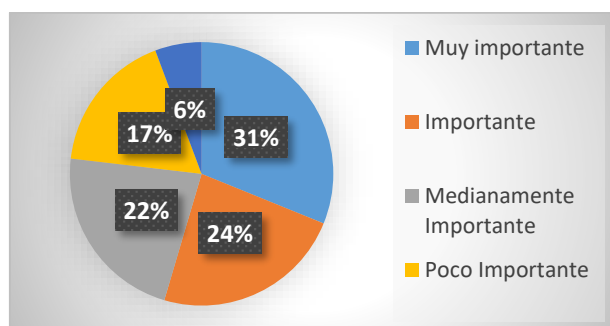
Tabla 6 Una farmacia debe contar con amplia infraestructura

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	109	31%
Importante	82	23%
Medianamente Importante	78	22%
Poco Importante	61	17%
No es importante	20	6%
Total	350	100%

Elaborado por: Gema Barén

Fuente: Encuesta

Gráfico 6 Una farmacia debe contar con amplia infraestructura



Elaborado por: Gema Barén

Fuente: Encuesta

Análisis: Acerca de la amplia infraestructura de la farmacia se puede observar en el gráfico que el 31% considera muy importante, el 23% importante, seguido del 22% medianamente importante, el 17% poco importante y por último el 6% indicando que no es importante.

7. ¿Considera usted que la no presencia de una farmacia por el sector se debe a?

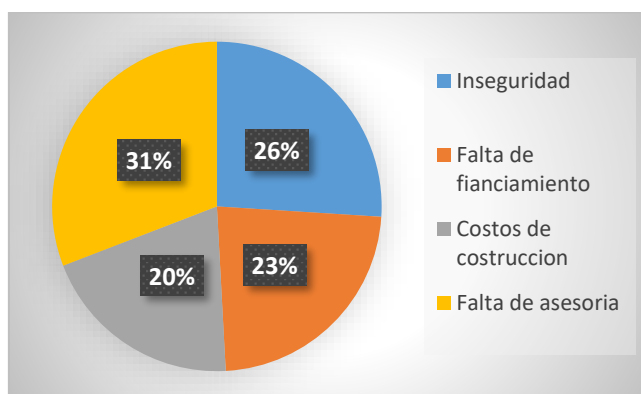
Tabla 7 La no presencia de una farmacia por el sector se debe a

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Inseguridad	91	26%
Falta de financiamiento	81	23%
Costos de construcción	70	20%
Falta de asesoría	108	31%
Total	350	100%

Elaborado por: Gema Barén

Fuente: Encuesta

Gráfico 7 La no presencia de una farmacia por el sector se debe a



Elaborado por: Gema Barén

Fuente: Encuesta

Análisis: De acuerdo a los resultados de los datos el 31% indica que es por falta de asesoría, el 26% por inseguridad, el 23% por falta de financiamiento, seguido del 20% por costos de construcción.

8. ¿Considera usted que deba existir una farmacia por el sector?

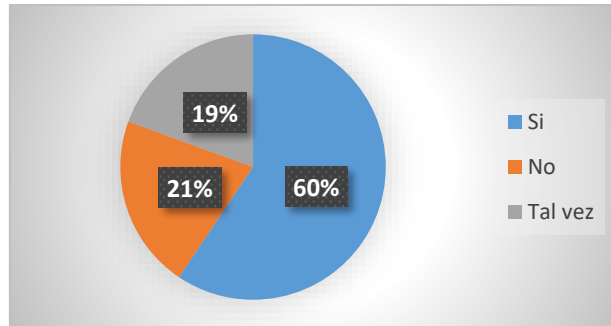
Tabla 8 Debe existir una farmacia por el sector

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	208	59%
No	74	21%
Tal vez	68	19%
Total	350	100%

Elaborado por: Gema Barén

Fuente: Encuesta

Gráfico 8 Debe existir una farmacia por el sector



Elaborado por: Gema Barén

Fuente: Encuesta

Análisis: Con respecto a esta pregunta el 59% indica que si debe existir una farmacia en el sector, el 21% no, seguido del 19% indicando que tal vez.

9. ¿Que considera usted la falta de poder negociar la implementación de una franquicia farmacéutica por el sector?

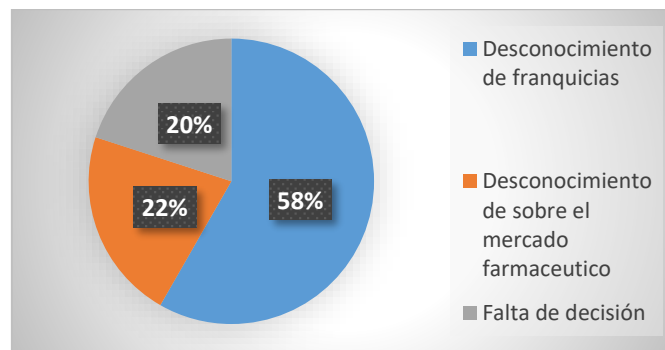
Tabla 9 Falta de poder negociar la implementación

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Desconocimiento de franquicias	204	58%
Desconocimiento sobre el mercado farmacéutico	76	22%
Falta de decisión	70	20%
Total	350	100%

Elaborado por: Gema Barén

Fuente: Encuesta

Gráfico 9 Falta de poder negociar la implementación



Elaborado por: Gema Barén

Fuente: Encuesta

Análisis: De acuerdo a los resultados de los datos obtenidos el 58% indica el desconocimiento de franquicias, seguido el 22% por desconocimiento de sobre el mercado farmacéutico, y por último el 20% por falta de decisión.

10. ¿Considera usted que la poca seguridad que se presenta por el sector influya en la presencia de farmacias?

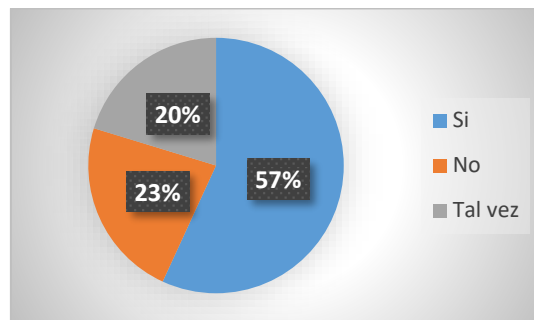
Tabla 10 Poca seguridad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	199	57%
No	80	23%
Tal vez	71	20%
Total	350	100%

Elaborado por: Gema Barén

Fuente: Encuesta

Gráfico 10 poca seguridad



Elaborado por: Gema Barén

Fuente: Encuesta

Análisis: Sobre la poca seguridad en el sector, se puede observar en el gráfico que el 57% indica que si, el 23% que no y por último el 20% menciona que tal vez.

11. ¿Considera que es necesario el servicio a domicilio de las farmacias?

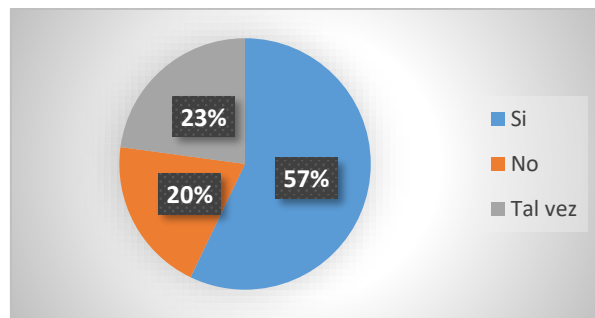
Tabla 11 Es necesario el servicio a domicilio

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	200	57%
No	70	20%
Tal vez	80	23%
Total	350	100%

Elaborado por: Gema Barén

Fuente: Encuesta

Gráfico 11 Es necesario el servicio a domicilio



Elaborado por: Gema Barén

Fuente: Encuesta

Análisis: Como los resultados indican que el 57% menciona que, si es necesario el servicio a domicilio, seguido del 23% que no, y por último el 20% indicando que tal vez.

2.3.5. Análisis de observación

Por medio de esta técnica se pudo observar que la ciudadanía de Guayaquil especialmente del sector Guayacanes se presenta poca existencia de farmacias que brinden un servicio de calidad a los ciudadanos.

Es por eso que mediante esta técnica se observaron deferentes aspectos que fueron ya expuestos en el anexo 2. El ambiente que se presente en el sector un lugar algo comercial, donde se evidencia con mayor importancia, la falta de farmacias por lo que los ciudadanos del lugar tiene que acudir a lugares no cercanos de sus hogares a adquirir el producto que desean.

Las promociones que cuentan las demás farmacias no son muy accesibles por lo que el cliente busca economía debido a la crisis que presenta el país. Otro punto es la forma de pago por la que el cliente pasa, teniendo en cuenta que la tecnología juega un papel importante, se observa la falta de crédito que brindan.

La calidad de atención que brindan las demás farmacias es muy precaria, presentado molestias por partes de los clientes, ya que ellos buscan un servicio de calidad y eficacia. La infraestructura es por otro lado, otro aspecto de tomar en cuenta, ya que esto permite que el cliente se encuentre motivado a la hora de comprar medicamentos.

La observación en la farmacia La Primicia, no posee la forma de pago con tarjeta, pocas promociones, la atención si es buena y le falta capacitación en la materia. En Sana Sana se puede determinar que no posee la infraestructura adecuada a los ojos del cliente y tiene falta de variedad en productos. Por otro lado en Farmacias Keyla se determinó que ellos ofrecen variedad de productos pero no cuenta con promociones y precios bajos.

2.3.6. Herramientas de análisis

2.3.6.1. Análisis PEST

Político

- Políticas económicas del país las cuales presentan inestabilidad en el desarrollo de un negocio, por lo que se dan cambios en los precios de los aranceles presentando afectaciones económicas.
- El Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una vida, cuyo objetivo 5 dice que impulsa la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible, el cual mediante su política fomenta a los emprendimientos a que sean sostenibles.

Económico

- La situación económica que atraviesa el país se encuentra mal, por diferentes situaciones presentadas por qué, pueden afectar en la compra y venta de los diferentes productos.
- Opinión por parte de los clientes ya que al ser un nuevo local de farmacias no contara con la confianza por parte de ellos.
- Ecuador al ser un socio comercial da confianza por parte de países de la unión europea ya que estos son los principales en donde va destinado los productos de ecuatorianos.

Social

- Factibilidades de créditos para los negocios y negociaciones con el cliente
- Promover a fuentes de trabajo ya sean nuevas o existentes para personas del sector.
- Desarrollo económico por el cual impulsa al crecimiento con el consumo de productos accediendo a pagar créditos
- Crisis por la pandemia COVID-19

Tecnológico

- Las tecnologías y su impacto con el crecimiento tienen una apreciación muy alta por lo que los negocios deben de contar con nivel alto ante la competencia.
- El financiamiento que debe contar para desarrollar nuevas tecnologías
- Sistema informático que procese las peticiones de los clientes rápidamente los diversos pedidos y con ello pueden tener información

2.3.6.2. Análisis DAFO

Fortalezas

- Ubicación estratégica
- Variedad en stock de mercaderías
- Personal calificado
- Franquicia de cadena de farmacias reconocidas
- Cobertura en número de farmacia

Oportunidades

- Los productos a ofrecer tienen alta demanda de mercado
- Publicidad boca a boca por ser de una cadena de farmacias reconocida
- Créditos por parte de entidades bancarias
- Crédito por parte de proveedores
- Crisis por la pandemia COVID-19 aumenta la demanda de medicamentos.

Debilidades

- Endeudamiento
- Falta de experiencia
- Precios altos de ciertos productos que asigna la franquicia

Amenazas

- Incremento de la competencia
- Escaso control a productos naturistas
- Productos sustitutos
- Doctores particulares recetan productos importados

2.3.6.3. Análisis C.A.P.A.

Corregir las debilidades

- Dar análisis a la ratio de endeudamientos y desarrollar estrategias para poder pagar las deudas existentes
- Al contar con falta de experiencia, se capacitaría a los empleados para que puedan obtener la experiencia y así dar el mejor servicio.
- Contar con proveedores que den facilidades de precios
- Ser diferentes en cuanto a servicio al cliente marca la diferencia para la cobertura de farmacias existentes.

Afrontar las amenazas

- Optar por ofrecer a los clientes calidad en los productos y con ello buena atención para poder fidelizar
- El escaso control por parte de las autoridades a los productos naturistas, los convierte en medicinas tradicionales, por lo que hay que dar seguimientos y realizar estrategias.
- Realizar estrategias de publicidad para ofrecer productos que tengan buena acogida a los productos sustitutos.
- Realizar los protocolos de bioseguridad para combatir a la pandemia COVID-19

Potenciar las fortalezas

- Optar por ubicar a la farmacia en un sector de mayor aflujo de personas
- Contar con la mayor variedad de productos tanto en medicinas, bazar y hospitalaria
- Optar por tener el personal calificado tanto en conocimientos y experiencia para poder brindar mejor servicio que la competencia.
- Al ser una franquicia de cadenas de farmacias debe dar la diferencia tanto en servicio, calidad de productos y atención al cliente.

Aprovechar las oportunidades

- Al tener alta demanda de los productos es bueno dar promociones y con ello obtener fidelización por parte de ellos
- Dar buena atención y servicio al cliente para obtener publicidad boca a boca y así tener fidelización por parte de ellos
- Aprovechar los créditos por parte de los proveedores, y así obtener el crecimiento deseado en productos.

Capítulo III

3. Propuesta

3.1. Título de la propuesta

Análisis de factibilidad de apertura de una nueva sucursal de la Compañía Farmacéutica Malavé S.A. COMFARMALSA en la ciudad de Guayaquil.

3.2. Objetivo de la propuesta

Evaluar la factibilidad de aperturar la farmacia Cruz Azul “JEYMI” de la compañía Farmacéutica MALAVE S.A. COMFARMALSA en la ciudadela Guayacanes, de la ciudad de Guayaquil.

- **Factibilidad de aplicación**

La implementación de la propuesta es factible ya que la ciudadanía del sector Guayacanes de la ciudad de Guayaquil, no cuenta con una farmacia que, de un servicio de satisfacción, por lo que se tiene cuenta con la participación del mercado del sector, para poder tener en cuenta y cubrir las necesidades que presentan.

Así también realizar un estudio de inversión para el análisis de implementación de la farmacia para dar mejoras en el servicio de ventas de productos farmacéuticos. Con ello también desarrollar estrategias innovadoras, para obtener acogida por parte de la ciudadanía.

- **Factibilidad Comercial**

En la factibilidad comercial, se identifica que los ciudadanos del sector Guayacanes de la ciudad de Guayaquil, disponen el consumo de productos de farmacia para su salud, permitiendo que la farmacia a implementar de satisfacción y mejoras de calidad, con precios accesibles, obteniendo buena calidad en los productos adquiridos para ser primera opción en la mente del consumidor.

- **Factibilidad Legal**

En la factibilidad legal es considerado factible, por el trabajo de investigación se sustenta por las leyes de la Constitución de la Republica de Ecuador, Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida 2017-2021, así como también las leyes regulatorias del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones COPCI, Código Tributario, Ley de Defensa del Consumidor, Ley de Comprobantes de Ventas y Retención, Reglamento de

Farmacia, Ley de Patentes y permisos municipales, por lo que ayuden al cumplimiento de las obligaciones de la implementación de la farmacia.

- **Factibilidad Social**

En la factibilidad social se da desarrolla por la implementación de la farmacia, la cual busca generar ingresos y fuentes de empleos, y con ello dar mejoras al desempleo que existe en la actualidad.

- **Factibilidad Financiera**

Se considera factible económicamente porque la implementación del proyecto con TIR de 28% genera un VAN de \$7'955,255.48 lo que determina que se recupera la inversión realizada, ante lo cual la empresa Comfarmalsa está dispuesta a invertir.

- **Factibilidad Técnica**

En la factibilidad técnica sería factible por lo que la farmacia contaría con equipos tecnológicos requeridos en esta clase de negocio, así mismo software, para poder ofrecer una calidad en el servicio.

3.3. Descripción de la propuesta

En la presente investigación pretende dar a saber sobre la implementación de una franquicia de farmacia de la Cruz Azul, para que dé solución a la escasa cobertura de productos de farmacéuticos y con ello de satisfacción a los clientes o ciudadanos del sector Guayacanes de la ciudad de Guayaquil, por lo que dicho sector opta de deferentes clases sociales que desean adquirir dichos productos. Esta investigación será llevada a cabo por 4 etapas en las cuales serán detalladas a continuación.

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio financiero
- Estudio organizacional.

3.3.1. Etapa 1: Estudio de mercado

En el estudio de mercado se da a determinar la cantidad de productos de farmacia, que la ciudadanía del sector Guayacanes de la ciudad de Guayaquil esté dispuesta en adquirir, con ello que sean con precios accesibles, por lo cual mediante los resultados de las encuestas se obtendrán este tipo de información, así se conocerá las necesidades, gustos y preferencias en el tipo de fármacos que los clientes deseen.

Identificación de servicio:

Los productos de farmacia a ofrecer, cuentan con garantía y calidad de la empresa DIFARE, y por otro lado el hecho de ser una franquicia contara con productos de bazar y hospitalarios, lo que da mayor ayuda por lo que ofrecería variedad de productos. Así mismo se le suma el servicio personalizado que brindara a la ciudadanía dando ayuda mediante el asesoramiento.

Segmentación de mercado

La farmacia estará dirigida a la ciudadanía de la ciudad de Guayaquil, sobre todo al sector Guayacanes, el cual se pretende dar un servicio de calidad, productos farmacéuticos que estén accesibles a la economía, es así que estará como ya anteriormente se expuso en el sector Guayacanes con un número aproximado de personas de 11.000 según el INEC realizado en el 2010.

Análisis de la competencia

La competencia que cuentan las farmacias Cruz Azul se encuentran ubicadas dentro de la ciudad de Guayaquil, así mismo por el sector de Guayacanes donde se pretende establecer la farmacia.

La Primicia

Imagen 1: Competencia "La Primicia"



Fuente: Internet

Farmacias la Primicia ofrece productos farmacéuticos, boticas y droguerías, pero no se encuentra por el sector Guayacanes, así mismo no es tan conocida.

Sana Sana



Imagen 2: Competencia "Sana Sana"

Fuente Internet

Farmacias Sana Sana es una cadena de farmacias a nivel nacional, la cual ofrecen productos para el bienestar y cuidado de la salud, así mismo no se encuentra cerca el sector Guayacanes.

Fybeca



Imagen 3: Competencia "Fybeca"

Fuente Internet

Farmacias Fybeca es una cadena de farmacias en el Ecuador, cuenta con servicio a domicilio, pero así mismo no se encuentra cerca por sector.

Farmacias Keyla



Imagen 4: Competencia "Keyla"

Fuente Internet

Farmacias Keyla se encuentra en algunos lugares de la ciudad de Guayaquil, ofrece productos farmacéuticos, pero no con promociones ni precios accesibles, así mismo no se encuentra por el sector.

Proveedores

Dentro de la industria farmacéutica se puede indicar una cantidad determinada de proveedores, en este caso por ser CRUZ AZUL una marca de franquicia, se denomina como proveedor principal a DIFARE, siendo uno de los términos irrevocables del franquiciado, a excepción de productos que no tenga en stock se puede realizar compras a otros proveedores.



