

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR

VIDA NUEVA



CARRERA:

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA EN EL
SECTOR DE LA VICTORIA ALTA DE GUAMANÍ.**

AUTOR:

BASTIDAS CAIVE ROSA MARIA

TUTOR:

**MSC. MAIGUA SIGCHA ROMMEL
PATRICIO**

Mayo 2018

QUITO – ECUADOR

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, **BASTIDAS CAIVE ROSA MARIA** portador/a de la cedula de ciudadanía 172037382-6, facultado/a de la carrera **TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**, autor/a de esta obra certifico y proveo al Instituto Tecnológico Superior Vida Nueva, usar plenamente el contenido plasmado en este escrito con el tema **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA EN EL SECTOR DE LA VICTORIA ALTA DE GUAMANÍ”**, con el objeto de aportar y promover la lectura e investigación, autorizando la publicación de mi trabajo de titulación en la colección digital del repositorio institucional bajo la licencia de Creative Commons: Atribución-NoComercial-SinDerivadas.

En la ciudad de Quito, al mes de Mayo de 2018.

BASTIDAS CAIVE ROSA MARIA

C.I.: 172037382-6

CERTIFICACIÓN

En calidad de Tutor del Proyecto: “Plan de negocios para la creación de una farmacia en el sector Victoria Alta de Guamaní “+Q’ Farmacia” en la ciudad de Quito, presentado por la ciudadana Bastidas Caive Rosa María, para optar por el título de Tecnólogo en Administración de Empresas, certifico que dicho proyecto ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe

En la ciudad de Quito a los 10 días del mes de abril del 2018

TUTOR: Msc. Rommel Maigua

APROBACIÓN DEL JURADO EXAMINADOR O TRIBUNAL

Los miembros del jurado examinador aprueban el informe de investigación, sobre el tema: “Plan de negocios para la creación de una farmacia en el sector Victoria Alta de Guamaní” “+Q’ Farmacia”

De la estudiante:

Bastidas Caive Rosa María

Estudiante de la Carrera de Administración de Empresas

Para constancia firman:

.....

.....

.....

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Bastidas Caive Rosa María con cedula de ciudadanía 172037382-6 estudiante del Instituto Tecnológico Superior Vida Nueva, declaro bajo juramento que el trabajo aquí desarrollado es de mi autoría y que no ha sido presentado previamente para ningún grado o calificación profesional.

En la ciudad de Quito a los 10 días del mes de abril del 2018

Bastidas Caive Rosa María

C.I. 172037382-6

AGRADECIMIENTO

Mi eterna gratitud para quienes me apoyaron en todo momento de manera especial a Dios por darme la vida, y mostrarme el camino correcto en la búsqueda de nuevos logros personales y profesionales a cada docente del Tecnológico Vida Nueva, a mi familia , compañeras, testigos de mis triunfos y tristezas.

Y al Instituto Tecnológico Superior Vida Nueva, Carrera Administración de Empresas de la cual llevo las mejores enseñanzas útiles para mi futuro.

Rosa Bastidas

DEDICATORIA

Dedico este trabajo investigativo a Dios por acompañarme en cada momento de mi vida, a mis padres quienes a través de sus consejos y sabiduría innata se convirtieron en mi mayor soporte en los momentos de grandes dificultades ayudándome a superar cada obstáculo, a mi familia y amigos por sus palabras de apoyo y a mi tutor por su paciencia y apoyo incondicional.

Gracias a todos ellos desde el fondo de mi ser, guardo para ellos amor, respeto y consideración.