Imagen 5: Proveedor "DIFARE"

Fuente Internet

Empresa ecuatoriana cuyo capital es ecuatoriano, se encuentra en el sector farmacéutico y de consumo, cuenta con algunas cadenas de farmacias en todo el país, entre las más reconocidas son, Cruz Azul, Pharmacy's, Farmacias comunitarias, y es el cual otorga la franquicia a nuestro proyecto.



Imagen 6: Proveedor "FAMAYALA"

Fuente Internet

Farmayala Pharmaceutical Company S.A. es una compañía de la industria de laboratorios farmacéuticos, sus oficinas se encuentran en la ciudad de Durán, provincia del Guayas, así mismo cuenta con oficinas en otras ciudades del Ecuador.



Imagen 7: Proveedor "BOTICAS UNIDAS"

Fuente Internet

Boticas Unidas del Ecuador es una empresa ecuatoriana del sector farmacéutico, cuenta con su sede en la ciudad de Guayaquil. En sus operaciones cuenta con comerciantes cuyas ventas son al por mayor y de medicamentos y productos relacionadas a la industria farmacéutica.



Imagen 8: Proveedor "LABORATORIOS ROCNARF"

Fuente Internet

Laboratorios Rocnarf es una empresa del sector farmacéutico, cuenta con alto stock de fármacos para diversos tratamientos de condiciones clínicas, tanto para niños y adultos entre estos antibióticos, vitaminas, ácido salicílico etc.

3.3.2. Etapa 2: Estudio técnico

- **Equipos, muebles de oficina y maquinaria**

Para implementar la farmacia se utilizarán los siguientes recursos.

Tabla 12: Equipos, muebles de oficina y maquinaria

Equipos y Muebles	
Cantidad	Descriptivo
1	Escritorio
2	Sillas
16	Perchas
1	Aire Acondicionado
2	Mostradores
2	Computadoras
2	Impresoras térmicas
2	Lector de barra
2	Lector de banda
1	Teléfono
Maquinaria	
1	Refrigeradora comercial
1	Refrigeradora para medicina

Elaborado por: Gema Barén

- **Tamaño del proyecto**

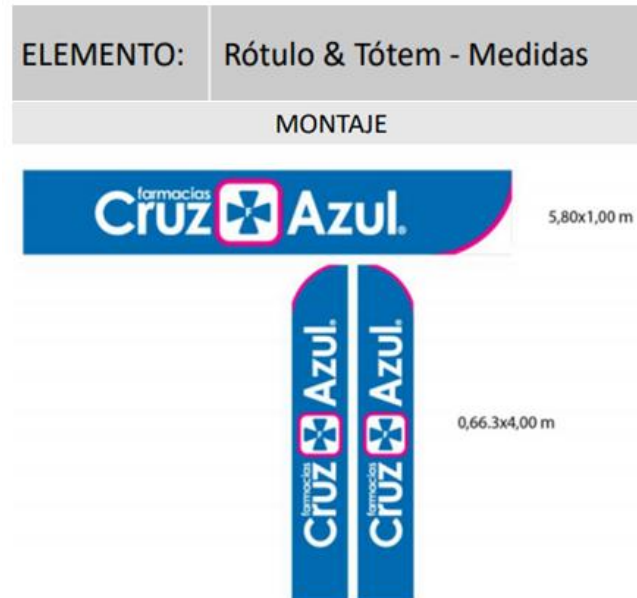
La farmacia a implementar será pequeña por lo que contará con 2 colaboradores

- **Ubicación**

La farmacia estará ubicada en el sector de Guayacanes, de la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas, el cual es un sector con alto auge de personas.

- **Distribución del local**

Imagen 9: Presentación del Local 1



Elaborado por: Gema Barén



Elaborado por: Gema Barén

Imagen 10: Distribución del local

ELEMENTO: Módulos, Counters, descuentos, señalética, cenefa de color, porta permisos, porta afiche



ELEMENTO: Cenefa de color, placas varias, señalética, tiras de escribir, color y categorías

MONTAJE



ELEMENTO: Base de friso

MONTAJE



Elaborado por: Gema Barén

3.3.3. Etapa 3: Estudio Financiero


3.3.3.1. Requisitos para acceder a un crédito en Banco Pichincha

- ✓ Cedula de ciudadanía y del certificado de votación del solicitante, cónyuge o conviviente.
- ✓ RUC o RISE actualizado.
- ✓ Copia de planilla de servicios básicos con una antigüedad no mayor a 3 meses de la fecha de presentación de la solicitud de crédito.
- ✓ 3 últimos estados de cuenta.
- ✓ Declaración del IVA (3 últimos meses)
- ✓ Impuesto a la Renta.
- ✓ Copia de carta del impuesto predial, escritura del inmueble y/o certificado de gravámenes (si aplica).
- ✓ Plan de inversión del proyecto.
- ✓ Copia de escritura, contrato de arrendamiento o documentos que justifiquen el uso del lugar de inversión.

Se realizó un simulador de crédito en la página de Banco Pichincha para conocer los intereses a pagar por año.

PROGRAMACIÓN DE LA AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

ESCRIBA LOS VALORES				RESUMEN DEL PRÉSTAMO			
Importe del préstamo	\$	30.000,00		Pago programado	\$	6.140,67	
Tasa de interés anual		9,33%		Número de pagos programados		5	
Periodo del préstamo en años		5		Número real de pagos		5	
Número de pagos por año		12		Importe total de pagos anticipados	\$	400,00	
Fecha de inicio del préstamo		2/8/2021		Importe total de intereses	\$	695,53	
Pagos extra opcionales	\$	100,00		NOMBRE DE LA ENTIDAD DE CRÉDITO Banco Pichincha			



Nº. DE PAGO	FECHA DE PAGO	SALDO INICIAL	PAGO PROGRAMADO	PAGO EXTRA	IMPORTE TOTAL DEL PAGO	PRINCIPAL	INTERÉS	SALDO FINAL	INTERÉS ACUMULADO
1	2/8/2021	\$ 30.000,00	\$ 6.140,67	\$ 100,00	\$ 6.240,67	\$ 6.007,42	\$ 233,25	\$ 23.992,58	\$ 233,25
2	2/9/2021	\$ 23.992,58	\$ 6.140,67	\$ 100,00	\$ 6.240,67	\$ 6.054,13	\$ 186,54	\$ 17.938,45	\$ 419,79
3	2/10/2021	\$ 17.938,45	\$ 6.140,67	\$ 100,00	\$ 6.240,67	\$ 6.101,20	\$ 139,47	\$ 11.837,25	\$ 559,26
4	2/11/2021	\$ 11.837,25	\$ 6.140,67	\$ 100,00	\$ 6.240,67	\$ 6.148,64	\$ 92,03	\$ 5.688,61	\$ 651,30
5	2/12/2021	\$ 5.688,61	\$ 6.140,67	\$ -	\$ 5.688,61	\$ 5.644,38	\$ 44,23	\$ -	\$ 695,53

Elaborado por: Gema Barén

Fuente: (PICHINCHA, 2021)

3.3.3.2. Activos no Corrientes y Depreciación

Tabla 13: Muebles de Oficina

ACTIVOS FIJOS						
MUEBLES Y ENSERES						
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total	AÑOS DE VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
2	Caja Cobro	\$ 60,00	\$ 120,00	10	\$ 12,00	\$ 1,00
2	Paneles ranurados con ganchos	\$ 150,00	\$ 300,00	11	\$ 27,27	\$ 2,27
4	Mostradores	\$ 55,00	\$ 220,00	10	\$ 22,00	\$ 1,83
2	Archivador Metalico	\$ 45,00	\$ 90,00	10	\$ 9,00	\$ 0,75
2	Silla de escritorio	\$ 30,00	\$ 60,00	10	\$ 6,00	\$ 0,50
ACTIVOS FIJOS			\$ 790,00		\$ 76,27	

Elaborado por: Gema Barén

Tabla 14: Equipo de Computación

EQUIPO DE COMPUTACIÓN						
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total	AÑOS DE VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
2	Lectores de Banda	\$ 35,00	\$ 70,00	3	\$ 23,33	\$ 1,94
2	Lectores de Barra	\$ 40,00	\$ 80,00	3	\$ 26,67	\$ 2,22
2	Computadoras De Escritorio	\$ 200,00	\$ 400,00	3	\$ 133,33	\$ 11,11
2	Impresora termica	\$ 80,00	\$ 160,00	3	\$ 53,33	\$ 4,44
2	Teclado	\$ 20,00	\$ 40,00	3	\$ 13,33	\$ 1,11
2	Mouse	\$ 10,00	\$ 20,00	4	\$ 5,00	\$ 0,42
TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTO			\$ 770,00		\$ 250,00	

Elaborado por Gema Barén

Tabla 15: Equipos de Oficina

EQUIPO DE OFICINA						
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total	AÑOS DE VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
1	Telefono	\$ 40,00	\$ 40,00	10	\$ 4,00	\$ 0,33
1	Caja fuerte	\$ 250,00	\$ 250,00	11	\$ 22,73	\$ 1,89
1	Dispensador de Agua	\$ 90,00	\$ 90,00	10	\$ 9,00	\$ 0,75
1	Aire Acondicionado Split	\$ 400,00	\$ 400,00	10	\$ 40,00	\$ 3,33
TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA			\$ 780,00		\$ 75,73	

Elaborado por Gema Barén

TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	\$ 2.340,00
Depreciación de activos	\$ 402,00

Tabla 16: Suministros de Oficina

SUMINISTROS DE OFICINA			
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
6	Archivadores	\$ 3,00	\$ 18,00
1	Cinta de embalaje	\$ 0,75	\$ 0,75
1	Caja de Lápiz	\$ 2,00	\$ 2,00
1	Caja de Pluma	\$ 3,00	\$ 3,00
3	Caja De Clips	\$ 2,00	\$ 6,00
2	Resma Papel Bond	\$ 3,00	\$ 6,00
2	Grapadoras	\$ 4,00	\$ 8,00
2	Perforadoras	\$ 4,00	\$ 8,00
2	Saca Grapas	\$ 2,00	\$ 4,00
3	Caja de Grapas	\$ 3,00	\$ 9,00
SUMINISTROS DE LIMPIEZA			
Cantidad	Descripción	Costo	Costo
1	Rollo de papel higienico	\$ 5,00	\$ 5,00
1	Desinfectante	\$ 3,50	\$ 3,50
1	Trapeador	\$ 2,00	\$ 2,00
1	Recogedor	\$ 2,50	\$ 2,50
1	Escoba	\$ 2,50	\$ 2,50
1	Paquete de toalla de mano	\$ 3,50	\$ 3,50
1	Jabon	\$ 1,50	\$ 1,50
1	Deja	\$ 0,85	\$ 0,85
1	Limpia vidrio	\$ 2,75	\$ 2,75
1	Cepillo de baño	\$ 2,50	\$ 2,50
TOTAL SUMINISTRO DE OFICINA			\$ 64,75
TOTAL SUMINISTRO DE LIMPIEZA			\$ 26,60

Elaborado por Gema Barén

3.3.3.3. Gastos de Constitución y Remodelación.

Tabla 17: Gastos de Constitución y Remodelación

ACTIVOS DIFERIDOS		
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		
Descripción	Precio	Amortización anual
Franquicia	\$ 3.000,00	\$ 600,00
Sistema Neptuno	\$ 1.400,00	\$ 280,00
Permisos de funcionamiento Municipio	\$ 54,00	\$ 10,80
Permiso cuerpo bomberos	\$ 84,00	\$ 16,80
TOTAL	\$ 4.538,00	\$ 907,60

GASTOS DE ADECUACIÓN		
Descripción	Precio	Amortización anual
Obra Civil	\$ 15.000,00	\$ 3.000,00
TOTAL	\$ 15.000,00	\$ 3.000,00

TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 19.538,00	\$ 3.907,60
--------------------------------	---------------------	--------------------

Elaborado por Gema Barén

3.3.3.4. Balance Inicial

Tabla 18: Balance Inicial

COMFARMALSA		
BALANCE INICIAL		
AL 02 DE AGOSTO DEL 2021		
ACTIVOS		
ACTIVO CORRIENTE		\$ 30.091,35
Banco	\$ 30.000,00	
Inventario de suministros de oficina	\$ 64,75	
Inventario de suministros de limpieza	\$ 26,60	
ACTIVO FIJO		\$ 5.340,00
Propiedad Planta y equipos		
Muebles y Enseres	\$ 790,00	
Equipo de computación	\$ 770,00	
Equipo de oficina	\$ 780,00	
Nombre comercial	\$ 3.000,00	
ACTIVO DIFERIDO		\$ 19.538,00
Gastos de constitución	\$ 4.538,00	
Gastos de adecuación	\$ 15.000,00	
TOTAL ACTIVOS		\$ 54.969,35
PASIVOS		
Préstamo bancario	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
TOTAL DE PASIVOS		\$ 30.000,00
PATRIMONIO		
Capital	\$ 24.969,35	
TOTAL PATRIMONIO		\$ 24.969,35
TOTAL PASIVO+PATRIMONIO		\$ 54.969,35

Elaborado por Gema Barén

3.3.3.5. Rol de Pagos

Tabla 19: Rol de Pagos y Provisiones

ROL DE PAGOS PROYECTADO								
Cantidad	Cargo	SUELDO POR EL TOTAL DE EMPLEADO	Ingresos		Total de Ingresos	Egresos		Valor Neto a Recibir
			Salario	Fondo de Reserva 8.33% (2do año)		Aporte IESS 9.45%	Total de Egresos	
1	ADMINISTRADOR GENERAL	\$ 407.10	\$ 407.10	\$ 33.91	\$ 441.01	\$ 38.47	\$ 38.47	\$ 402.54
1	AUXILIAR DE FARMACIA	\$ 407.10	\$ 407.10	\$ 33.91	\$ 441.01	\$ 38.47	\$ 38.47	\$ 402.54
TOTAL		\$ 814.20	\$ 814.20	\$ 67.82	\$ 882.02	\$ 76.94	\$ 76.94	\$ 805.08

ROL DE PROVISIONES MENSUAL											
Cantidad	Cargo	SUELDO POR EL TOTAL DE EMPLEADO	Salario	Fondo de reserva	Décimo Tercero mensual	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal 11.15%	Total	Total	BENEFICIOS SOCIALES
1	ADMINISTRADOR GENERAL	\$ 407.10	\$ 407.10	\$ 33.91	\$ 33.93	\$ 33.33	\$ 16.96	\$ 45.39	\$ 570.62	\$84.22	\$118.13
1	AUXILIAR DE FARMACIA	\$ 407.10	\$ 407.10	\$ 33.91	\$ 33.93	\$ 33.33	\$ 16.96	\$ 45.39	\$ 570.62	\$84.22	\$118.13
TOTAL		\$ 814.20	\$ 814.20	\$ 67.82	\$ 67.85	\$ 66.67	\$ 33.93	\$ 90.78	\$ 1,141.25	\$168.44	\$236.26

Elaborado por Gema Barén

3.3.3.6. Gastos administrativos y de ventas

Tabla 20: Gastos administrativos y de ventas

ADMINISTRATIVO		
Gastos	Mensual	Anual
Servicios Basicos	\$ 180,00	\$ 2.160,00
Enlace	\$ 67,50	\$ 810,00
Depreciacion de activos fijos	\$ 402,00	\$ 4.824,00
Publicidad	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Subtotal	\$ 749,50	\$ 8.994,00

OPERATIVO		
Gastos	Mensual	Anual
Sueldos y salarios	\$ 814,20	\$ 9.770,40
Aporte patronal IESS 11.15%	\$ 90,78	\$ 1.089,40
Beneficios sociales	\$ 236,26	\$ 2.835,12
Subtotal	\$ 1.141,24	\$ 13.694,92

TOTAL DE GASTOS	\$ 1.890,74	\$ 22.688,92
------------------------	--------------------	---------------------

Elaborado por Gema Barén

3.3.3.7. Ventas al Costo

Tabla 21: Ventas al Costo

Grupo de Productos	Costo Unitario	PVP	AÑO 1		Costo Unitario	AÑO 2		Costo Unitario	AÑO 3	
			Unidades	Costo Ventas Totales		Unidades	Costo Ventas Totales		Unidades	Costo Ventas Totales
BEBES	\$ 9.594,6	\$12.472,99	5	\$ 47.973,04	\$ 10.554,07	5,75	\$ 60.685,89	\$ 11.609,47	6,61	\$ 76.767,65
ALIMENTACION INFANTIL LACTEA	\$ 9.045,8	\$11.759,55	6	\$ 54.274,84	\$ 9.950,39	6,90	\$ 68.657,67	\$ 10.945,43	7,94	\$ 86.851,95
PENICILINAS	\$ 6.445,5	\$ 8.379,14	12	\$ 77.345,93	\$ 7.090,04	13,80	\$ 97.842,60	\$ 7.799,05	15,87	\$ 123.770,89
HIGIENE PERSONAL	\$ 5.976,3	\$ 7.769,16	10	\$ 59.762,78	\$ 6.573,91	11,50	\$ 75.599,92	\$ 7.231,30	13,23	\$ 95.633,89
HORMONALES ORALES	\$ 4.149,6	\$ 5.394,49	23	\$ 95.440,96	\$ 4.564,57	26,45	\$ 120.732,82	\$ 5.021,02	30,42	\$ 152.727,01
CON REMINERALIZANTES	\$ 3.755,7	\$ 4.882,38	156	\$ 585.885,30	\$ 4.131,24	179,40	\$ 741.144,90	\$ 4.544,37	206,31	\$ 937.548,30
CEFALOSPORINAS	\$ 2.857,8	\$ 3.715,17	34	\$ 97.165,95	\$ 3.143,60	39,10	\$ 122.914,92	\$ 3.457,96	44,97	\$ 155.487,38
ANTIMICOTICOS (FUNGICIDAS)	\$ 2.727,6	\$ 3.545,86	285	\$ 777.360,87	\$ 3.000,34	327,75	\$ 983.361,50	\$ 3.300,37	376,91	\$1.243.952,30
SOLOS, EXPECTORANTES	\$ 2.567,7	\$ 3.338,03	100	\$ 256.771,90	\$ 2.824,49	115,00	\$ 324.816,45	\$ 3.106,94	132,25	\$ 410.892,81
EQUIPOS Y ACCESORIOS MEDICOS	\$ 2.559,4	\$ 3.327,21	35	\$ 89.578,72	\$ 2.815,33	40,25	\$ 113.317,08	\$ 3.096,86	46,29	\$ 143.346,11
ENZIMATICOS, ANTIINFLAMATORIO	\$ 2.557,6	\$ 3.324,88	25	\$ 63.939,98	\$ 2.813,36	28,75	\$ 80.884,07	\$ 3.094,69	33,06	\$ 102.318,35
VITAMINAS SOLAS	\$ 2.425,0	\$ 3.152,54	35	\$ 84.875,95	\$ 2.667,53	40,25	\$ 107.368,07	\$ 2.934,28	46,29	\$ 135.820,61
ACETOMINOFEN (SOLO Y COMBINADO)	\$ 2.303,3	\$ 2.994,29	174	\$ 400.774,37	\$ 2.533,63	200,10	\$ 506.979,58	\$ 2.786,99	230,12	\$ 641.329,17
ANTIINFLAMATORIOS NO ESTEROIDALES	\$ 2.287,2	\$ 2.973,38	20	\$ 45.744,38	\$ 2.515,94	23,00	\$ 57.866,64	\$ 2.767,53	26,45	\$ 73.201,30
ANTAGONISTAS DE RECEPT.HISTAMIN.H2	\$ 2.048,0	\$ 2.662,39	36	\$ 73.727,68	\$ 2.252,79	41,40	\$ 93.265,51	\$ 2.478,07	47,61	\$ 117.980,87
HEPATOPROTECTORES ESPECIFICOS	\$ 1.925,8	\$ 2.503,56	89	\$ 171.397,45	\$ 2.118,40	102,35	\$ 216.817,77	\$ 2.330,23	117,70	\$ 274.274,48
QUINOLONAS	\$ 1.771,6	\$ 2.303,06	18	\$ 31.888,49	\$ 1.948,74	20,70	\$ 40.338,94	\$ 2.143,62	23,81	\$ 51.028,77
OTROS ANALGESICOS	\$ 1.649,3	\$ 2.144,04	24	\$ 39.582,31	\$ 1.814,19	27,60	\$ 50.071,62	\$ 1.995,61	31,74	\$ 63.340,61
SULFAS (VER ANTIINFECCIOSOS SISTEMI	\$ 1.592,6	\$ 2.070,43	32	\$ 50.964,32	\$ 1.751,90	36,80	\$ 64.469,86	\$ 1.927,09	42,32	\$ 81.554,38
CUIDADO ORAL	\$ 1.554,3	\$ 2.020,55	27	\$ 41.965,21	\$ 1.709,69	31,05	\$ 53.085,99	\$ 1.880,66	35,71	\$ 67.153,78
SOLOS, RELAJANTES MUSCULARES	\$ 1.533,7	\$ 1.993,82	17	\$ 26.073,04	\$ 1.687,08	19,55	\$ 32.982,39	\$ 1.855,79	22,48	\$ 41.722,72
VASODILATADORES DE ACCION DIRECT	\$ 1.426,8	\$ 1.854,90	18	\$ 25.683,17	\$ 1.569,53	20,70	\$ 32.489,22	\$ 1.726,48	23,81	\$ 41.098,86
ALIMENTOS NUTRICIONALES	\$ 1.425,0	\$ 1.852,51	50	\$ 71.250,30	\$ 1.567,51	57,50	\$ 90.131,63	\$ 1.724,26	66,13	\$ 114.016,51