Rosa Bastidas

INDICE

OBJETIVOS	1
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	1
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	2
Fundamentación Teórica:.....	2
Diagnóstico situacional:.....	2
Estudio de Mercado.....	2
Ingeniería Empresarial.....	3
Estructura de capítulos Capítulo I	4
Capítulo II.....	4
Capítulo III.....	4
Capítulo IV	4
Capítulo V.....	4
CAPÍTULO I.....	5
1.2. Farmacia	5
1.3. Farmacéutico	6
1.4. Químico farmacéutico	6
1.5. Farmacología.....	6
1.6. Producto	7
CAPÍTULO II	16
2.2. Microambiente	25
2.3. Análisis situacional.....	28
2.4. Conclusión de los capítulos.....	36
CAPITULO III	38
3.2. Mercado Potencial	40
TABULACIÓN.....	46
3.3. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA	53
Capítulo IV	59
4. MARKETING MIX	59
Población según etnias	59
4.1. Producto	59

4.2.	Precio.....	62
4.3.	Plaza	63
4.4.	Publicidad	65
CAPITULO V		66
5.	INGENIERÍA DEL PROYECTO	66
5.1.	Infraestructura y distribución	66
5.2.	Proceso del negocio y del servicio	67
5.3.	Presupuesto Técnico	70
5.4.	Capital de Trabajo	76
5.5.	Financiamiento	79
5.6.	Proyección de Costos y Gastos Tabla 32	81
5.7.	Balance General	82
5.8.	Estado de Resultados	83
5.9.	Flujo de Efectivo	84
5.10.	Tasa mínima aceptable de rendimiento.....	86
5.11.	Cálculo del VAN	86
Análisis		88
5.12.	Cálculo del TIR	88
5.13.	Costo Fijo y Costo Variable para el punto de Equilibrio	89
5.14.	Costos	90
5.15.	Gráfico del punto de equilibrio	90
5.16.	Período de Recuperación	92
5.17.	Relación Beneficio – Costo.....	92
6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	96
6.1.	Conclusiones	96
6.2.	Recomendaciones	97
7.	BIBLIOGRAFÍA	98
8.	ANEXOS	101

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Índice del precio al consumidor	25
Tabla 2 Proveedores	33
Tabla 3 Matriz FODA	37
Tabla 4 Estrategias FODA	38
Tabla 5 Datos poblacional Victoria Alta	44
Tabla 6 Nivel socioeconómico	45
Tabla 7 Mercado potencial	45
Tabla 8 Cálculo del nivel de confianza	46
Tabla 9 Nivel de aceptación	49
Tabla 10 Preferencia de compra	50
Tabla 11 Necesidad de farmacias	51
Tabla 12 Frecuencia de compra	52
Tabla 13 Preferencia en el producto	53
Tabla 14 Consumo mensual	54
Tabla 15 Horario de atención	55
Tabla 16 PIB	58
Tabla 17 Proyección de la demanda	61
Tabla 18 Población por etnias	62
Tabla 19 Lista de precios por línea de producto	66
Tabla 20 Distribución de la Farmacia por m ²	69
Tabla 21 Activos fijos	73
Tabla 22 Servicios básicos	74
Tabla 23 Arriendo	74
Tabla 24 Nómina personal administrativo	75
Tabla 25 Suministro de oficina	75
Tabla 26 Nómina departamento de ventas	76
Tabla 27 Anexo de depreciación	77
Tabla 28 Tabla de vida útil	77
Tabla 29 Amortizaciones	78
Tabla 30 Inversión total del proyecto	79
Tabla 31 Financiamiento	80
Tabla 32 Condiciones de crédito	80
Tabla 33 Tabla de costos y gastos	81
Tabla 34 Proyección anual	82
Tabla 35 Balance de situación inicial	83
Tabla 36 Estado de resultados	84
Tabla 37 Flujo de efectivo	85
Tabla 38 Tasa mínima aceptable de rendimiento	86
Tabla 39 Costo fijo y variable para el cálculo del punto de equilibrio	89
Tabla 40 Costos	90
Tabla 41 Periodo de Recuperación	91
Tabla 42 Relación costo – beneficio	92