Grupo de Productos	Costo Unitario	PVP	AÑO 1		Costo Unitario	AÑO 2		Costo Unitario	AÑO 3	
			Unidades	Costo Ventas Totales		Unidades	Costo Ventas Totales		Unidades	Costo Ventas Totales
ANTIGRIPALES, FORMULAS	\$ 1.404,4	\$ 1.825,75	23	\$ 32.301,78	\$ 1.544,87	26,45	\$ 40.861,75	\$ 1.699,35	30,42	\$ 51.690,11
ANTIMICOTICOS	\$ 1.299,5	\$ 1.689,32	49	\$ 63.674,23	\$ 1.429,42	56,35	\$ 80.547,90	\$ 1.572,36	64,80	\$ 101.893,09
ANTIHISTAMINICOS(RECEPTORES H1)	\$ 1.299,0	\$ 1.688,73	37	\$ 48.063,85	\$ 1.428,93	42,55	\$ 60.800,77	\$ 1.571,82	48,93	\$ 76.912,98
COLESTEROL,REDUCTORES.(V.HIPOLIPEMI	\$ 1.188,6	\$ 1.545,13	85	\$ 101.027,69	\$ 1.307,42	97,75	\$ 127.800,02	\$ 1.438,16	112,41	\$ 161.667,03
ANALGESICOS Y ANESTESICOS LOCALES	\$ 1.179,5	\$ 1.533,37	12	\$ 14.154,23	\$ 1.297,47	13,80	\$ 17.905,10	\$ 1.427,22	15,87	\$ 22.649,95
LEVADURAS Y RESTAURA.FLORA INTESTIN	\$ 1.178,2	\$ 1.531,66	28	\$ 32.989,57	\$ 1.296,02	32,20	\$ 41.731,81	\$ 1.425,62	37,03	\$ 52.790,74
ANTIANGINA/VASODILATADOR CORONARIC	\$ 1.152,1	\$ 1.497,75	20	\$ 23.042,36	\$ 1.267,33	23,00	\$ 29.148,59	\$ 1.394,06	26,45	\$ 36.872,96
DERMATOLOGIA	\$ 1.102,2	\$ 1.432,86	36	\$ 39.679,20	\$ 1.212,42	41,40	\$ 50.194,19	\$ 1.333,66	47,61	\$ 63.495,65
PARASIMPATICOLITICOS(AG.ANTICOLINER	\$ 1.081,7	\$ 1.406,26	89	\$ 96.274,86	\$ 1.189,91	102,35	\$ 121.787,70	\$ 1.308,91	117,70	\$ 154.061,44
ANQUILOSTOMIASIS	\$ 1.066,6	\$ 1.386,59	18	\$ 19.198,87	\$ 1.173,26	20,70	\$ 24.286,57	\$ 1.290,59	23,81	\$ 30.722,51
ANTIBACTERIANO, ANTISEPTICO	\$ 1.064,2	\$ 1.383,44	24	\$ 25.540,42	\$ 1.170,60	27,60	\$ 32.308,63	\$ 1.287,66	31,74	\$ 40.870,41
INHIBIDORES DE LA E.C.A.	\$ 1.040,5	\$ 1.352,59	32	\$ 33.294,62	\$ 1.144,50	36,80	\$ 42.117,70	\$ 1.258,95	42,32	\$ 53.278,89
POLIVITAMINICOS	\$ 987,8	\$ 1.284,18	27	\$ 26.671,49	\$ 1.086,62	31,05	\$ 33.739,44	\$ 1.195,28	35,71	\$ 42.680,39
ANTIDIABETICOS (VER DIABETES,MEDICA	\$ 972,8	\$ 1.264,59	17	\$ 16.536,97	\$ 1.070,04	19,55	\$ 20.919,27	\$ 1.177,04	22,48	\$ 26.462,87
BELLEZA Y COSMETICOS	\$ 952,9	\$ 1.238,78	18	\$ 17.152,34	\$ 1.048,20	20,70	\$ 21.697,72	\$ 1.153,02	23,81	\$ 27.447,61
ANTIHISTAMINICOS H1(V.ANTIALERG)	\$ 896,7	\$ 1.165,68	50	\$ 44.833,80	\$ 986,34	57,50	\$ 56.714,76	\$ 1.084,98	66,13	\$ 71.744,17
ANALGESICOS	\$ 880,8	\$ 1.145,02	23	\$ 20.257,96	\$ 968,86	26,45	\$ 25.626,32	\$ 1.065,75	30,42	\$ 32.417,30
SULFAS/TRIMETOPRIN	\$ 827,7	\$ 1.075,96	49	\$ 40.555,44	\$ 910,43	56,35	\$ 51.302,63	\$ 1.001,47	64,80	\$ 64.897,83
ANTIVIRALES,AGENTES(V.ANTIVIR.ESPE)	\$ 789,7	\$ 1.026,58	37	\$ 29.218,12	\$ 868,65	42,55	\$ 36.960,93	\$ 955,51	48,93	\$ 46.755,57
ERITROMICINA U OTROS MACROLIDOS	\$ 788,2	\$ 1.024,71	5	\$ 3.941,19	\$ 867,06	5,75	\$ 4.985,61	\$ 953,77	6,61	\$ 6.306,79
ANTIMIGRAÑOSOS	\$ 787,2	\$ 1.023,32	6	\$ 4.723,03	\$ 865,89	6,90	\$ 5.974,63	\$ 952,48	7,94	\$ 7.557,90
DIGESTIVOS SOLOS Y COMBINADOS	\$ 781,9	\$ 1.016,50	12	\$ 9.383,09	\$ 860,12	13,80	\$ 11.869,61	\$ 946,13	15,87	\$ 15.015,05
CORTICOSTEROIDES (VER CORTICOST)	\$ 777,0	\$ 1.010,12	10	\$ 7.770,18	\$ 854,72	11,50	\$ 9.829,28	\$ 940,19	13,23	\$ 12.434,04
BEBIDAS Y REFRESCOS	\$ 746,8	\$ 970,78	23	\$ 17.175,41	\$ 821,43	26,45	\$ 21.726,89	\$ 903,58	30,42	\$ 27.484,52
COMPLEJO B	\$ 735,4	\$ 956,04	28	\$ 20.591,65	\$ 808,96	32,20	\$ 26.048,43	\$ 889,85	37,03	\$ 32.951,27
ACNE Y FURUNCULOSIS	\$ 699,0	\$ 908,66	20	\$ 13.979,46	\$ 768,87	23,00	\$ 17.684,02	\$ 845,76	26,45	\$ 22.370,28
NO ENZIMATICOS, ANTIINFLAMATORIOS	\$ 698,2	\$ 907,66	36	\$ 25.135,31	\$ 768,02	41,40	\$ 31.796,16	\$ 844,83	47,61	\$ 40.222,15
ANTIVIRALES ESPECIFICOS	\$ 695,6	\$ 904,33	89	\$ 61.911,96	\$ 765,20	102,35	\$ 78.318,63	\$ 841,72	117,70	\$ 99.073,07
ANTIAGREGANTES PLAQUETARIOS	\$ 693,9	\$ 902,10	18	\$ 12.490,63	\$ 763,32	20,70	\$ 15.800,65	\$ 839,65	23,81	\$ 19.987,82
SOLUC.ELECTROLIT P/HIDRAT.ORAL	\$ 675,0	\$ 877,48	24	\$ 16.199,57	\$ 742,48	27,60	\$ 20.492,45	\$ 816,73	31,74	\$ 25.922,95

Grupo de Productos	Costo Unitario	PVP	AÑO 1		Costo Unitario	AÑO 2		Costo Unitario	AÑO 3	
			Unidades	Costo Ventas Totales		Unidades	Costo Ventas Totales		Unidades	Costo Ventas Totales
ESTIMULANTES DEL PERISTALTISMO	\$ 670,6	\$ 871,79	32	\$ 21.459,33	\$ 737,66	36,80	\$ 27.146,05	\$ 811,43	42,32	\$ 34.339,75
HIERRO Y FERRUGINOSOS (SOLO-COMBIN)	\$ 664,5	\$ 863,85	27	\$ 17.941,47	\$ 730,95	31,05	\$ 22.695,96	\$ 804,04	35,71	\$ 28.710,39
DERMICOS, GLUCOCORTICOIDES	\$ 638,0	\$ 829,36	17	\$ 10.845,44	\$ 701,76	19,55	\$ 13.719,48	\$ 771,94	22,48	\$ 17.355,14
FUNGICIDAS (ANTIMICOTICOS)	\$ 620,5	\$ 806,68	18	\$ 11.169,38	\$ 682,57	20,70	\$ 14.129,26	\$ 750,83	23,81	\$ 17.873,52
BENZODIACEPINAS	\$ 617,5	\$ 802,69	50	\$ 30.872,60	\$ 679,20	57,50	\$ 39.053,84	\$ 747,12	66,13	\$ 49.403,11
URINARIOS,ANTISEPTICOS/ANALGESICOS	\$ 612,7	\$ 796,48	23	\$ 14.091,59	\$ 673,95	26,45	\$ 17.825,87	\$ 741,34	30,42	\$ 22.549,72
TERAPIA O TRATAMIENTO, ASMA	\$ 599,8	\$ 779,71	49	\$ 29.388,98	\$ 659,75	56,35	\$ 37.177,05	\$ 725,73	64,80	\$ 47.028,97
ANTIHIPERTENSIVOS (V.CARDIOVAS.AGEN	\$ 592,5	\$ 770,30	37	\$ 21.923,87	\$ 651,79	42,55	\$ 27.733,69	\$ 716,97	48,93	\$ 35.083,12
HIPNOTICOS	\$ 586,4	\$ 762,29	5	\$ 2.931,89	\$ 645,01	5,75	\$ 3.708,83	\$ 709,52	6,61	\$ 4.691,68
ANTIMETABOLITOS	\$ 582,7	\$ 757,46	6	\$ 3.495,95	\$ 640,92	6,90	\$ 4.422,38	\$ 705,02	7,94	\$ 5.594,31
TELECOMUNICACIONES	\$ 568,8	\$ 739,41	12	\$ 6.825,32	\$ 625,65	13,80	\$ 8.634,03	\$ 688,22	15,87	\$ 10.922,05
ANTIANEMICOS (VER HEMATINICOS)	\$ 552,0	\$ 717,65	10	\$ 5.520,35	\$ 607,24	11,50	\$ 6.983,24	\$ 667,96	13,23	\$ 8.833,80
VARICES,FLEBITIS,TROMBOFLEBITIS	\$ 522,0	\$ 678,54	18	\$ 9.395,10	\$ 574,15	20,70	\$ 11.884,80	\$ 631,56	23,81	\$ 15.034,27
COMBINADOS,EXPECTORANTES	\$ 520,8	\$ 677,02	24	\$ 12.498,82	\$ 572,86	27,60	\$ 15.811,00	\$ 630,15	31,74	\$ 20.000,92
CON CODEINA O DERIVADOS	\$ 488,5	\$ 635,02	32	\$ 15.631,26	\$ 537,32	36,80	\$ 19.773,55	\$ 591,06	42,32	\$ 25.013,54
ALCALINIZANTES	\$ 483,5	\$ 628,61	27	\$ 13.055,82	\$ 531,90	31,05	\$ 16.515,62	\$ 585,09	35,71	\$ 20.892,25
MULTIANALGESICO	\$ 472,6	\$ 614,40	17	\$ 8.034,46	\$ 519,88	19,55	\$ 10.163,59	\$ 571,86	22,48	\$ 12.856,94
PROSTATA	\$ 470,8	\$ 611,98	18	\$ 8.473,61	\$ 517,83	20,70	\$ 10.719,11	\$ 569,61	23,81	\$ 13.559,68
CUIDADO DE LA PIEL	\$ 452,8	\$ 588,62	50	\$ 22.639,10	\$ 498,06	57,50	\$ 28.638,46	\$ 547,87	66,13	\$ 36.227,65
ASOCIADOS CON ANTIFLATULENTOS	\$ 444,5	\$ 577,81	23	\$ 10.222,72	\$ 488,91	26,45	\$ 12.931,74	\$ 537,80	30,42	\$ 16.358,65
HORMONALES PARENTERALES	\$ 438,1	\$ 569,53	49	\$ 21.466,75	\$ 481,91	56,35	\$ 27.155,44	\$ 530,10	64,80	\$ 34.351,63
NO ENZIMATICOS	\$ 428,1	\$ 556,53	37	\$ 15.839,63	\$ 470,91	42,55	\$ 20.037,13	\$ 518,00	48,93	\$ 25.346,97
AMEBIASIS	\$ 407,4	\$ 529,64	5	\$ 2.037,09	\$ 448,16	5,75	\$ 2.576,92	\$ 492,98	6,61	\$ 3.259,80
CON ANALGESICOS, RELAJANTES MUSC	\$ 405,4	\$ 527,07	6	\$ 2.432,63	\$ 445,98	6,90	\$ 3.077,27	\$ 490,58	7,94	\$ 3.892,75
OBESIDAD MEDICAMENTOS PARA	\$ 404,7	\$ 526,10	12	\$ 4.856,28	\$ 445,16	13,80	\$ 6.143,19	\$ 489,67	15,87	\$ 7.771,14
CALCIO,PREPARACIONES DE	\$ 396,4	\$ 515,34	10	\$ 3.964,18	\$ 436,06	11,50	\$ 5.014,69	\$ 479,67	13,23	\$ 6.343,58
NOOTROPOS(METABOL/OXIGENADOR CERE	\$ 395,3	\$ 513,87	23	\$ 9.091,56	\$ 434,81	26,45	\$ 11.500,82	\$ 478,29	30,42	\$ 14.548,53
ANTISEPT.Y ANTIBACT.P/USO OFTALMOLO	\$ 363,6	\$ 472,63	28	\$ 10.179,71	\$ 399,92	32,20	\$ 12.877,33	\$ 439,91	37,03	\$ 16.289,82
CON CORTICOSTEROIDES	\$ 360,2	\$ 468,21	20	\$ 7.203,24	\$ 396,18	23,00	\$ 9.112,10	\$ 435,80	26,45	\$ 11.526,80
SOLOS, ANTIDIARREICOS	\$ 356,7	\$ 463,71	36	\$ 12.841,09	\$ 392,37	41,40	\$ 16.243,98	\$ 431,60	47,61	\$ 20.548,64