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1: Analgésicos	15
Figura 2: Ansiolítico... ..	15
Figura 3: Antiácido	16
Figura 4: Antibiótico... ..	16
Figura 5: Antidiarreicos.....	17
Figura 6: Antigripales... ..	18
Figura 7: Antihistamínicos... ..	18
Figura 8: Antiinflamatorios... ..	19
Figura 9: Antimicóticos	19
Figura 10: Antipiréticos.....	20
Figura 11: Antisépticos.....	20
Figura 12: Laxantes... ..	21
Figura 13: Producto Interno Bruto	24
Figura 14: Balanza Comercial al 2017... ..	26
Figura 15: Importaciones no petroleras... ..	26
Figura 16 : Diamante de Porter	39
Figura 17: Mapa del Ecuador.....	43
Figura 18: Nivel de Aceptación... ..	49
Figura 19: Preferencia de compra	50
Figura 20: Necesidad de una farmacia.....	51
Figura 21: Frecuencia de compra	52
Figura 22: Preferencia en el producto... ..	53
Figura 23: Consumo mensual... ..	54
Figura 24: Horario de atención... ..	55
Figura 25: Proyección de la demanda.....	61
Figura 26 Localización del establecimiento.....	67
Figura 27: Distribución del local... ..	69
Figura 28: Proceso de compra.....	71
Figura 29 Proceso de Venta	72
Figura 30: Grafico del Punto de Equilibrio.....	90
Figura 31: Organigrama.....	92

INTRODUCCIÓN

El presente estudio es el resultado del cumplimiento de los objetivos planteados que contribuyen a la propuesta de desarrollar el plan de negocios para la creación de una farmacia en el sector de la Victoria Alta de Guamaní.

Un estudio de mercado confirma la existencia de una demanda de productos farmacéuticos en un sector, debido a que no hay ninguna farmacia que se dedique al expendio de medicinas, se analiza un ingreso aceptable en el mercado, la existencia de farmacias fuera del barrio no llega a cubrir la demanda requerida en el sector en especial el barrio Victoria Alta.

Analizar los aspectos influyentes en el nacimiento y crecimiento de la farmacia contribuye a minimizar las amenazas del exterior para subsistir en el mercado, por este motivo se debe aplicar un plan de negocios que ayude a observar la viabilidad del producto que se ofrece al consumidor, la aceptación se encuentra ligada a las encuestas realizadas obteniendo un resultado favorable.

El proceso realizado en la designación del espacio debe ser selectiva cuidando datos como la segmentación del mercado, el cual debe ser accesible al cliente y de fácil adquisición.

Para orientar a la farmacia en una competencia es importante la implementación de un marketing que contribuya con el manejo de la entidad en el sector cubriendo la demanda, además es importante un análisis claro de los estados financieros para estudiar la viabilidad y rentabilidad de la investigación realizada.

La evolución de la medicina en el país ha sido notoria, el control a las farmacias con el fin de satisfacer los requerimientos de los clientes y a su vez buscando seguridad

para el usuario es la función principal que busca el ARCSA como ente de control estableciendo nuevos requerimientos de buenas prácticas médicas.

Resulta imperativo conocer el marco legal que rige para quienes son parte del sector de salud en el Ecuador, los desafíos del mercado, los efectos de la globalización, la competencia y un cliente mucho más exigente, nos lleva a plantearnos nuevos retos de negocio, apegados al cumplimiento de la normativa vigente, (Ley Orgánica de Salud, 2017)menciona en el 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 producción, importación, exportación, almacenamiento, transporte, distribución, comercialización y expendio de productos de uso y consumo humano.”

ANTECEDENTES

Los inicios de la farmacia se remontan a los tiempos de esclavitud, los esclavos eran utilizados para experimentar y observar las reacciones producidas por el medicamento. Las prácticas medicinales no eran normadas legalmente hasta el año 1958, tiempo en el cual la farmacia comenzó a ser considerada como una actividad técnica auxiliar de la profesión farmacéutica. Arias (2012) menciona que “Los orígenes de la historia farmacéutica se remontan al primer tercio del siglo XIX, que si bien no toca todos los aspectos de la historia farmacéutica es el punto de partida para el definitivo arranque de esta ciencia.”(p.1) es por esta razón que este siglo es considerado como punto de partida para la correcta elaboración de medicamentos, basados en mezclas empíricas. Con el pasar de los tiempos, se puede observar su evolución, se da paso a las primeras farmacias con el propósito de suministrar los medicamentos de nuevas maneras: jarabes, tabletas, ungüentos, como medio de distribución masiva.

Con el avance del tiempo, la medicina ha evolucionado de manera notable; ha logrado pasar de curaciones caseras a la obtención de medicamentos preparados que contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de las personas, Calderón (2012) define a la farmacia como “la ciencia que estudia la forma de preparar, almacenar y combinar productos para crear remedios contra las enfermedades.”(p. 1) También se puede considerar a la farmacia como la entidad establecida para la entrega de medicamento recetado, es decir, el médico indicará el tratamiento a seguir mientras que la farmacia, a través del farmacéutico, venderá el medicamento.

La tarea del farmacéutico de acuerdo a La Organización Mundial de la Salud y Federación Internacional Farmacéutica (2006) será entonces la de “asegurar que la

terapia que recibe el paciente sea la mejor indicada, la más efectiva disponible, segura posible y cómoda para el paciente.” (p.9) por tanto, la atención del farmacéutico constituye un componente de calidad indispensable, es quien fidelizará a los clientes mediante la distribución precisa de los medicamentos, por esta razón el farmacéutico debe dar seguimiento en los tratamientos, indicando el uso racional; evitando el mal uso de los medicamentos.

Entre los estudios de factibilidad en la creación de una farmacia se encontraron dos aportes, Cisneros Karen & Farinango Gabriela (2013), menciona en la investigación “Estudio de Factibilidad para la Creación de una Farmacia en el Barrio el Olivo, Ciudad de Ibarra” de la Universidad Técnica del Norte, la importancia del manejo de datos para el análisis de la oferta y demanda, aplicación de matriz FODA y estrategias como la elaboración de afiches para presentar a la farmacia en el sector, los cuales son temas relacionados en la ejecución de este estudio.

A su vez Marcela Susana Bósquez (2012), en la investigación “Estudio de Factibilidad para la Creación de una Farmacia Municipal en la parroquia de Tabacundo del cantón Pedro Moncayo” de la Universidad Central del Ecuador menciona ventajas como: variedad de productos de calidad, instalaciones adecuadas y servicio de atención al cliente, y desventajas como el incremento de la competencia.

Este trabajo permite identificar las desventajas para la aplicación adecuada los análisis en los estudios de mercado y procesos de formación de la farmacia.

TEMA DEL PROYECTO

Plan de negocios para la creación de una farmacia en el sector de la Victoria Alta de Guamaní.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El ser humano desde sus inicios ha sufrido cambios que implican enfermedades que se han agravado con el pasar del tiempo. Las enfermedades más comunes en la actualidad, con el cambio del clima son: las gripes, irritaciones, alergias que se pueden tratar con medicamentos recetados en una farmacia. Existen grandes laboratorios como: Chalver, Novartis y Quifatex que crean productos, que ayudan a la sociedad a eliminar estos malestares, entre los cuales podemos mencionar: vitaminas y antiinflamatorios que mejoran el estilo de vida de una persona.

Existen enfermedades, causados por la genética o un estilo de vida sedentario, provocando a largo plazo el deceso de un paciente, estas enfermedades se pueden controlar cuando son detectados a tiempo mediante medicamentos con receta médica que están disponibles en las farmacias, brindando al paciente una vida digna.

Es común observar farmacias en avenidas, barrios y sectores concurridos, pero sectores urbanos y rurales menos abarrotados, como la Victoria Alta, sufren la falta de farmacias, creando así una necesidad inmediata para satisfacer.