Grupo de Productos	Costo Unitario	PVP	AÑO 1		Costo Unitario	AÑO 2		Costo Unitario	AÑO 3	
			Unidades	Costo Ventas Totales		Unidades	Costo Ventas Totales		Unidades	Costo Ventas Totales
ORALES, ANTIDIABETICOS	\$ 351,4	\$ 456,81	89	\$ 31.274,16	\$ 386,53	102,35	\$ 39.561,81	\$ 425,19	117,70	\$ 50.045,68
ANTIPLATULENTOS (VER ANTIACID C/ANT	\$ 338,7	\$ 440,33	18	\$ 6.096,82	\$ 372,58	20,70	\$ 7.712,47	\$ 409,84	23,81	\$ 9.756,28
OFTALMOLOGIA	\$ 329,5	\$ 428,39	24	\$ 7.908,65	\$ 362,48	27,60	\$ 10.004,44	\$ 398,73	31,74	\$ 12.655,62
CICATRIZANTES	\$ 323,3	\$ 420,26	37	\$ 11.961,32	\$ 355,61	42,55	\$ 15.131,07	\$ 391,17	48,93	\$ 19.140,81
ESTETICA CORPORAL	\$ 314,6	\$ 408,97	85	\$ 26.740,07	\$ 346,05	97,75	\$ 33.826,18	\$ 380,65	112,41	\$ 42.790,12
PAÑALES INFANTILES	\$ 310,7	\$ 403,96	12	\$ 3.728,87	\$ 341,81	13,80	\$ 4.717,02	\$ 375,99	15,87	\$ 5.967,03
ANTIESPASMO/ANTICOL(V.PARASIMPATICO	\$ 298,7	\$ 388,26	28	\$ 8.362,51	\$ 328,53	32,20	\$ 10.578,57	\$ 361,38	37,03	\$ 13.381,89
ASCARIASIS	\$ 280,3	\$ 364,41	20	\$ 5.606,26	\$ 308,34	23,00	\$ 7.091,92	\$ 339,18	26,45	\$ 8.971,28
ALIMENTACION INFANTIL NO LACTEA	\$ 279,6	\$ 363,43	36	\$ 10.064,34	\$ 307,52	41,40	\$ 12.731,39	\$ 338,27	47,61	\$ 16.105,21
ANTHELMINTICOS (VER PARASITOSIS)	\$ 277,0	\$ 360,09	89	\$ 24.652,20	\$ 304,69	102,35	\$ 31.185,03	\$ 335,16	117,70	\$ 39.449,07
ANTIDEPRESIVOS	\$ 275,7	\$ 358,44	18	\$ 4.963,07	\$ 303,30	20,70	\$ 6.278,28	\$ 333,63	23,81	\$ 7.942,03
CON OTROS MEDICAMENTOS	\$ 256,1	\$ 332,88	24	\$ 6.145,39	\$ 281,66	27,60	\$ 7.773,92	\$ 309,83	31,74	\$ 9.834,01
AMEBICIDAS (VEASE PARASITOSIS)	\$ 254,1	\$ 330,34	32	\$ 8.131,55	\$ 279,52	36,80	\$ 10.286,41	\$ 307,47	42,32	\$ 13.012,31
ANTIEMETICOS	\$ 242,3	\$ 314,96	27	\$ 6.541,43	\$ 266,50	31,05	\$ 8.274,90	\$ 293,15	35,71	\$ 10.467,75
BRONCODILATADORES (VER ASMA)	\$ 240,3	\$ 312,37	17	\$ 4.084,83	\$ 264,31	19,55	\$ 5.167,31	\$ 290,74	22,48	\$ 6.536,64
USO INTERNO, GLUCORTICOIDES	\$ 223,9	\$ 291,06	18	\$ 4.030,09	\$ 246,28	20,70	\$ 5.098,07	\$ 270,91	23,81	\$ 6.449,05
ALIMENTACION PARENTERAL ENDOVENOSA	\$ 215,6	\$ 280,34	50	\$ 10.782,20	\$ 237,21	57,50	\$ 13.639,48	\$ 260,93	66,13	\$ 17.253,95
DE USO ORAL, HEMOSTATICOS	\$ 212,4	\$ 276,06	23	\$ 4.884,17	\$ 233,59	26,45	\$ 6.178,47	\$ 256,95	30,42	\$ 7.815,76
TRANQUILIZANTES(V.ANSIOL.Y ANTIPSI)	\$ 205,1	\$ 266,64	49	\$ 10.050,19	\$ 225,62	56,35	\$ 12.713,50	\$ 248,18	64,80	\$ 16.082,57
ANTIBIOTICOS	\$ 202,6	\$ 263,36	37	\$ 7.495,72	\$ 222,85	42,55	\$ 9.482,08	\$ 245,13	48,93	\$ 11.994,84
AMINOGLUCOSIDOS	\$ 196,2	\$ 255,07	5	\$ 981,04	\$ 215,83	5,75	\$ 1.241,01	\$ 237,41	6,61	\$ 1.569,88
VALPROICO, ACIDO Y DERIVADOS	\$ 193,4	\$ 251,42	6	\$ 1.160,41	\$ 212,74	6,90	\$ 1.467,92	\$ 234,02	7,94	\$ 1.856,92
PROFILAXIS O PREVENCION, ASMA	\$ 192,1	\$ 249,75	12	\$ 2.305,38	\$ 211,33	13,80	\$ 2.916,31	\$ 232,46	15,87	\$ 3.689,13
CON AMINOACIDOS	\$ 188,2	\$ 244,62	10	\$ 1.881,66	\$ 206,98	11,50	\$ 2.380,30	\$ 227,68	13,23	\$ 3.011,08
QUE AUMENTAN EL BOLO FECAL	\$ 186,5	\$ 242,47	5	\$ 932,58	\$ 205,17	5,75	\$ 1.179,71	\$ 225,68	6,61	\$ 1.492,34
ANTITETANICA	\$ 186,4	\$ 242,27	6	\$ 1.118,17	\$ 205,00	6,90	\$ 1.414,49	\$ 225,50	7,94	\$ 1.789,33
QUEMADURAS	\$ 177,2	\$ 230,37	12	\$ 2.126,52	\$ 194,93	13,80	\$ 2.690,05	\$ 214,42	15,87	\$ 3.402,91
ALIMENTOS INFANTILES	\$ 176,2	\$ 229,10	10	\$ 1.762,31	\$ 193,85	11,50	\$ 2.229,32	\$ 213,24	13,23	\$ 2.820,09
FOTOGRAFIA	\$ 174,1	\$ 226,28	23	\$ 4.003,47	\$ 191,47	26,45	\$ 5.064,39	\$ 210,62	30,42	\$ 6.406,46
TRATAMIENTO FACIAL	\$ 167,5	\$ 217,69	156	\$ 26.122,67	\$ 184,20	179,40	\$ 33.045,18	\$ 202,62	206,31	\$ 41.802,15

Grupo de Productos	Costo Unitario	PVP	AÑO 1		Costo Unitario	AÑO 2		Costo Unitario	AÑO 3	
			Unidades	Costo Ventas Totales		Unidades	Costo Ventas Totales		Unidades	Costo Ventas Totales
CON DEXTROMETORFANO	\$ 165,8	\$ 215,54	34	\$ 5.637,30	\$ 182,38	39,10	\$ 7.131,19	\$ 200,62	44,97	\$ 9.020,95
CALCIOANTAGONISTA (V.CALCIOANTAG	\$ 159,0	\$ 206,68	285	\$ 45.310,16	\$ 174,88	327,75	\$ 57.317,35	\$ 192,37	376,91	\$ 72.506,44
MUCOLITICOS (VER EXPECTORANTES SOLO	\$ 158,6	\$ 206,18	100	\$ 15.859,80	\$ 174,46	115,00	\$ 20.062,65	\$ 191,90	132,25	\$ 25.379,25
ANAEROBICIDAS(V.ANTIPROTOZ/ANAEROB)	\$ 155,5	\$ 202,13	35	\$ 5.441,98	\$ 171,03	40,25	\$ 6.884,10	\$ 188,14	46,29	\$ 8.708,38
OTROS ANTIBACTERIANOS	\$ 154,8	\$ 201,30	25	\$ 3.871,18	\$ 170,33	28,75	\$ 4.897,04	\$ 187,36	33,06	\$ 6.194,75
MENOPAUSIA TRATAM.HORMONAL DE LA	\$ 151,6	\$ 197,11	35	\$ 5.306,84	\$ 166,79	40,25	\$ 6.713,15	\$ 183,47	46,29	\$ 8.492,14
ANTIDEPRESIVOS (VER PSICOTROPICOS)	\$ 145,5	\$ 189,20	174	\$ 25.324,13	\$ 160,10	200,10	\$ 32.035,03	\$ 176,10	230,12	\$ 40.524,31
ACEITE MINERAL	\$ 119,5	\$ 155,38	20	\$ 2.390,52	\$ 131,48	23,00	\$ 3.024,01	\$ 144,63	26,45	\$ 3.825,37
ACIDO FOLICO (SOLO Y COMBINADO)	\$ 116,4	\$ 151,38	36	\$ 4.192,06	\$ 128,09	41,40	\$ 5.302,95	\$ 140,90	47,61	\$ 6.708,23
LINCOSAMIDAS	\$ 115,4	\$ 149,96	89	\$ 10.266,77	\$ 126,89	102,35	\$ 12.987,47	\$ 139,58	117,70	\$ 16.429,15
CALCIOANTAGONISTAS	\$ 108,7	\$ 141,26	18	\$ 1.955,84	\$ 119,52	20,70	\$ 2.474,14	\$ 131,48	23,81	\$ 3.129,79
OTROS ALIMENTACION	\$ 107,3	\$ 139,45	24	\$ 2.574,53	\$ 118,00	27,60	\$ 3.256,78	\$ 129,80	31,74	\$ 4.119,82
TRICOMONICIDAS	\$ 96,7	\$ 125,71	18	\$ 1.740,62	\$ 106,37	20,70	\$ 2.201,88	\$ 117,01	23,81	\$ 2.785,38
TETRACICLINAS	\$ 92,5	\$ 120,19	24	\$ 2.218,92	\$ 101,70	27,60	\$ 2.806,93	\$ 111,87	31,74	\$ 3.550,77
ALIMENTOS	\$ 92,4	\$ 120,15	37	\$ 3.419,61	\$ 101,66	42,55	\$ 4.325,81	\$ 111,83	48,93	\$ 5.472,15
ANTIHISTAMINICOS (VER ANTIALERGICOS)	\$ 86,2	\$ 112,08	85	\$ 7.328,53	\$ 94,84	97,75	\$ 9.270,59	\$ 104,32	112,41	\$ 11.727,30
ANTIPARKINSONIANOS	\$ 85,8	\$ 111,54	12	\$ 1.029,60	\$ 94,38	13,80	\$ 1.302,44	\$ 103,82	15,87	\$ 1.647,59
QUERATOLITICOS	\$ 83,9	\$ 109,02	28	\$ 2.348,19	\$ 92,25	32,20	\$ 2.970,46	\$ 101,48	37,03	\$ 3.757,64
AGUAS MEDICADAS	\$ 82,6	\$ 107,34	20	\$ 1.651,32	\$ 90,82	23,00	\$ 2.088,92	\$ 99,90	26,45	\$ 2.642,48
HIPOLIPEMIANTES	\$ 81,4	\$ 105,82	36	\$ 2.930,40	\$ 89,54	41,40	\$ 3.706,96	\$ 98,49	47,61	\$ 4.689,30
EMOLIENTES	\$ 78,2	\$ 101,66	89	\$ 6.959,71	\$ 86,02	102,35	\$ 8.804,03	\$ 94,62	117,70	\$ 11.137,10
LAGRIMAS ARTL./SOL.LENTES DE CONTAC	\$ 77,8	\$ 101,12	18	\$ 1.400,06	\$ 85,56	20,70	\$ 1.771,07	\$ 94,12	23,81	\$ 2.240,41
TIROIDES,ANTITIROIDEAS Y SIMILARES	\$ 77,3	\$ 100,54	24	\$ 1.856,18	\$ 85,08	27,60	\$ 2.348,07	\$ 93,58	31,74	\$ 2.970,31
ANTIPSICOTICOS Y NEUROLEPTICOS	\$ 77,2	\$ 100,39	32	\$ 2.471,04	\$ 84,94	36,80	\$ 3.125,87	\$ 93,44	42,32	\$ 3.954,22
UTEROTONICOS	\$ 76,6	\$ 99,61	27	\$ 2.068,90	\$ 84,29	31,05	\$ 2.617,16	\$ 92,72	35,71	\$ 3.310,71
DIETETICOS	\$ 76,5	\$ 99,46	17	\$ 1.300,59	\$ 84,16	19,55	\$ 1.645,24	\$ 92,57	22,48	\$ 2.081,23
ACTH Y SIMILARES	\$ 75,3	\$ 97,87	18	\$ 1.355,11	\$ 82,81	20,70	\$ 1.714,22	\$ 91,09	23,81	\$ 2.168,48
DENTAL PREPARACIONES PARA USO.	\$ 71,4	\$ 92,81	37	\$ 2.641,43	\$ 78,53	42,55	\$ 3.341,41	\$ 86,38	48,93	\$ 4.226,88
REGULADOR DE LA MOTILIDAD DIGESTI	\$ 70,4	\$ 91,53	85	\$ 5.984,94	\$ 77,45	97,75	\$ 7.570,94	\$ 85,20	112,41	\$ 9.577,24
DIURETICOS (VER DIURETICOS)	\$ 69,4	\$ 90,26	12	\$ 833,18	\$ 76,38	13,80	\$ 1.053,98	\$ 84,01	15,87	\$ 1.333,28

Grupo de Productos	Costo Unitario	PVP	AÑO 1		Costo Unitario	AÑO 2		Costo Unitario	AÑO 3	
			Unidades	Costo Ventas Totales		Unidades	Costo Ventas Totales		Unidades	Costo Ventas Totales
ANTIPRURIGINOSOS TOPICOS	\$ 68,1	\$ 88,59	28	\$ 1.908,06	\$ 74,96	32,20	\$ 2.413,70	\$ 82,46	37,03	\$ 3.053,33
ANTIARRITMICOS	\$ 66,6	\$ 86,63	20	\$ 1.332,76	\$ 73,30	23,00	\$ 1.685,94	\$ 80,63	26,45	\$ 2.132,72
AHORRADORES DE POTASIO	\$ 66,4	\$ 86,37	36	\$ 2.391,84	\$ 73,08	41,40	\$ 3.025,68	\$ 80,39	47,61	\$ 3.827,48
ALIMENTACION INFANT.INTOLERANCIA A	\$ 66,1	\$ 85,99	89	\$ 5.886,73	\$ 72,76	102,35	\$ 7.446,71	\$ 80,03	117,70	\$ 9.420,09
CON PROGESTERONA	\$ 65,9	\$ 85,71	18	\$ 1.186,81	\$ 72,53	20,70	\$ 1.501,32	\$ 79,78	23,81	\$ 1.899,17
FOSFOMICINAS	\$ 65,8	\$ 85,59	24	\$ 1.580,04	\$ 72,42	27,60	\$ 1.998,75	\$ 79,66	31,74	\$ 2.528,42
ANTIVERTIGINOSOS (VER MAREO Y VERTI	\$ 65,3	\$ 84,93	32	\$ 2.090,53	\$ 71,86	36,80	\$ 2.644,52	\$ 79,05	42,32	\$ 3.345,32
DIVERSOS, ARTRITIS	\$ 62,8	\$ 81,61	27	\$ 1.694,98	\$ 69,05	31,05	\$ 2.144,15	\$ 75,96	35,71	\$ 2.712,35
NASALES TOPICOS	\$ 61,6	\$ 80,05	17	\$ 1.046,83	\$ 67,74	19,55	\$ 1.324,23	\$ 74,51	22,48	\$ 1.675,16
SUSTANCIAS CONSEP	\$ 61,4	\$ 79,82	18	\$ 1.105,24	\$ 67,54	20,70	\$ 1.398,12	\$ 74,30	23,81	\$ 1.768,63
TOPICOS, ANESTESICOS	\$ 52,9	\$ 68,73	50	\$ 2.643,30	\$ 58,15	57,50	\$ 3.343,77	\$ 63,97	66,13	\$ 4.229,87
GOTA,MEDICAMENTOS PARA	\$ 49,2	\$ 64,02	23	\$ 1.132,68	\$ 54,17	26,45	\$ 1.432,84	\$ 59,59	30,42	\$ 1.812,54
BLOQUEADORES BETA ADRENERGICOS	\$ 44,3	\$ 57,63	49	\$ 2.172,17	\$ 48,76	56,35	\$ 2.747,80	\$ 53,64	64,80	\$ 3.475,96
TUBERCULOSIS (VER ANTITUBERCULOSOS)	\$ 43,9	\$ 57,06	37	\$ 1.623,93	\$ 48,28	42,55	\$ 2.054,27	\$ 53,11	48,93	\$ 2.598,65
ANDROGENOS	\$ 43,1	\$ 56,04	5	\$ 215,55	\$ 47,42	5,75	\$ 272,66	\$ 52,16	6,61	\$ 344,92
OFTALMICOS	\$ 42,1	\$ 54,67	6	\$ 252,32	\$ 46,26	6,90	\$ 319,18	\$ 50,88	7,94	\$ 403,77
OTROS PRODUCTOS DE VENTA POPULAR	\$ 41,3	\$ 53,65	12	\$ 495,26	\$ 45,40	13,80	\$ 626,51	\$ 49,94	15,87	\$ 792,53
INYECTABLES, ANTIDIABETICOS	\$ 39,7	\$ 51,62	10	\$ 397,10	\$ 43,68	11,50	\$ 502,33	\$ 48,05	13,23	\$ 635,45
OTROS, DERMATOLOGICOS	\$ 38,5	\$ 50,01	5	\$ 192,34	\$ 42,31	5,75	\$ 243,30	\$ 46,55	6,61	\$ 307,78
CLORANFENICOLES	\$ 38,3	\$ 49,82	18	\$ 689,83	\$ 42,16	20,70	\$ 872,64	\$ 46,37	23,81	\$ 1.103,89
ANTIASMATICOS (VEASE ASMA)	\$ 34,9	\$ 45,40	24	\$ 838,20	\$ 38,42	27,60	\$ 1.060,32	\$ 42,26	31,74	\$ 1.341,31
INHIB.DE E.C.A.(V.INHIB.DE E.C.A	\$ 34,6	\$ 44,99	37	\$ 1.280,42	\$ 38,07	42,55	\$ 1.619,73	\$ 41,87	48,93	\$ 2.048,96
HOGAR	\$ 33,7	\$ 43,77	85	\$ 2.862,04	\$ 37,04	97,75	\$ 3.620,47	\$ 40,74	112,41	\$ 4.579,90
PROGESTAGENOS Y ESTROGENOS COMBINA	\$ 32,6	\$ 42,33	12	\$ 390,72	\$ 35,82	13,80	\$ 494,26	\$ 39,40	15,87	\$ 625,24
OTICOS	\$ 30,1	\$ 39,12	28	\$ 842,69	\$ 33,11	32,20	\$ 1.066,00	\$ 36,42	37,03	\$ 1.348,49
MENOPAUSIA TRATAMI.NO HORMONAL DE	\$ 29,2	\$ 37,90	20	\$ 583,00	\$ 32,07	23,00	\$ 737,50	\$ 35,27	26,45	\$ 932,93
TRICOMONIASIS	\$ 28,1	\$ 36,59	36	\$ 1.013,36	\$ 30,96	41,40	\$ 1.281,91	\$ 34,06	47,61	\$ 1.621,61
ANESTESICOS,LOCALES ESPECIFICOS	\$ 27,5	\$ 35,74	89	\$ 2.446,52	\$ 30,24	102,35	\$ 3.094,85	\$ 33,26	117,70	\$ 3.914,98
ANABOLICOS	\$ 26,7	\$ 34,66	18	\$ 479,95	\$ 29,33	20,70	\$ 607,14	\$ 32,26	23,81	\$ 768,03
DIGESTIVOS	\$ 25,8	\$ 33,50	24	\$ 618,55	\$ 28,35	27,60	\$ 782,47	\$ 31,19	31,74	\$ 989,82
TRANQUILIZANTES (VER PSICOTROPICOS)	\$ 25,5	\$ 33,16	32	\$ 816,29	\$ 28,06	36,80	\$ 1.032,60	\$ 30,87	42,32	\$ 1.306,24
RUBEFACIENTES	\$ 25,2	\$ 32,78	27	\$ 680,72	\$ 27,73	31,05	\$ 861,12	\$ 30,51	35,71	\$ 1.089,31
BAZAR	\$ 23,8	\$ 31,00	17	\$ 405,42	\$ 26,23	19,55	\$ 512,85	\$ 28,86	22,48	\$ 648,76