De acuerdo al municipio de Quito en base al último censo del 2010, la parroquia de Guamaní, sector Plan Victoria o Victoria Alta cuenta con una población de 3115 habitantes, un lugar poblado lleno de privaciones y con grandes necesidades.

Uno de los problemas que se observa por el incremento de la población desde aproximadamente 2 años, es la falta de atención farmacéutica cercana, el servicio de farmacia se encuentra alejado, por lo que es difícil la adquisición de medicamentos,

en su mayoría para las personas de la tercera edad y niños, debido a su dificultad para trasladarse solos, por esta razón las personas eligen la medicina casera a base de hierbas agravando y poniendo en riesgo su salud.

La investigación se llevará a cabo durante los meses de: septiembre a mayo del año 2018, con el uso de recursos tecnológicos, talento humano y técnicas administrativas, bases fundamentales para esta investigación.

JUSTIFICACIÓN

La implementación de una farmacia es el objetivo principal del estudio de factibilidad, con esto, se desea determinar el grado de aceptación del servicio en el sector, este estudio se enfoca en la necesidad de una farmacia para que la población adquiera medicamentos a un precio accesible, garantizando así la calidad y seguridad para los clientes, brindando ayuda en el barrio Victoria Alta, zona rural de la parroquia de Guamaní.

La creación de una farmacia en el sector de la Victoria Alta juega un papel importante, debido a que, el expendio de medicamentos sin receta en tiendas no autorizadas legalmente, perjudica la salud de las personas, por esta razón una farmacia es el apoyo para la prevención de enfermedades y para mantener la salud de las personas del sector, donde no se encuentra las facilidades para la adquisición de medicamentos de primera necesidad.

En el proceso de esta investigación se realiza un estudio a fin de conocer el nivel de aceptación de la farmacia, en un sector donde la mayoría de la población tiene como actividad principal la agricultura y ganadería, con el fin de contribuir con el sector al eliminar la automedicación – suministro incorrecto de medicamentos – que agrava la salud de la persona.

RESUMEN

El presente proyecto está dirigido a realizar un plan de negocios, el mismo enfocado a la creación de una farmacia en el sector de la Victoria , el cual es el resultado del cumplimiento de los objetivos planteados que contribuyen a la propuesta de desarrollar una empresa, para ello se debe realizar un estudio de mercado que confirme la existencia de una demanda de productos farmacéuticos en un sector determinado, debido a que no existe ninguna farmacia en el lugar que se dedique al expendio de medicinas, se ha analizado los ingresos, gastos, costos, capital de trabajo que sean aceptables en el mercado, la demanda y la oferta requerida , la aceptación de la empresa, la rentabilidad, la inversión y la localización de la misma, esto se ha podido manifestar con el respectivo análisis de las variables económicas y el acogimiento de los usuarios directos. El plan de negocios es importante ya que permite conocer la factibilidad de la creación de varias empresas con los respectivos estudios desde el técnico hasta el económico.

PALABRAS CLAVES

Plan de negocios, estudio de mercado, inversión.

ABSTRACT

This project is aimed at making a business plan, the same one focused on setting up a pharmacy in Victoria neighborhood, which is the result of the fulfillment of the proposed objectives that contribute to the proposal for developing a company, for this, a market study must be carried out confirming the existence of a demand of pharmaceutical products in a given sector, due to there is no pharmacy in the place dedicated to the sale of medicines, income, expenses, costs, working capital that are acceptable in the market have been analyzed, the demand and the required supply, the acceptance of the company, the profitability, the investment and the location of the same one, it has been manifested with the respective analysis of the economic variables and the reception of direct users. The business plan is important as it allows to know the feasibility of setting up several companies with the respective studies from the technical to the economic.

KEYWORDS

Business plan, market research, investment.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de negocios para la creación de una farmacia, mediante un estudio financiero y administrativo, para la comercialización de medicamentos en el sector de La Victoria Alta de Guamaní 2018.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Realizar un estudio situacional para determinar el contexto donde se desarrollará la farmacia mediante el análisis del micro y macro entorno.