Grupo de Productos	Costo Unitario	PVP	AÑO 1		Costo Unitario	AÑO 2		Costo Unitario	AÑO 3	
			Unidades	Costo Ventas Totales		Unidades	Costo Ventas Totales		Unidades	Costo Ventas Totales
ANTIPSORIASIS AGENTES	\$ 22,6	\$ 29,42	18	\$ 407,29	\$ 24,89	20,70	\$ 515,22	\$ 27,38	23,81	\$ 651,75
SICOESTIMULANTES	\$ 22,4	\$ 29,07	50	\$ 1.118,15	\$ 24,60	57,50	\$ 1.414,46	\$ 27,06	66,13	\$ 1.789,29
VASOCONSTRIC.LOCAL/ASTRING.OCULARE	\$ 21,2	\$ 27,54	23	\$ 487,28	\$ 23,30	26,45	\$ 616,41	\$ 25,64	30,42	\$ 779,75
APETITO, ESTIMULANTES	\$ 20,6	\$ 26,81	49	\$ 1.010,63	\$ 22,69	56,35	\$ 1.278,44	\$ 24,96	64,80	\$ 1.617,23
NASALES, GLUCOCORTICOIDES	\$ 19,0	\$ 24,71	37	\$ 703,30	\$ 20,91	42,55	\$ 889,67	\$ 23,00	48,93	\$ 1.125,43
ANSIOLITICOS	\$ 18,9	\$ 24,62	5	\$ 94,71	\$ 20,84	5,75	\$ 119,81	\$ 22,92	6,61	\$ 151,56
COLAGOGOS,COLERETICOS	\$ 16,6	\$ 21,64	6	\$ 99,86	\$ 18,31	6,90	\$ 126,32	\$ 20,14	7,94	\$ 159,80
ANAEROBICOS,AGENTES	\$ 15,6	\$ 20,31	32	\$ 499,84	\$ 17,18	36,80	\$ 632,30	\$ 18,90	42,32	\$ 799,86
ESCABIOSIS (SARNA)	\$ 11,5	\$ 14,89	27	\$ 309,18	\$ 12,60	31,05	\$ 391,11	\$ 13,86	35,71	\$ 494,75
ANTISEPTICOS Y ANTIBACTERIANOS	\$ 11,0	\$ 14,30	17	\$ 187,00	\$ 12,10	19,55	\$ 236,56	\$ 13,31	22,48	\$ 299,24
SOLOS,ANTIACIDOS	\$ 9,9	\$ 12,81	18	\$ 177,41	\$ 10,84	20,70	\$ 224,42	\$ 11,93	23,81	\$ 283,89
VITAMINA B12 (VER VITAMINAS SOLAS)	\$ 7,6	\$ 9,90	37	\$ 281,64	\$ 8,37	42,55	\$ 356,28	\$ 9,21	48,93	\$ 450,69
ANTICOAGULANTES	\$ 7,4	\$ 9,62	85	\$ 629,26	\$ 8,14	97,75	\$ 796,01	\$ 8,96	112,41	\$ 1.006,95
SALICILATOS (SOLOS Y COMBINADOS)	\$ 6,1	\$ 7,95	12	\$ 73,39	\$ 6,73	13,80	\$ 92,84	\$ 7,40	15,87	\$ 117,44
ENEMAS	\$ 6,1	\$ 7,94	15	\$ 91,58	\$ 6,72	17,25	\$ 115,84	\$ 7,39	19,84	\$ 146,54
OFTALMOPATIAS ALERGICAS	\$ 5,0	\$ 6,54	20	\$ 100,54	\$ 5,53	23,00	\$ 127,18	\$ 6,08	26,45	\$ 160,89
ANTIRREUMATICOS	\$ 2,9	\$ 3,83	36	\$ 106,13	\$ 3,24	41,40	\$ 134,25	\$ 3,57	47,61	\$ 169,83
ANTIGRIPAL	\$ 2,6	\$ 3,43	89	\$ 234,96	\$ 2,90	102,35	\$ 297,22	\$ 3,19	117,70	\$ 375,99
SOLUC.ELECTROL.PARA VENOCLISIS	\$ 2,6	\$ 3,32	18	\$ 45,94	\$ 2,81	20,70	\$ 58,11	\$ 3,09	23,81	\$ 73,51
LABORATORIO, PREPARACION DE	\$ 2,1	\$ 2,69	24	\$ 49,63	\$ 2,27	27,60	\$ 62,78	\$ 2,50	31,74	\$ 79,42
DIGITALICOS/INOTROPICOS	\$ 1,7	\$ 2,20	32	\$ 54,21	\$ 1,86	36,80	\$ 68,57	\$ 2,05	42,32	\$ 86,74
LACTANCIA,INHIBIDORES	\$ 1,4	\$ 1,79	27	\$ 37,13	\$ 1,51	31,05	\$ 46,96	\$ 1,66	35,71	\$ 59,41
TOTAL				\$ 5.027.188,04			\$ 6.359.392,88			\$ 8.044.631,99

Elaborado por Gema Barén

3.3.3.8. Proyección de Ventas

Tabla 22: Proyección de Ventas

VENTAS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3		
	PVP	Cantidad	Ventas Totales	PVP	Cantidad	Ventas Totales	PVP	Cantidad	Ventas Totales
BEBES	\$ 12.472,99	5	\$ 62.364,95	\$ 13.720,29	5,5	\$ 75.461,58	\$ 15.092,32	6,05	\$ 91.308,52
ALIMENTACION INFANTIL LACTEA	\$ 11.759,55	6	\$ 70.557,29	\$ 12.935,50	6,6	\$ 85.374,32	\$ 14.229,05	7,26	\$ 103.302,92
PENICILINAS	\$ 8.379,14	12	\$ 100.549,71	\$ 9.217,06	13,2	\$ 121.665,14	\$ 10.138,76	14,52	\$ 147.214,83
HIGIENE PERSONAL	\$ 7.769,16	10	\$ 77.691,61	\$ 8.546,08	11	\$ 94.006,85	\$ 9.400,69	12,1	\$ 113.748,29
HORMONALES ORALES	\$ 5.394,49	23	\$ 124.073,25	\$ 5.933,94	25,3	\$ 150.128,63	\$ 6.527,33	27,83	\$ 181.655,64
CON REMINERALIZANTES	\$ 4.882,38	156	\$ 761.650,89	\$ 5.370,62	171,6	\$ 921.597,58	\$ 5.907,68	188,76	\$ 1.115.133,07
CEFALOSPORINAS	\$ 3.715,17	34	\$ 126.315,73	\$ 4.086,69	37,4	\$ 152.842,04	\$ 4.495,35	41,14	\$ 184.938,86
ANTIMICOTICOS (FUNGICIDAS)	\$ 3.545,86	285	\$ 1.010.569,13	\$ 3.900,44	313,5	\$ 1.222.788,65	\$ 4.290,49	344,85	\$ 1.479.574,26
SOLOS, EXPECTORANTES	\$ 3.338,03	100	\$ 333.803,47	\$ 3.671,84	110	\$ 403.902,20	\$ 4.039,02	121	\$ 488.721,66
EQUIPOS Y ACCESORIOS MEDICOS	\$ 3.327,21	35	\$ 116.452,34	\$ 3.659,93	38,5	\$ 140.907,33	\$ 4.025,92	42,35	\$ 170.497,87
ENZIMATICOS, ANTIINFLAMATORIO	\$ 3.324,88	25	\$ 83.121,97	\$ 3.657,37	27,5	\$ 100.577,58	\$ 4.023,10	30,25	\$ 121.698,87
VITAMINAS SOLAS	\$ 3.152,54	35	\$ 110.338,73	\$ 3.467,79	38,5	\$ 133.509,86	\$ 3.814,57	42,35	\$ 161.546,93
ACETOMINOFEN (SOLO Y COMBINADO)	\$ 2.994,29	174	\$ 521.006,69	\$ 3.293,72	191,4	\$ 630.418,09	\$ 3.623,09	210,54	\$ 762.805,89
ANTIINFLAMATORIOS NO ESTEROIDALES	\$ 2.973,38	20	\$ 59.467,69	\$ 3.270,72	22	\$ 71.955,91	\$ 3.597,80	24,2	\$ 87.066,65
ANTAGONISTAS DE RECEPT.HISTAMIN.H2	\$ 2.662,39	36	\$ 95.845,98	\$ 2.928,63	39,6	\$ 115.973,63	\$ 3.221,49	43,56	\$ 140.328,10
HEPATOPROTECTORES ESPECIFICOS	\$ 2.503,56	89	\$ 222.816,68	\$ 2.753,91	97,9	\$ 269.608,18	\$ 3.029,31	107,69	\$ 326.225,90
QUINOLONAS	\$ 2.303,06	18	\$ 41.455,04	\$ 2.533,36	19,8	\$ 50.160,60	\$ 2.786,70	21,78	\$ 60.694,33
OTROS ANALGESICOS	\$ 2.144,04	24	\$ 51.457,01	\$ 2.358,45	26,4	\$ 62.262,98	\$ 2.594,29	29,04	\$ 75.338,20
SULFAS (VER ANTIINFECCIOSOS SISTEMI	\$ 2.070,43	32	\$ 66.253,62	\$ 2.277,47	35,2	\$ 80.166,88	\$ 2.505,21	38,72	\$ 97.001,92
CUIDADO ORAL	\$ 2.020,55	27	\$ 54.554,77	\$ 2.222,60	29,7	\$ 66.011,27	\$ 2.444,86	32,67	\$ 79.873,64
SOLOS, RELAJANTES MUSCULARES	\$ 1.993,82	17	\$ 33.894,95	\$ 2.193,20	18,7	\$ 41.012,89	\$ 2.412,52	20,57	\$ 49.625,59
VASODILATADORES DE ACCION DIRECT	\$ 1.854,90	18	\$ 33.388,13	\$ 2.040,39	19,8	\$ 40.399,63	\$ 2.244,42	21,78	\$ 48.883,56
ALIMENTOS NUTRICIONALES	\$ 1.852,51	50	\$ 92.625,39	\$ 2.037,76	55	\$ 112.076,72	\$ 2.241,53	60,5	\$ 135.612,83
ANTIGRIPALES, FORMULAS	\$ 1.825,75	23	\$ 41.992,31	\$ 2.008,33	25,3	\$ 50.810,69	\$ 2.209,16	27,83	\$ 61.480,94
ANTIMICOTICOS	\$ 1.689,32	49	\$ 82.776,49	\$ 1.858,25	53,9	\$ 100.159,56	\$ 2.044,07	59,29	\$ 121.193,06
ANTIHISTAMINICOS(RECEPTORES H1)	\$ 1.688,73	37	\$ 62.483,01	\$ 1.857,60	40,7	\$ 75.604,44	\$ 2.043,36	44,77	\$ 91.481,37
COLESTEROL,REDUCTORES.(V.HIPOLIPEMI	\$ 1.545,13	85	\$ 131.335,99	\$ 1.699,64	93,5	\$ 158.916,55	\$ 1.869,61	102,85	\$ 192.289,02
ANALGESICOS Y ANESTESICOS LOCALES	\$ 1.533,37	12	\$ 18.400,50	\$ 1.686,71	13,2	\$ 22.264,60	\$ 1.855,38	14,52	\$ 26.940,17

VENTAS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3		
	PVP	Cantidad	Ventas Totales	PVP	Cantidad	Ventas Totales	PVP	Cantidad	Ventas Totales
LEVADURAS Y RESTAURA.FLORA INTESTIN	\$ 1.531,66	28	\$ 42.886,44	\$ 1.684,82	30,8	\$ 51.892,60	\$ 1.853,31	33,88	\$ 62.790,04
ANTIANGINA/VASODILATADOR CORONARIOS	\$ 1.497,75	20	\$ 29.955,07	\$ 1.647,53	22	\$ 36.245,63	\$ 1.812,28	24,2	\$ 43.857,22
DERMATOLOGIA	\$ 1.432,86	36	\$ 51.582,96	\$ 1.576,15	39,6	\$ 62.415,38	\$ 1.733,76	43,56	\$ 75.522,61
PARASIMPATICOLITICOS(AG.ANTICOLINER	\$ 1.406,26	89	\$ 125.157,32	\$ 1.546,89	97,9	\$ 151.440,35	\$ 1.701,58	107,69	\$ 183.242,83
ANQUILOSTOMIASIS	\$ 1.386,59	18	\$ 24.958,53	\$ 1.525,24	19,8	\$ 30.199,83	\$ 1.677,77	21,78	\$ 36.541,79
ANTIBACTERIANO, ANTISEPTICO	\$ 1.383,44	24	\$ 33.202,54	\$ 1.521,78	26,4	\$ 40.175,07	\$ 1.673,96	29,04	\$ 48.611,84
INHIBIDORES DE LA E.C.A.	\$ 1.352,59	32	\$ 43.283,01	\$ 1.487,85	35,2	\$ 52.372,44	\$ 1.636,64	38,72	\$ 63.370,66
POLIVITAMINICOS	\$ 1.284,18	27	\$ 34.672,94	\$ 1.412,60	29,7	\$ 41.954,26	\$ 1.553,86	32,67	\$ 50.764,65
ANTIDIABETICOS (VER DIABETES,MEDICA	\$ 1.264,59	17	\$ 21.498,06	\$ 1.391,05	18,7	\$ 26.012,66	\$ 1.530,16	20,57	\$ 31.475,31
BELLEZA Y COSMETICOS	\$ 1.238,78	18	\$ 22.298,05	\$ 1.362,66	19,8	\$ 26.980,64	\$ 1.498,92	21,78	\$ 32.646,57
ANTIHISTAMINICOS H1(V.ANTIALERG)	\$ 1.165,68	50	\$ 58.283,94	\$ 1.282,25	55	\$ 70.523,57	\$ 1.410,47	60,5	\$ 85.333,52
ANALGESICOS	\$ 1.145,02	23	\$ 26.335,35	\$ 1.259,52	25,3	\$ 31.865,78	\$ 1.385,47	27,83	\$ 38.557,59
SULFAS/TRIMETOPRIN	\$ 1.075,96	49	\$ 52.722,07	\$ 1.183,56	53,9	\$ 63.793,70	\$ 1.301,91	59,29	\$ 77.190,38
ANTIVIRALES,AGENTES(V.ANTIVIR.ESPE)	\$ 1.026,58	37	\$ 37.983,56	\$ 1.129,24	40,7	\$ 45.960,11	\$ 1.242,17	44,77	\$ 55.611,73
ERITROMICINA U OTROS MACROLIDOS	\$ 1.024,71	5	\$ 5.123,55	\$ 1.127,18	5,5	\$ 6.199,49	\$ 1.239,90	6,05	\$ 7.501,39
ANTIMIGRAÑOSOS	\$ 1.023,32	6	\$ 6.139,93	\$ 1.125,65	6,6	\$ 7.429,32	\$ 1.238,22	7,26	\$ 8.989,48
DIGESTIVOS SOLOS Y COMBINADOS	\$ 1.016,50	12	\$ 12.198,01	\$ 1.118,15	13,2	\$ 14.759,60	\$ 1.229,97	14,52	\$ 17.859,11
CORTICOSTEROIDES (VER CORTICOST)	\$ 1.010,12	10	\$ 10.101,23	\$ 1.111,14	11	\$ 12.222,49	\$ 1.222,25	12,1	\$ 14.789,22
BEBIDAS Y REFRESCOS	\$ 970,78	23	\$ 22.328,03	\$ 1.067,86	25,3	\$ 27.016,92	\$ 1.174,65	27,83	\$ 32.690,48
COMPLEJO B	\$ 956,04	28	\$ 26.769,14	\$ 1.051,64	30,8	\$ 32.390,66	\$ 1.156,81	33,88	\$ 39.192,70
ACNE Y FURUNCULOSIS	\$ 908,66	20	\$ 18.173,30	\$ 999,53	22	\$ 21.989,69	\$ 1.099,48	24,2	\$ 26.607,53
NO ENZIMATICOS, ANTIINFLAMATORIOS	\$ 907,66	36	\$ 32.675,90	\$ 998,43	39,6	\$ 39.537,84	\$ 1.098,27	43,56	\$ 47.840,79
ANTIVIRALES ESPECIFICOS	\$ 904,33	89	\$ 80.485,55	\$ 994,77	97,9	\$ 97.387,51	\$ 1.094,24	107,69	\$ 117.838,89
ANTIAGREGANTES PLAQUETARIOS	\$ 902,10	18	\$ 16.237,82	\$ 992,31	19,8	\$ 19.647,76	\$ 1.091,54	21,78	\$ 23.773,79
SOLUC.ELECTROLIT P/HIDRAT.ORAL	\$ 877,48	24	\$ 21.059,44	\$ 965,22	26,4	\$ 25.481,92	\$ 1.061,75	29,04	\$ 30.833,12
ESTIMULANTES DEL PERISTALTISMO	\$ 871,79	32	\$ 27.897,13	\$ 958,96	35,2	\$ 33.755,52	\$ 1.054,86	38,72	\$ 40.844,18
HIERRO Y FERRUGINOSOS (SOLO-COMBIN)	\$ 863,85	27	\$ 23.323,91	\$ 950,23	29,7	\$ 28.221,94	\$ 1.045,26	32,67	\$ 34.148,54
DERMICOS, GLUCOCORTICOIDES	\$ 829,36	17	\$ 14.099,07	\$ 912,29	18,7	\$ 17.059,88	\$ 1.003,52	20,57	\$ 20.642,45

VENTAS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3		
	PVP	Cantidad	Ventas Totales	PVP	Cantidad	Ventas Totales	PVP	Cantidad	Ventas Totales
FUNGICIDAS (ANTIMICOTICOS)	\$ 806,68	18	\$ 14.520,19	\$ 887,35	19,8	\$ 17.569,43	\$ 976,08	21,78	\$ 21.259,01
BENZODIACEPINAS	\$ 802,69	50	\$ 40.134,38	\$ 882,96	55	\$ 48.562,60	\$ 971,25	60,5	\$ 58.760,75
URINARIOS,ANTISEPTICOS/ANALGESICOS	\$ 796,48	23	\$ 18.319,07	\$ 876,13	25,3	\$ 22.166,08	\$ 963,74	27,83	\$ 26.820,95
TERAPIA O TRATAMIENTO, ASMA	\$ 779,71	49	\$ 38.205,67	\$ 857,68	53,9	\$ 46.228,86	\$ 943,45	59,29	\$ 55.936,92
ANTIHIPERTENSIVOS (V.CARDIOVAS.AGEN	\$ 770,30	37	\$ 28.501,03	\$ 847,33	40,7	\$ 34.486,25	\$ 932,06	44,77	\$ 41.728,36
HIPNOTICOS	\$ 762,29	5	\$ 3.811,45	\$ 838,52	5,5	\$ 4.611,86	\$ 922,37	6,05	\$ 5.580,34
ANTIMETABOLITOS	\$ 757,46	6	\$ 4.544,74	\$ 833,20	6,6	\$ 5.499,14	\$ 916,52	7,26	\$ 6.653,95
TELECOMUNICACIONES	\$ 739,41	12	\$ 8.872,92	\$ 813,35	13,2	\$ 10.736,23	\$ 894,69	14,52	\$ 12.990,84
ANTIEMETICOS (VER HEMATINICOS)	\$ 717,65	10	\$ 7.176,46	\$ 789,41	11	\$ 8.683,51	\$ 868,35	12,1	\$ 10.507,05
VARICES,FLEBITIS,TROMBOFLEBITIS	\$ 678,54	18	\$ 12.213,63	\$ 746,39	19,8	\$ 14.778,49	\$ 821,03	21,78	\$ 17.881,98
COMBINADOS,EXPECTORANTES	\$ 677,02	24	\$ 16.248,46	\$ 744,72	26,4	\$ 19.660,64	\$ 819,19	29,04	\$ 23.789,37
CON CODEINA O DERIVADOS	\$ 635,02	32	\$ 20.320,64	\$ 698,52	35,2	\$ 24.587,98	\$ 768,37	38,72	\$ 29.751,45
ALCALINIZANTES	\$ 628,61	27	\$ 16.972,57	\$ 691,48	29,7	\$ 20.536,81	\$ 760,62	32,67	\$ 24.849,54
MULTIANALGESICO	\$ 614,40	17	\$ 10.444,79	\$ 675,84	18,7	\$ 12.638,20	\$ 743,42	20,57	\$ 15.292,22
PROSTATA	\$ 611,98	18	\$ 11.015,69	\$ 673,18	19,8	\$ 13.328,99	\$ 740,50	21,78	\$ 16.128,07
CUIDADO DE LA PIEL	\$ 588,62	50	\$ 29.430,83	\$ 647,48	55	\$ 35.611,30	\$ 712,23	60,5	\$ 43.089,68
ASOCIADOS CON ANTIFLATULENTOS	\$ 577,81	23	\$ 13.289,53	\$ 635,59	25,3	\$ 16.080,34	\$ 699,15	27,83	\$ 19.457,21
HORMONALES PARENTERALES	\$ 569,53	49	\$ 27.906,78	\$ 626,48	53,9	\$ 33.767,20	\$ 689,13	59,29	\$ 40.858,31
NO ENZIMATICOS	\$ 556,53	37	\$ 20.591,51	\$ 612,18	40,7	\$ 24.915,73	\$ 673,40	44,77	\$ 30.148,04
AMEBIASIS	\$ 529,64	5	\$ 2.648,22	\$ 582,61	5,5	\$ 3.204,34	\$ 640,87	6,05	\$ 3.877,25
CON ANALGESICOS, RELAJANTES MUSC	\$ 527,07	6	\$ 3.162,42	\$ 579,78	6,6	\$ 3.826,52	\$ 637,75	7,26	\$ 4.630,09
OBESIDAD MEDICAMENTOS PARA	\$ 526,10	12	\$ 6.313,16	\$ 578,71	13,2	\$ 7.638,93	\$ 636,58	14,52	\$ 9.243,10
CALCIO,PREPARACIONES DE	\$ 515,34	10	\$ 5.153,43	\$ 566,88	11	\$ 6.235,66	\$ 623,57	12,1	\$ 7.545,14
NOOTROPOS(METABOLOXIGENADOR CEREBR	\$ 513,87	23	\$ 11.819,02	\$ 565,26	25,3	\$ 14.301,02	\$ 621,78	27,83	\$ 17.304,23
ANTISEPT.Y ANTIBACT.P/USO OFTALMOLO	\$ 472,63	28	\$ 13.233,62	\$ 519,89	30,8	\$ 16.012,68	\$ 571,88	33,88	\$ 19.375,34
CON CORTICOSTEROIDES	\$ 468,21	20	\$ 9.364,21	\$ 515,03	22	\$ 11.330,70	\$ 566,53	24,2	\$ 13.710,14
SOLOS, ANTIDIARREICOS	\$ 463,71	36	\$ 16.693,42	\$ 510,08	39,6	\$ 20.199,04	\$ 561,08	43,56	\$ 24.440,84
ORALES, ANTIDIABETICOS	\$ 456,81	89	\$ 40.656,40	\$ 502,49	97,9	\$ 49.194,25	\$ 552,74	107,69	\$ 59.525,04

VENTAS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3		
	PVP	Cantidad	Ventas Totales	PVP	Cantidad	Ventas Totales	PVP	Cantidad	Ventas Totales
ANTIFLATULENTOS	\$ 440,33	18	\$ 7.925,86	\$ 484,36	19,8	\$ 9.590,29	\$ 532,79	21,78	\$ 11.604,25
OFTALMOLOGIA	\$ 428,39	24	\$ 10.281,24	\$ 471,22	26,4	\$ 12.440,30	\$ 518,35	29,04	\$ 15.052,77
CICATRIZANTES	\$ 420,26	37	\$ 15.549,72	\$ 462,29	40,7	\$ 18.815,16	\$ 508,52	44,77	\$ 22.766,34
ESTETICA CORPORAL	\$ 408,97	85	\$ 34.762,08	\$ 449,86	93,5	\$ 42.062,12	\$ 494,85	102,85	\$ 50.895,17
PAÑALES INFANTILES	\$ 403,96	12	\$ 4.847,53	\$ 444,36	13,2	\$ 5.865,51	\$ 488,79	14,52	\$ 7.097,27
ANTIESPASMO/ANTICOL(V.PARASIMPATICO)	\$ 388,26	28	\$ 10.871,26	\$ 427,09	30,8	\$ 13.154,23	\$ 469,79	33,88	\$ 15.916,61
ASCARIASIS	\$ 364,41	20	\$ 7.288,14	\$ 400,85	22	\$ 8.818,65	\$ 440,93	24,2	\$ 10.670,56
ALIMENTACION INFANTIL NO LACTEA	\$ 363,43	36	\$ 13.083,64	\$ 399,78	39,6	\$ 15.831,21	\$ 439,76	43,56	\$ 19.155,76
ANTHELMINTICOS (VER PARASITOSIS)	\$ 360,09	89	\$ 32.047,86	\$ 396,10	97,9	\$ 38.777,91	\$ 435,71	107,69	\$ 46.921,27
ANTIDEPRESIVOS	\$ 358,44	18	\$ 6.451,99	\$ 394,29	19,8	\$ 7.806,91	\$ 433,72	21,78	\$ 9.446,36
CON OTROS MEDICAMENTOS	\$ 332,88	24	\$ 7.989,01	\$ 366,16	26,4	\$ 9.666,70	\$ 402,78	29,04	\$ 11.696,71
AMEBICIDAS (VEASE PARASITOSIS)	\$ 330,34	32	\$ 10.571,02	\$ 363,38	35,2	\$ 12.790,93	\$ 399,72	38,72	\$ 15.477,03
ANTIEMETICOS	\$ 314,96	27	\$ 8.503,85	\$ 346,45	29,7	\$ 10.289,66	\$ 381,10	32,67	\$ 12.450,49
BRONCODILATADORES (VER ASMA)	\$ 312,37	17	\$ 5.310,28	\$ 343,61	18,7	\$ 6.425,43	\$ 377,97	20,57	\$ 7.774,78
USO INTERNO, GLUCORTICOIDES	\$ 291,06	18	\$ 5.239,12	\$ 320,17	19,8	\$ 6.339,33	\$ 352,19	21,78	\$ 7.670,60
ALIMENTACION PARENTERAL ENDOVENOSA	\$ 280,34	50	\$ 14.016,86	\$ 308,37	55	\$ 16.960,40	\$ 339,21	60,5	\$ 20.522,08
DE USO ORAL, HEMOSTATICOS	\$ 276,06	23	\$ 6.349,41	\$ 303,67	25,3	\$ 7.682,79	\$ 334,03	27,83	\$ 9.296,18
TRANQUILIZANTES(V.ANSIOL.Y ANTIPSI)	\$ 266,64	49	\$ 13.065,25	\$ 293,30	53,9	\$ 15.808,96	\$ 322,63	59,29	\$ 19.128,84
ANTIBIOTICOS	\$ 263,36	37	\$ 9.744,43	\$ 289,70	40,7	\$ 11.790,77	\$ 318,67	44,77	\$ 14.266,83
AMINOGLUCOSIDOS	\$ 255,07	5	\$ 1.275,35	\$ 280,58	5,5	\$ 1.543,17	\$ 308,63	6,05	\$ 1.867,23
VALPROICO, ACIDO Y DERIVADOS	\$ 251,42	6	\$ 1.508,54	\$ 276,56	6,6	\$ 1.825,33	\$ 304,22	7,26	\$ 2.208,65
PROFILAXIS O PREVENCION, ASMA	\$ 249,75	12	\$ 2.996,99	\$ 274,72	13,2	\$ 3.626,36	\$ 302,20	14,52	\$ 4.387,90
CON AMINOACIDOS	\$ 244,62	10	\$ 2.446,16	\$ 269,08	11	\$ 2.959,85	\$ 295,99	12,1	\$ 3.581,42
QUE AUMENTAN EL BOLO FECAL	\$ 242,47	5	\$ 1.212,35	\$ 266,72	5,5	\$ 1.466,95	\$ 293,39	6,05	\$ 1.775,01
ANTITETANICA	\$ 242,27	6	\$ 1.453,62	\$ 266,50	6,6	\$ 1.758,88	\$ 293,15	7,26	\$ 2.128,25
QUEMADURAS	\$ 230,37	12	\$ 2.764,48	\$ 253,41	13,2	\$ 3.345,02	\$ 278,75	14,52	\$ 4.047,47
ALIMENTOS INFANTILES	\$ 229,10	10	\$ 2.291,00	\$ 252,01	11	\$ 2.772,11	\$ 277,21	12,1	\$ 3.354,26
TRATAMIENTO FACIAL	\$ 217,69	156	\$ 33.959,47	\$ 239,46	171,6	\$ 41.090,96	\$ 263,40	188,76	\$ 49.720,06

VENTAS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3		
	PVP	Cantidad	Ventas Totales	PVP	Cantidad	Ventas Totales	PVP	Cantidad	Ventas Totales
CON DEXTROMETORFANO	\$ 215,54	34	\$ 7.328,49	\$ 237,10	37,4	\$ 8.867,48	\$ 260,81	41,14	\$ 10.729,65
CALCIOANTAGONISTA (V.CALCIOANTAG	\$ 206,68	285	\$ 58.903,20	\$ 227,35	313,5	\$ 71.272,87	\$ 250,08	344,85	\$ 86.240,18
MUCOLITICOS (VER EXPECTORANTES SOLO	\$ 206,18	100	\$ 20.617,74	\$ 226,80	110	\$ 24.947,47	\$ 249,47	121	\$ 30.186,43
ANAEROBICIDAS(V.ANTIPROTOZ/ANAEROB)	\$ 202,13	35	\$ 7.074,57	\$ 222,34	38,5	\$ 8.560,23	\$ 244,58	42,35	\$ 10.357,87
OTROS ANTIBACTERIANOS	\$ 201,30	25	\$ 5.032,53	\$ 221,43	27,5	\$ 6.089,36	\$ 243,57	30,25	\$ 7.368,12
MENOPAUSIA TRATAM.HORMONAL DE LA	\$ 197,11	35	\$ 6.898,89	\$ 216,82	38,5	\$ 8.347,66	\$ 238,50	42,35	\$ 10.100,67
ANTIDEPRESIVOS (VER PSICOTROPICOS)	\$ 189,20	174	\$ 32.921,37	\$ 208,12	191,4	\$ 39.834,86	\$ 228,94	210,54	\$ 48.200,18
ACEITE MINERAL	\$ 155,38	20	\$ 3.107,68	\$ 170,92	22	\$ 3.760,29	\$ 188,01	24,2	\$ 4.549,95
ACIDO FOLICO (SOLO Y COMBINADO)	\$ 151,38	36	\$ 5.449,67	\$ 166,52	39,6	\$ 6.594,10	\$ 183,17	43,56	\$ 7.978,87
LINCOSAMIDAS	\$ 149,96	89	\$ 13.346,80	\$ 164,96	97,9	\$ 16.149,63	\$ 181,46	107,69	\$ 19.541,06
CALCIOANTAGONISTAS	\$ 141,26	18	\$ 2.542,60	\$ 155,38	19,8	\$ 3.076,54	\$ 170,92	21,78	\$ 3.722,62
OTROS ALIMENTACION	\$ 139,45	24	\$ 3.346,89	\$ 153,40	26,4	\$ 4.049,73	\$ 168,74	29,04	\$ 4.900,18
TRICOMONICIDAS	\$ 125,71	18	\$ 2.262,80	\$ 138,28	19,8	\$ 2.737,99	\$ 152,11	21,78	\$ 3.312,97
TETRACICLINAS	\$ 120,19	24	\$ 2.884,60	\$ 132,21	26,4	\$ 3.490,36	\$ 145,43	29,04	\$ 4.223,34
ALIMENTOS	\$ 120,15	37	\$ 4.445,50	\$ 132,16	40,7	\$ 5.379,05	\$ 145,38	44,77	\$ 6.508,65
ANTIISTAMINICOS (VER ANTIALERGICOS	\$ 112,08	85	\$ 9.527,09	\$ 123,29	93,5	\$ 11.527,78	\$ 135,62	102,85	\$ 13.948,61
ANTIPARKINSONIANOS	\$ 111,54	12	\$ 1.338,48	\$ 122,69	13,2	\$ 1.619,56	\$ 134,96	14,52	\$ 1.959,67
QUERATOLITICOS	\$ 109,02	28	\$ 3.052,65	\$ 119,93	30,8	\$ 3.693,71	\$ 131,92	33,88	\$ 4.469,38
AGUAS MEDICADAS	\$ 107,34	20	\$ 2.146,72	\$ 118,07	22	\$ 2.597,53	\$ 129,88	24,2	\$ 3.143,01
HIPOLIPEMIANTES	\$ 105,82	36	\$ 3.809,52	\$ 116,40	39,6	\$ 4.609,52	\$ 128,04	43,56	\$ 5.577,52
EMOLIENTES	\$ 101,66	89	\$ 9.047,62	\$ 111,82	97,9	\$ 10.947,63	\$ 123,01	107,69	\$ 13.246,63
LAGRIMAS ARTL./SOL.LENTES DE CONTAC	\$ 101,12	18	\$ 1.820,08	\$ 111,23	19,8	\$ 2.202,29	\$ 122,35	21,78	\$ 2.664,77
TIROIDES,ANTITIROIDEAS Y SIMILARES	\$ 100,54	24	\$ 2.413,04	\$ 110,60	26,4	\$ 2.919,78	\$ 121,66	29,04	\$ 3.532,93
ANTIPSICOTICOS Y NEUROLEPTICOS	\$ 100,39	32	\$ 3.212,35	\$ 110,42	35,2	\$ 3.886,95	\$ 121,47	38,72	\$ 4.703,20
UTEROTONICOS	\$ 99,61	27	\$ 2.689,57	\$ 109,58	29,7	\$ 3.254,38	\$ 120,53	32,67	\$ 3.937,80
DIETETICOS	\$ 99,46	17	\$ 1.690,76	\$ 109,40	18,7	\$ 2.045,82	\$ 120,34	20,57	\$ 2.475,44
ACTH Y SIMILARES	\$ 97,87	18	\$ 1.761,65	\$ 107,66	19,8	\$ 2.131,59	\$ 118,42	21,78	\$ 2.579,23
DENTAL PREPARACIONES PARA USO.	\$ 92,81	37	\$ 3.433,86	\$ 102,09	40,7	\$ 4.154,97	\$ 112,30	44,77	\$ 5.027,51

VENTAS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3		
	PVP	Cantidad	Ventas Totales	PVP	Cantidad	Ventas Totales	PVP	Cantidad	Ventas Totales
REGULADOR DE LA MOTILIDAD DIGESTI	\$ 91,53	85	\$ 7.780,42	\$ 100,69	93,5	\$ 9.414,30	\$ 110,76	102,85	\$ 11.391,31
DIURETICOS (VER DIURETICOS)	\$ 90,26	12	\$ 1.083,14	\$ 99,29	13,2	\$ 1.310,60	\$ 109,22	14,52	\$ 1.585,82
ANTIPRURIGINOSOS TOPICOS	\$ 88,59	28	\$ 2.480,48	\$ 97,45	30,8	\$ 3.001,38	\$ 107,19	33,88	\$ 3.631,67
ANTIARRITMICOS	\$ 86,63	20	\$ 1.732,59	\$ 95,29	22	\$ 2.096,43	\$ 104,82	24,2	\$ 2.536,68
AHORRADORES DE POTASIO	\$ 86,37	36	\$ 3.109,39	\$ 95,01	39,6	\$ 3.762,36	\$ 104,51	43,56	\$ 4.552,46
ALIMENTACION INFANT.INTOLERANCIA A	\$ 85,99	89	\$ 7.652,75	\$ 94,58	97,9	\$ 9.259,82	\$ 104,04	107,69	\$ 11.204,38
CON PROGESTERONA	\$ 85,71	18	\$ 1.542,86	\$ 94,29	19,8	\$ 1.866,86	\$ 103,71	21,78	\$ 2.258,89
FOSFOMICINAS	\$ 85,59	24	\$ 2.054,05	\$ 94,14	26,4	\$ 2.485,40	\$ 103,56	29,04	\$ 3.007,34
ANTIVERTIGINOSOS (VER MAREO Y VERTI	\$ 84,93	32	\$ 2.717,69	\$ 93,42	35,2	\$ 3.288,40	\$ 102,76	38,72	\$ 3.978,96
DIVERSOS, ARTRITIS	\$ 81,61	27	\$ 2.203,47	\$ 89,77	29,7	\$ 2.666,20	\$ 98,75	32,67	\$ 3.226,10
NASALES TOPICOS	\$ 80,05	17	\$ 1.360,87	\$ 88,06	18,7	\$ 1.646,66	\$ 96,86	20,57	\$ 1.992,46
SUSTANCIAS CONSEP	\$ 79,82	18	\$ 1.436,81	\$ 87,80	19,8	\$ 1.738,54	\$ 96,59	21,78	\$ 2.103,63
TOPICOS, ANESTESICOS	\$ 68,73	50	\$ 3.436,29	\$ 75,60	55	\$ 4.157,91	\$ 83,16	60,5	\$ 5.031,07
GOTA,MEDICAMENTOS PARA	\$ 64,02	23	\$ 1.472,49	\$ 70,42	25,3	\$ 1.781,71	\$ 77,47	27,83	\$ 2.155,87
BLOQUEADORES BETA ADRENERGICOS	\$ 57,63	49	\$ 2.823,82	\$ 63,39	53,9	\$ 3.416,82	\$ 69,73	59,29	\$ 4.134,36
TUBERCULOSIS (VER ANTITUBERCULOSOS)	\$ 57,06	37	\$ 2.111,11	\$ 62,76	40,7	\$ 2.554,44	\$ 69,04	44,77	\$ 3.090,87
ANDROGENOS	\$ 56,04	5	\$ 280,21	\$ 61,65	5,5	\$ 339,05	\$ 67,81	6,05	\$ 410,25
OFTALMICOS	\$ 54,67	6	\$ 328,01	\$ 60,14	6,6	\$ 396,90	\$ 66,15	7,26	\$ 480,24
OTROS PRODUCTOS DE VENTA POPULAR	\$ 53,65	12	\$ 643,84	\$ 59,02	13,2	\$ 779,05	\$ 64,92	14,52	\$ 942,65
INYECTABLES, ANTIDIABETICOS	\$ 51,62	10	\$ 516,23	\$ 56,79	11	\$ 624,64	\$ 62,46	12,1	\$ 755,81
OTROS, DERMATOLOGICOS	\$ 50,01	5	\$ 250,04	\$ 55,01	5,5	\$ 302,54	\$ 60,51	6,05	\$ 366,08
CLORANFENICOLES	\$ 49,82	18	\$ 896,78	\$ 54,80	19,8	\$ 1.085,11	\$ 60,28	21,78	\$ 1.312,98
ANTIASMATICOS (VEASE ASMA)	\$ 45,40	24	\$ 1.089,66	\$ 49,94	26,4	\$ 1.318,49	\$ 54,94	29,04	\$ 1.595,37
INHIB.DE E.C.A.(V.INHIB.DE E.C.A	\$ 44,99	37	\$ 1.664,55	\$ 49,49	40,7	\$ 2.014,10	\$ 54,44	44,77	\$ 2.437,07
HOGAR	\$ 43,77	85	\$ 3.720,65	\$ 48,15	93,5	\$ 4.501,98	\$ 52,96	102,85	\$ 5.447,40
PROGESTAGENOS Y ESTROGENOS COMBINAD	\$ 42,33	12	\$ 507,94	\$ 46,56	13,2	\$ 614,60	\$ 51,22	14,52	\$ 743,67
OTICOS	\$ 39,12	28	\$ 1.095,49	\$ 43,04	30,8	\$ 1.325,55	\$ 47,34	33,88	\$ 1.603,91
MENOPAUSIA TRATAMI.NO HORMONAL DE L	\$ 37,90	20	\$ 757,90	\$ 41,68	22	\$ 917,06	\$ 45,85	24,2	\$ 1.109,64

VENTAS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3		
	PVP	Cantidad	Ventas Totales	PVP	Cantidad	Ventas Totales	PVP	Cantidad	Ventas Totales
TRICOMONIASIS	\$ 36,59	36	\$ 1.317,37	\$ 40,25	39,6	\$ 1.594,02	\$ 44,28	43,56	\$ 1.928,77
ANESTESICOS,LOCALES ESPECIFICOS	\$ 35,74	89	\$ 3.180,48	\$ 39,31	97,9	\$ 3.848,38	\$ 43,24	107,69	\$ 4.656,54
ANABOLICOS	\$ 34,66	18	\$ 623,94	\$ 38,13	19,8	\$ 754,96	\$ 41,94	21,78	\$ 913,51
DIGESTIVOS	\$ 33,50	24	\$ 804,12	\$ 36,86	26,4	\$ 972,98	\$ 40,54	29,04	\$ 1.177,31
TRANQUILIZANTES (VER PSICOTROPICOS)	\$ 33,16	32	\$ 1.061,17	\$ 36,48	35,2	\$ 1.284,02	\$ 40,13	38,72	\$ 1.553,67
RUBEFACIENTES	\$ 32,78	27	\$ 884,94	\$ 36,05	29,7	\$ 1.070,78	\$ 39,66	32,67	\$ 1.295,64
BAZAR	\$ 31,00	17	\$ 527,04	\$ 34,10	18,7	\$ 637,72	\$ 37,51	20,57	\$ 771,64
ANTIPSORIASIS AGENTES	\$ 29,42	18	\$ 529,47	\$ 32,36	19,8	\$ 640,66	\$ 35,59	21,78	\$ 775,20
SICOESTIMULANTES	\$ 29,07	50	\$ 1.453,60	\$ 31,98	55	\$ 1.758,85	\$ 35,18	60,5	\$ 2.128,21
VASOCONSTRIC.LOCAL/ASTRING.OCULARES	\$ 27,54	23	\$ 633,46	\$ 30,30	25,3	\$ 766,49	\$ 33,33	27,83	\$ 927,45
APETITO, ESTIMULANTES DEL	\$ 26,81	49	\$ 1.313,81	\$ 29,49	53,9	\$ 1.589,71	\$ 32,44	59,29	\$ 1.923,55
NASALES, GLUCOCORTICOIDES	\$ 24,71	37	\$ 914,28	\$ 27,18	40,7	\$ 1.106,28	\$ 29,90	44,77	\$ 1.338,60
ANSIOLITICOS	\$ 24,62	5	\$ 123,12	\$ 27,09	5,5	\$ 148,98	\$ 29,80	6,05	\$ 180,26
COLAGOGOS,COLERETICOS	\$ 21,64	6	\$ 129,82	\$ 23,80	6,6	\$ 157,08	\$ 26,18	7,26	\$ 190,06
ANAEROBICOS,AGENTES	\$ 20,31	32	\$ 649,79	\$ 22,34	35,2	\$ 786,25	\$ 24,57	38,72	\$ 951,36
ESCABIOSIS (SARNA)	\$ 14,89	27	\$ 401,93	\$ 16,37	29,7	\$ 486,34	\$ 18,01	32,67	\$ 588,47
ANTISEPTICOS Y ANTIBACTERIANOS LOCA	\$ 14,30	17	\$ 243,10	\$ 15,73	18,7	\$ 294,15	\$ 17,30	20,57	\$ 355,92
SOLOS,ANTIACIDOS	\$ 12,81	18	\$ 230,63	\$ 14,09	19,8	\$ 279,06	\$ 15,50	21,78	\$ 337,67
VITAMINA B12 (VER VITAMINAS SOLAS)	\$ 9,90	37	\$ 366,14	\$ 10,89	40,7	\$ 443,03	\$ 11,97	44,77	\$ 536,06
ANTICOAGULANTES	\$ 9,62	85	\$ 818,03	\$ 10,59	93,5	\$ 989,82	\$ 11,64	102,85	\$ 1.197,68
SALICILATOS (SOLOS Y COMBINADOS)	\$ 7,95	12	\$ 95,41	\$ 8,75	13,2	\$ 115,45	\$ 9,62	14,52	\$ 139,69
ENEMAS	\$ 7,94	15	\$ 119,05	\$ 8,73	16,5	\$ 144,05	\$ 9,60	18,15	\$ 174,30
OFTALMOPATIAS ALERGICAS	\$ 6,54	20	\$ 130,70	\$ 7,19	22	\$ 158,15	\$ 7,91	24,2	\$ 191,36
ANTIRREUMATICOS (VER ART,REUMT Y GO	\$ 3,83	36	\$ 137,97	\$ 4,22	39,6	\$ 166,94	\$ 4,64	43,56	\$ 202,00
ANTIGRI PAL	\$ 3,43	89	\$ 305,45	\$ 3,78	97,9	\$ 369,59	\$ 4,15	107,69	\$ 447,21
SOLUC.ELECTROL.PARA VENOC LISIS	\$ 3,32	18	\$ 59,72	\$ 3,65	19,8	\$ 72,26	\$ 4,01	21,78	\$ 87,43
LABORATORIO, PREPARACION DE	\$ 2,69	24	\$ 64,52	\$ 2,96	26,4	\$ 78,07	\$ 3,25	29,04	\$ 94,47
DIGITALICOS/INOTROPICOS	\$ 2,20	32	\$ 70,47	\$ 2,42	35,2	\$ 85,27	\$ 2,66	38,72	\$ 103,18
LACTANCIA,INHIBIDORES (VER HORMONAL	\$ 1,79	27	\$ 48,26	\$ 1,97	29,7	\$ 58,40	\$ 2,16	32,67	\$ 70,66
TOTAL			\$ 6.535.344,46			\$ 7.907.766,79			\$ 9.568.397,82

Elaborado por Gema Barén

3.3.3.9. Estado de Resultados

En el siguiente estado de resultado financiero CRUZ AZUL “JEYMI”, nos demuestra una manera ordenada de cómo obtener la información de los ejercicios durante un periodo limitado, considerando los ingresos y gastos efectuados.

Tabla 23: Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO			
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ventas	\$ 6.535.344,46	\$ 7.907.766,79	\$ 9.568.397,82
Costo de ventas	\$ 5.027.188,04	\$ 6.359.392,88	\$ 8.044.631,99
Utilidad bruta	\$ 1.508.156,41	\$ 1.548.373,92	\$ 1.523.765,83
Gastos Operacionales			
Gastos Administrativos	\$ 18.237,77	\$ 19.991,51	\$ 21.924,94
Sueldos y salarios	\$ 13.694,92	\$ 15.064,41	\$ 16.570,85
Depreciación de Activos fijos	\$ 402,00	\$ 442,20	\$ 486,42
Amortización de Activos	\$ 3.907,60	\$ 4.298,36	\$ 4.728,20
Gastos de intereses	\$ 233,25	\$ 186,54	\$ 139,47
Gastos operativos	\$ 16.664,92	\$ 18.331,41	\$ 20.164,55
Sueldos y salarios	\$ 9.770,40	\$ 10.747,44	\$ 11.822,18
Aporte patronal IESS 11.15%	\$ 1.089,40	\$ 1.198,34	\$ 1.318,17
Beneficios sociales	\$ 2.835,12	\$ 3.118,63	\$ 3.430,50
Servicios básicos	\$ 2.160,00	\$ 2.376,00	\$ 2.613,60
Enlace	\$ 810,00	\$ 891,00	\$ 980,10
Utilidad antes de participación empleado	\$ 1.473.253,72	\$ 1.510.050,99	\$ 1.481.676,34
15% Utilidad a empleados	\$ 220.988,06	\$ 226.507,65	\$ 222.251,45
Utilidad neta	\$ 1.252.265,67	\$ 1.283.543,34	\$ 1.259.424,89

Elaborado por Gema Barén

3.3.3.10. Estado de Situación Financiera

Tabla 24: Estado de Situación Financiera

CRUZ AZUL JAYMI			
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA PROYECTADO			
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2021			
ACTIVOS			
ACTIVO CORRIENTE			\$ 1,501,647.25
Banco		\$ 1,501,555.90	
Suministros de oficina		\$ 64.75	
Suministros de limpieza		\$ 26.60	
ACTIVO FIJO			\$ 4,938.00
Muebles y Enseres	\$ 790.00	\$ 713.73	
Depreciación acumulada de Muebles y enseres	\$ 76.27		
Equipo de oficina	\$ 780.00	\$ 704.27	
Depreciación de Equipo de oficina	\$ 75.73		
Equipo de computación	\$ 770.00	\$ 520.00	
Depreciación acumulada de equipos	\$ 250.00		
Franquicia	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	
ACTIVO DIFERIDO			\$ 15,630.40
Gastos de constitución	\$ 4,538.00	\$ 3,630.40	
Amortización de Gastos de constitución	\$ 907.60		
Gastos de adecuación	\$ 15,000.00	\$ 12,000.00	
Amortización de Gastos de Adecuación	\$ 3,000.00		
TOTAL ACTIVOS			<u>\$ 1,522,215.65</u>
PASIVO			
PASIVO CORRIENTE			\$ 244,980.64
Prestamo bancario		\$ 23,992.58	
Utilidad por pagar a empleados		\$ 220,988.06	
PATRIMONIO			\$ 1,277,235.02
Capital social		\$ 24,969.35	
Utilidad Neta		\$ 1,252,265.67	
TOTAL PASIVO+PATRIMONIO			<u>\$ 1,522,215.65</u>

Elaborado por Gema Barén

3.3.3.11. Flujo de Caja

Tabla 25: Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA			
Ingresos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ventas	\$ 6.535.344,46	\$ 7.907.766,79	\$ 9.568.397,82
Bancos	\$ 30.000,00	\$ 1.502.298,30	\$ 4.514.197,37
Total Ingresos	\$ 6.565.344,46	\$ 9.410.065,10	\$ 14.082.595,19
Egresos			
Gastos operativos	\$ 15.922,52	\$ 17.514,77	\$ 19.266,25
Gastos administrativos	\$ 13.928,17	\$ 15.250,95	\$ 16.710,32
Pago de préstamo	\$ 6.007,42	\$ 6.007,42	\$ 6.007,42
Compras	\$ 5.027.188,04	\$ 6.359.392,88	\$ 8.044.631,99
Total Egresos	\$ 5.063.046,16	\$ 6.398.166,02	\$ 8.086.615,98
Flujo Neto	\$ 1.502.298,30	\$ 3.011.899,07	\$ 5.995.979,21
Saldo acumulado	\$ 1.502.298,30	\$ 4.514.197,37	\$ 10.510.176,58

Elaborado por Gema Barén

3.3.3.12. Evaluación Financiera

El Valor Actual Neto (VAN), es el criterio a la inversión el cual se determina en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para determinar cuánto se va aganar o perder.

La Tasa Interna de Retorno (TIR), es la tasa de interés o rentabilidad que otorga una inversión. Se denomina que es el porcentaje de beneficio o pérdida que se obtendrá de la inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

Por lo tanto, el estudio de este proyecto determina que es factible con un TIR de 28%, lo cual genera un VAN de \$7'955,255.48. Obtener un VAN positivo determina que recuperamos la inversión realizada.

Tabla 26: Flujo Neto

FLUJO NETO	
Año	Valor
1	\$ 1,502,298.30
2	\$ 3,011,899.07
3	\$ 5,995,979.21

Elaborado por Gema Barén

Tabla 27: VAN y TIR

VAN	\$ 7,955,255.48
TIR	28%
TASA	12%

Elaborado por Gema Barén

Tabla 28: Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
-\$ 54,969.35	\$ 1,502,298.30	\$ 3,011,899.07	\$ 5,995,979.21

Elaborado por Gema Barén

3.3.4. Etapa 4: Estudio Organizacional

3.3.4.1. Descripción del Negocio

Misión

Ofrecer productos de farmacia con calidad, brindando eficiencia e innovación con personal altamente calificado para satisfacer a los requerimientos que el cliente disponga.

Visión

Para el año 2023 ser la mejor franquicia Cruz Azul, de las cadenas de farmacias de Difare en la ciudad de Guayaquil, comercializando productos fármacos contribuyendo a la sociedad calidad de servicio.

Valores

- **Respeto:** Respeto a los clientes son distinción de clases sociales y con ello a los trabajadores de la empresa.
- **Deber:** Satisfacer a los clientes y con ello cumplir con sus expectativas mostrando excelencia de servicio.
- **Profesionalismo:** Preservar al buen comportamiento de la mejor actitud hacia el cliente.
- **Innovación:** Ofrecer innovación y transformación en los procesos de servicios.

Nombre:

CRUZ AZUL "JAYMI"

Tipo de Empresa:

Mediana Empresa

La empresa está constituida por 120 personas y 2 socios.



Imagen 11: Logo y Slogan de la Empresa

Logo y Slogan



Imagen 12: Logo y Slogan de la sucursal

Tipo de Sucursal:

Estará conformada por 2 colaboradores, siendo supervisados por el jefe zonal asignado.

3.3.4.2. Organización y Talento Humano

Imagen 13: Organigrama de la Empresa

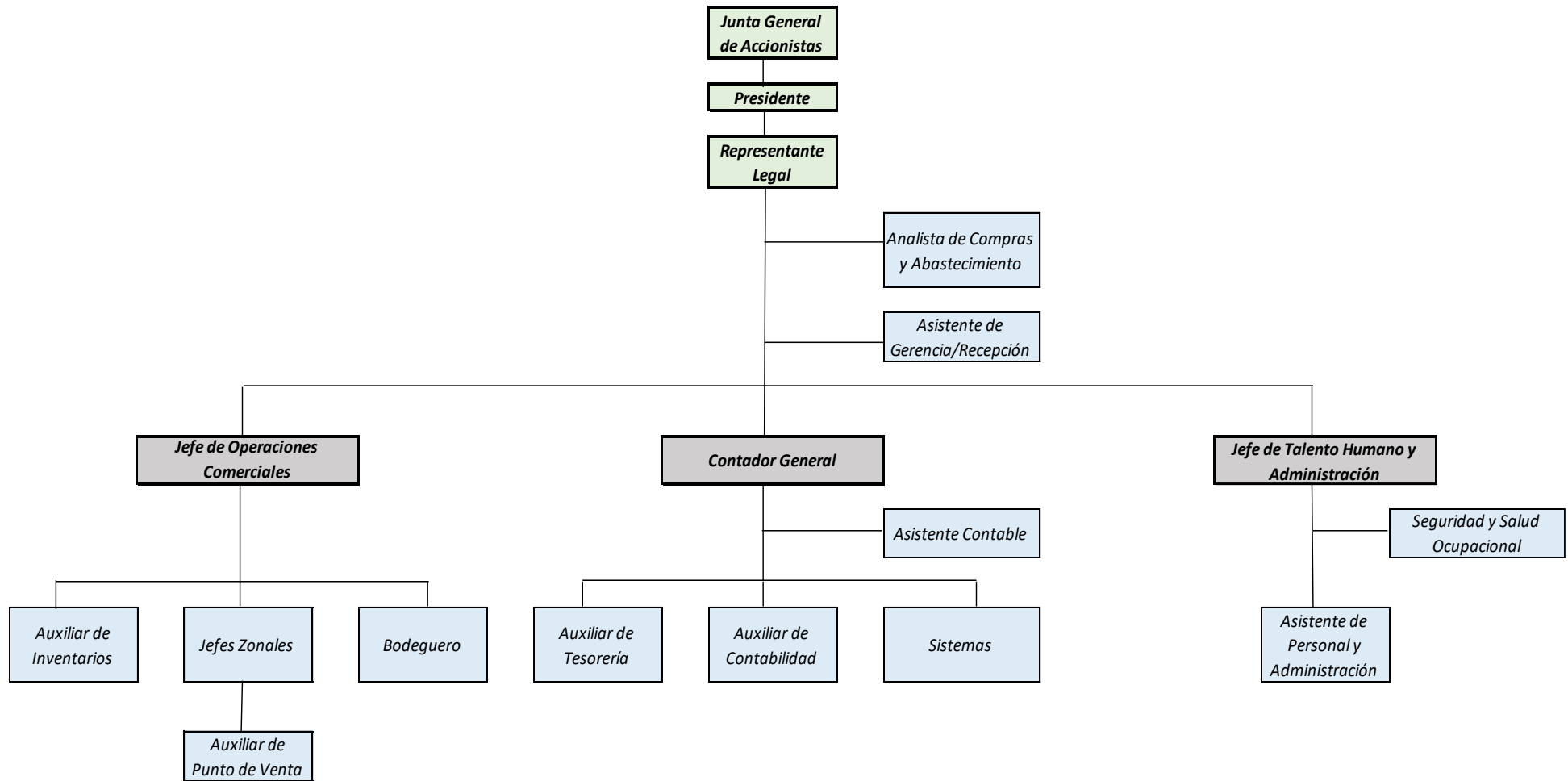
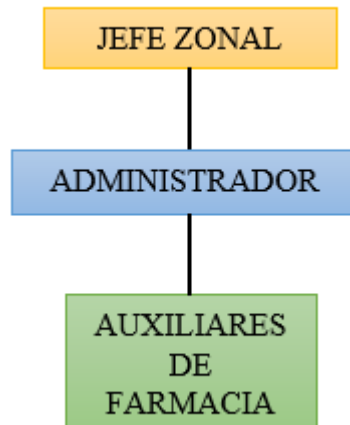


Imagen 14: Organigrama Operativa




Elaborado por: Gema Barén

Talento Humano

El departamento se encarga de seleccionar al personal son los cuales están encargadas de atender a los diferentes servicios que el cliente necesite en la farmacia, la cual estará estructurada de la siguiente manera:

- Jefe Zonal
- Administrador
- Auxiliares de Farmacia

Descripción de los puestos de trabajo

	VENTAS	
Descripción del cargo		
Tipo del puesto:	Jefe Zonal	
Área:	Farmacias asignadas	
Experiencia:	2 años	
Edad mínima:	24 años	
Reporta a:	Gerencia y Contador	
Descripción del cargo:	Controlar y con ello que se ejecuten las debidas políticas y procedimientos en los diferentes puntos de ventas, para con ello optimizar recursos, controlando los gastos y el logro del presupuesto de ventas estimado.	
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecutar el cronograma planificado, con las responsabilidades que se asignen, como la implementación, reubicación, remodelación de los locales. • Visitar los locales según el cronograma expuesto, dando supervisión al desarrollo al personal. • Ejecutar seguimientos en los indicadores de gestión en los diferentes locales del país. 	
Perfil:	Educación:	Título en administración de empresas, Ingeniero comercial o afines.
	Competencias:	Trabajo en equipo, honestidad, respeto y liderazgo.
	Otros requerimientos:	Manejo de equipo Office, conocimientos en ventas.



VENTAS

Descripción del cargo		
Tipo del puesto:	Administrador del POS	
Área:	Farmacia asignada	
Experiencia:	2 años	
Edad mínima:	24 años	
Reporta a:	Jefe Zonal	
Descripción del cargo:	Controlar y dirigir los diferentes recursos de la farmacia, el cual permita obtener resultados positivos para el funcionamiento de la misma.	
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar, controlar y administrar el presupuesto que se estime, con ello rendir cuentas del funcionamiento de la farmacia. • Tener control respectivo del inventario • Supervisión de los empleados • Tener seguimiento del desarrollo de las ventas de la farmacia que está a su cargo. 	
Perfil:	Educación:	Título en administración de empresas, ventas o afines.
	Competencias:	Trabajo en equipo, respeto, liderazgo y ética profesional.
	Otros requerimientos:	Excelente comunicación, conocimiento del equipo Office.



VENTAS

Descripción del cargo		
Tipo del puesto:	Auxiliar de farmacia	
Área:	Farmacia asignada	
Experiencia:	2 años	
Edad mínima:	24 años	
Reporta a:	Administrador del POS – Jefe Zonal	
Descripción del cargo:	Cumplir con la cuota de ventas que es estipulada para cada farmacia y demás indicadores, presentando óptimo servicio al cliente y con ello contribuyendo con las tareas que se le encomiende para el buen desarrollo de la farmacia.	
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con el calendario expuesto de trabajo • Participar en las capacitaciones que se realizan • Cumplir con las políticas de la farmacia • Cumplir con los procedimientos de ventas • Realizar inventarios de control por línea. • Ser responsable en el cuidado de la infraestructura de la farmacia • Controlar el fondo de caja 	
Perfil:	Educación:	Título bachiller.
	Competencias:	Trabajo en equipo, respeto, liderazgo y ética profesional.
	Otros requerimientos:	Comunicación adecuada, conocimiento del equipo Office.

3.4. Seguimiento de la propuesta

Se tiene estipulado el seguimiento de la implementación de la farmacia, mediante un cronograma donde se detalla las actividades de verificación con respecto a la creación e implementación en un tiempo establecido.

Tabla Cronograma CRONOGRAMA DETALLADO PARA APERTURA DE FARMACIA

Localidad: GUAYAQUIL

Dirección: GUAYACANES

Fecha de Implementación: 01/08/2021

Nombre de Local: JEYMI

JV	= JEFE DE VENTAS	ABAST	= ABASTECIMIENTO
JZ	= JEFE ZONAL DIFARE	RRHH	= RECURSOS HUMANOS
ADM	= ADMINISTRACION	SIST	= SISTEMA
PROVEE	= PROVEEDORES EXTERNOS	GRTE	= GERENTE

Para dar inicio a este cronograma es necesario que exista aprobación de apertura en nuevo establecimiento por parte de representantes de DIFARE, un CONTRATO de Alquiler firmado, llaves entregadas del local y espacio disponible para su implementación.

#	ACTIVIDADES	RESP.	AGOSTO																															
			M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	J	V		
1	Financiamiento	GRTE	x	x	x	x																												
2	Contrato de Local - RUC	ADM	x	x																														
3	Diseño de Infraestructura	PROVEE			x	x																												
4	Construcción	PROVEE					x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x												
5	Instalación de Muebles	PROVEE																																
6	Instalación de Equipos	SIST																																
7	Documentos Habilitantes	RRHH																																
8	Contratación del Personal	RRHH																																
9	Capacitación del Personal	JV																																
10	Contactar Proveedores	ABAST																																
11	Recepción de mercadería	ABAST																																
12	Perchar la mercadería	ABAST																																
13	Publicidad	JZ																																

Posteriormente a la apertura de la farmacia deben coordinarse actividades como : correcciones de obra menor, chequeo de mercadería faltante

Elaborado por Gema Barén

3.5. Resultados esperados en la aplicación de la propuesta

La implementación de la farmacia en el sector de Guayacanes de la ciudad de Guayaquil, será de suma importancia ya que fomenta el desarrollo de empleo para la ciudadanía, generando fuentes de ingresos y con ello mejoras en la obtención de productos farmacéuticos para su salud.

Así también, se fomenta al desarrollo de la industria farmacéutica el cual permite a la ciudadanía la obtención de medicamentos y artículos de aseo personal que son necesarios para satisfacer las necesidades de los clientes.

Mediante este estudio se pudo determinar que la apertura de una nueva sucursal es factible, logrando recuperar la inversión y obteniendo ingresos.

4. Conclusiones

En el presente trabajo de investigación se determinó las siguientes conclusiones:

El estudio de factibilidad es un punto clave para determinar la viabilidad de la apertura de un nuevo establecimiento, disminuyendo los riesgos de pérdida y logrando ingresos seguros.

La industria farmacéutica hoy en día es considerada de primera necesidad, generando una fuerte demanda en competencia, al obtener una franquicia es una ventaja porque se trabaja con una marca reconocida, lo cual genera tranquilidad y confianza al cliente al realizar sus compras.

La marca CRUZ AZUL, posee gran acogida en el mercado farmacéutico, debido que obtenemos precios accesibles al mercado e innovando en los días de la semana con los descuentos de la marca, logrando así la preferencia de los clientes.

Las encuestas realizadas fueron de suma importancia por lo cual se priorizó conocer de primera mano las necesidades del cliente, determinando que en el sector establecido para la implementación no posee farmacias con variedad de productos, ofertas, infraestructura adecuada, y formas de pago actualizados.

Determinando que la factibilidad de aperturar una nueva sucursal CRUZ AZUL “JEYMI”, de la compañía farmacéutica Malavé sea totalmente seguro.

5. Recomendaciones

Se recomienda tener una frecuente comunicación con los clientes, para así tener una retroalimentación de forma directa, logrando mejorar y satisfacer las necesidades de los clientes en el sector.

Se considera importante seguir con el proceso de crédito por parte de los proveedores, logrando el apalancamiento y obtener mejores ganancias.

El estudio de factibilidad se debe realizar previamente al considerar una nueva implementación, conociendo la infraestructura del local, las mejoras a realizar y los respectivos documentos legales, para determinar si tendrá un nivel alto en gastos mensuales determinando si se obtendrá los ingresos esperados.

La infraestructura en los establecimientos es de suma importancia, en los cuales determinas la buena imagen y lo que el proveedor ofrece al cliente, logrando así un cliente frecuente.

Como estrategia para la comercialización se utilizarán volantes publicitarios revistas de Cruz Azul las cuales darán a conocer las características y los beneficios de los productos, estos serán entregados una vez al mes, así mismo se utilizará las redes sociales como Instagram y Facebook. Por otro lado, se suma el perifoneo que cuenta la marca, siendo un punto a favor por ser franquicia.

Las promociones serán otro punto de estrategia por los que se incluyen cupones, ofertas, descuentos, sorteos entre otros, esto para captar al consumidor.

Referencias Bibliográficas

- Andrade, M., & Sacoto, C. (Julio de 2012). "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA FARMACIA. Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/1018/Estudio%20de%20factibilidad%20para%20la%20creaci%3%b3n%20de%20una%20farmacia%20con%20franquicia%20de%20la%20cadena%20farmac%3%a9utica%20Cruz%20Azul%20en%20el%20sector%20de%20la%20av.%>
- Andrade, M., & Sacoto, C. (JULIO de 2012). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA FARMACIA CON FRANQUICIA DE LA CADENA FARMACÉUTICA CRUZ AZUL EN MILAGRO. Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/1018/Estudio%20de%20factibilidad%20para%20la%20creaci%3%b3n%20de%20una%20farmacia%20con%20franquicia%20de%20la%20cadena%20farmac%3%a9utica%20Cruz%20Azul%20en%20el%20sector%20de%20la%20av.%>
- ARCSA. (11 de 05 de 2017). AGENCIA NACIONAL DE REGULACION, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA. Obtenido de ARCSA: <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/08/R-ARCSA-DE-008-2017-JCGO-Farmacias-y-Botiquines.pdf>
- Bodgan, S. J. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós.
- Chiavenato, I. (2019). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. México: McGraw - Hill.
- CNP. (22 de 09 de 2017). *planificacion.gob.ec*. Obtenido de REPUBLICA DEL ECUADOR CONSEJO NACIONAL DE PLANIFICACION: <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/11/PLAN-NACIONAL-DE-DESARROLLO-2017-2021.compressed.pdf>
- Comfarmalsa. (2020). *Comfarmalsa*. Obtenido de <http://www.comfarmalsa.com/#!/-bienvenido/>
- COPCI. (29 de 12 de 2010). *CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E IVERSIONES COPCI*. Recuperado el 10 de 03 de 2020, de CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E IVERSIONES COPCI: <https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- Covey, S. R. (2015). *Los 7 Hábitos de la gente altamente efectiva*. México: Booket.
- Dale, E. (2009). *Las Grandes Organizaciones*. México: McGraw - Hill.
- Ecuador, C. d. (14 de 05 de 2008). *CONSTITUCION DEL ECUADOR*. Recuperado el 15 de 03 de 2020, de CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR: <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec030es.pdf>
- Fayol, H. (2003). *Administracion Industrial y General*. Colombia: El Ateneo.
- Feher, F. (2000). *Franquicias a la Mexicana*. Mexico: McGraw Hill.
- Gonzalo, P. B. (2017). *CODIGO FRANQUICIA*. Mexico: PIRAMIDE.

- Hernández, R. (2006). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw - Hill.
- Hernandez, Y. M. (2012). MODULO PARA LA GESTION DE INFORMACION DE TRAMITES PROTOCOLIZABLES COMPLEJOS. En Y. M. Hernandez, *MODULO PARA LA GESTION DE INFORMACION DE TRAMITES PROTOCOLIZABLES COMPLEJOS* (pág. 100). Santa Clara: Eumed.
- Huerdo, J. (1989). *Sistema de Franquicias; Una Nueva Oportunidad de Negocio*. Mexico: amate.
- INEC, I. N. (2010). Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Kiser, R. L. (2017). *Franquicias*. Peru: MYPE.
- L.O.R.T.I. (21 de 08 de 2018). *LEY ORGANICA DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO*. Obtenido de LEY ORGANICA DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO: <https://www.ces.gob.ec/lotaip/2018/Agosto/Anexos-literal-a2/CODIGO%20TRIBUTARIO.pdf>
- LORM. (5 de 12 de 2005). *LEY ORGANICA DE REGIMEN MUNICIPAL*. Obtenido de LEY ORGANICA DE REGIMEN MUNICIPAL: www.cazamley.com
- Macho, J. M. (2013). *Sociología del consumo e investigación de mercados*. Mexico: UNED.
- MSP. (18 de 12 de 2015). *MINSTERIOS DE SALUD PUBLICA*. Obtenido de MSP: <https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2017/03/LEY-ORG%3%81NICA-DE-SALUD4.pdf>
- Neu, R. y. (1980). *Small Business Management: A Planning Approach*. New York: Simmons.
- PICHINCHA, B. (2 de 08 de 2021). *BANCO PICHINCHA* . Obtenido de BANCO PICHINCHA: <https://www.pichincha.com/portal/simuladores/simulador-de-creditos>
- Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida. (2021). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida*. Obtenido de https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_OK.compressed1.pdf
- PMCG. (31 de 12 de 2004). *PATENTES MUNICIPALES EN EL CANTON GUAYAQUIL*. Obtenido de PATENTES MUNICIPALES EN EL CANTON GUAYAQUIL: www.cazamley.com
- Porter, M. E. (2012). *Técnicas para el Análisis de la Empresa y sus Competidores*. México: Patria.
- Reyes P., A. (2004). *Administración Moderna*. México: Limusa.
- Robbins, S. P. (2017). Fundamentos de Administracion . En S. P. Robbins, *Fundamentos de Administracion* (pág. 501). Mexico: Pearson Eduacion de Mexico.
- Rodríguez, M. E. (2012). *Estudio de Factibilidad Económico Financiera en Proyecto de Inversión*. México: McGraw-Hill.
- Sherman, A. J. (1993). *The Franchising Handbook*. New York: Rosetta Books.
- Tarbutton. (1986). *Franchising: The How-To Book*. Chicago: ThriftBooks.
- Terry, G. R. (2017). *Teoría de las Organizaciones*. Mexico: McGraw - Hill.

- Varela, R. (2003). *La Decisión de Inversiones y sus Complejidades*. Colombia: Calixta.
- Velasco, F. (2018). *Diccionario de Marketing para la Farmacia*. Colombia: Almirall.
- Villarán, K. W. (2009). *Plan de negocios : Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Mexico: Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID).
- Zarate, D. R. (2016). Factibilidad de Proyecto. En D. R. Zarate, *Factibilidad de Proyecto* (pág. 68). Lima: Planeta.

Anexos

Anexo 1: Encuesta

1. Edad

18 – 25	<input type="text"/>
26 – 35	<input type="text"/>
36 – 49	<input type="text"/>
50 en adelante	<input type="text"/>

2. ¿Cree usted que es necesario que se deba implementar por el sector una farmacia?

Muy necesario	<input type="text"/>
Necesario	<input type="text"/>
Medianamente necesario	<input type="text"/>
Poco necesario	<input type="text"/>
No es necesario	<input type="text"/>

3. ¿Considera usted que la falta de un estudio de mercado ha influido en la implementación de una farmacia por el sector?

Si	<input type="text"/>
No	<input type="text"/>
Tal vez	<input type="text"/>

4. ¿De las farmacias existentes a cuál acude frecuentemente?

La Primicia	<input type="text"/>
Sana Sana	<input type="text"/>
Fybeca	<input type="text"/>
911	<input type="text"/>
Farmacias Keyla	<input type="text"/>

5. ¿Qué clase de medicamentos consume?

Marcas reconocidas	<input type="text"/>
Productos genéricos	<input type="text"/>

6. ¿Considera usted que una farmacia debe contar con amplia infraestructura?

Muy importante	<input type="text"/>
Importante	<input type="text"/>
Medianamente importante	<input type="text"/>
Poco importante	<input type="text"/>
No es importante	<input type="text"/>

7. ¿Considera usted que la no presencia de una farmacia por el sector se debe a?

Inseguridad	<input type="text"/>
Falta de financiamiento	<input type="text"/>
Costos de construcción	<input type="text"/>
Falta de asesoría	<input type="text"/>

8. ¿Considera usted que deba existir una farmacia por el sector?

Si	<input type="text"/>
No	<input type="text"/>
Tal vez	<input type="text"/>

9. ¿Que considera usted la falta de poder negociar la implementación de una franquicia farmacéutica por el sector?

Desconocimiento de franquicias	<input type="text"/>
Desconocimiento sobre el mercado farmacéutico	<input type="text"/>
Falta de decisión	<input type="text"/>


10. ¿Considera usted que la poca seguridad que se presenta por el sector influya en la presencia de farmacias?

Si	<input type="text"/>
No	<input type="text"/>
Tal vez	<input type="text"/>

11. ¿Considera que es necesario el servicio a domicilio de las farmacias?

Si	<input type="text"/>
No	<input type="text"/>
Tal vez	<input type="text"/>

Anexo 2: Guía de Observación

	
Día:	
Lugar:	
Hora:	
Aspectos a observar	
• Ambiente del sector	
• Promociones	
• Formas de pago	
• Calidad de atención	
• Infraestructura	
• Productos que comercializa	
• Marcas que comercializa	
• Franquicias	

Anexo 3: Cupones

CRUZI VEINTE **20%**
Tu veinte del ahorro

¡Que nadie te lo cuente!
El 20 de cada mes, te otorgamos desde el **20% de descuento** en todas tus compras

CONFIANZA - AHORRO - CERCANÍA - VARIEDAD

Hazte fan: [facebook](#) [twitter](#)

farmacias cruz azul
Me Cuida

Abbeitt

CRECIMIENTO
CON HUESOS FUERTES Y SALUDABLES¹

40% DE DESCUENTO EN TU PRIMERA LATA DE 400 g

Arginina REFORZADO CON Vitamina K2

PediaSure

NETO 400 g

1000740310000364277

CRUZI CHEQUE **\$10**

DIEZ DÓLARES 00/100

Utilízalo como descuento en tu próxima compra a partir de \$20.

Nombre: CELIA ISABEL GARCIA SABANDO
Cédula: 0920501921

400001600000000031

Válido del 1 al 31 de julio de 2020. No aplica promoción sobre promoción. Aplican restricciones.

Anexo 4: Afiches Promocionales

Descuentos

Más ahorro con Cruz Azul

¡Solo para mi bebé!
Cada semana a las 9:00

FOR \$5 DOLARES EN COMPRAS

GRATIS **25% DESCUENTO**

¡Solo en Home Office con tarjeta de crédito!

Per la compra de cualquier fase en presentaciones de 24 unidades

ANIMALITO DE DUCHA

20% DCTO Del 01 al 31 de Julio

farmacias cruz azul me cuida

CONFIANZA - AHORRO - CERCANÍA - VARIEDAD

Hasta Fax:  

¡Las mejores promociones todo el mes!

Súper AHORRO Natural

MATURE Garden Green Life

30% SOLUBLE TONIC MULTIVITAMINADO 100 ML	25% BIOFIT SUPLENTO 400 gr
35% SOLUBLE SUPLENTO 400 gr	35% COLIBACIN 600 CAPSULAS 60
35% SOLUBLE TONIC MULTIVITAMINADO 100 ML	40% CAPSULAS CAPSULAS 60
35% SOLUBLE TONIC MULTIVITAMINADO 100 ML	30% SOLUBLE TONIC MULTIVITAMINADO 100 ML

farmacias cruz azul me cuida

CONFIANZA - AHORRO - CERCANÍA - VARIEDAD

Hasta Fax:  

#JuntosNosReactivamos

POR ESO **REGRESO** LA TEMPORADA

DE MÁS AHORRO

DEL 20% AL 50% DE DCTO.

MÁS DE 3.000 PRODUCTOS EN MARCAS PARTICIPANTES INCLUYENDO MEDICINAS

farmacias cruz azul me cuida

DESCUENTOS en el 2DO. PRODUCTO HASTA EL 80%

EN LAS SEMANAS FULL AHORRO

farmacias cruz azul me cuida

Lunes de Medicina



Miércoles de Bebé



Viernes de Descuentazo

*Aplican restricciones.

ESTE VIERNES DE AGOSTO

LOS DE\$CUEN-TAZOS

Desde el **20% DCTO.**

¡MEJORES PRECIOS Y MÁS PROMOCIONES SIEMPRE!

farmacia **Cruz Azul.**
me cuida

The advertisement features a blue background with a yellow sunburst effect. A cartoon doctor in a white coat and blue face mask gives a thumbs-up. A pink piggy bank icon is positioned above the '20%' discount text. The Cruz Azul pharmacy logo is at the bottom.