Determinar la aceptación y demanda de medicamentos a través del estudio de mercado en el sector de la victoria alta de Guamaní.

Establecer un plan estratégico mediante la implementación de las 4 P's del marketing para posicionar la farmacia en el sector.

Realizar un estudio económico que determine la viabilidad de la inversión en el sector Victoria Alta de Guamaní.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para la realización de la siguiente investigación se utilizó varias técnicas detalladas a continuación de acuerdo a la actividad desempeñada:

Fundamentación Teórica:

La aplicación del método analítico “que consiste en la desintegración, separación o desmembrado de un todo en cada una de las partes que lo componen” y el método sintético que hace referencia a “la reconstrucción de las partes, lo que implica un conocimiento para lograr realizar dicha reconstrucción”, (Romero, 2015) permitió esquematizar conceptos importantes para la investigación y a su vez el proceso en la constitución y legalización de la farmacia.

Diagnóstico situacional:

Para el desarrollo de este proceso se utilizó el método deductivo el cual hace referencia a la deducción o sea el encadenamiento de proposiciones para llegar a una conclusión, en este caso este método permitió conocer cada proceso realizado, como el análisis del macroentorno, elaboración de la matriz FODA y sus estrategias.

Estudio de Mercado

En este proceso se realizó encuestas con el propósito de fijar el tamaño de la muestra, para análisis de los cálculos que permitan determinar la demanda, a su vez se utilizó el método histórico que permite conocer datos de tiempos pasados, este método se utilizó para investigar la población, tasas de inflación, y ubicación geográfica.

Ingeniería Empresarial

En este proceso se describió las actividades realizadas en la formación de la organización, la elaboración de estados financieros los cuales permitieron determinar la rentabilidad de este estudio.

Estructura de capítulos

Capítulo I

En el Capítulo I se desarrolla la fundamentación teórica analizando temas como: empresa, farmacia, químico farmacéutico, farmacología y distribución de medicamentos de acuerdo a su función.

Capítulo II

En este capítulo se realiza el análisis de factores situacionales a las que está expuesto el país, instituciones de control y vigilancia, mediante el cual se permite determinar las ventajas y desventajas de la empresa, se realiza la elaboración de la matriz FODA, fuerzas competitivas de Porter, estrategias genéricas para conocer los riesgos y aspectos positivos con las que cuenta la empresa, finalizando con la conclusión de capítulo.

Capítulo III

En el capítulo III se elabora el estudio de mercado para obtener el tamaño de la muestra mediante el uso de encuestas, análisis del producto y su distribución determinando capacidad de compra y mercado potencial, determinación de demanda y su proyección.

Capítulo IV

El capítulo IV hace referencia a la implementación del marketing mix y sus estrategias en producto, precio, plaza y promoción.

Capítulo V

En el capítulo V se desarrolló el proceso del negocio mediante diagramas, presupuesto técnico, análisis de estados financieros, determinando la viabilidad del emprendimiento, culminando con el análisis del VAN, TIR, punto de equilibrio, periodo de recuperación de la inversión realizada y la relación costo - beneficio.

CAPÍTULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1. Empresa

Una empresa es la entidad formada con el propósito de satisfacer las necesidades de un sector obteniendo lucro mediante la prestación de servicio o la venta de productos necesarios. Por esta razón, la empresa se crea con el fin de “ofrecer productos y servicios para atender las necesidades de personas o mercados, y con ellos obtener una utilidad. Para lograrlo y atender el compromiso con su prosperidad, el emprendedor necesita adquirir recursos, estructurar un sistema de operaciones y asumir un compromiso con la satisfacción del cliente”. (Amaru, 2009 p. 446), considerándose de esta manera como el eje principal entre el proveedor y el cliente. Es importante conocer de manera clara la importancia y el objetivo con el que se desarrolla una organización para poder mantenerse en el mercado.

1.2. Farmacia

Una farmacia es la entidad destinada a la distribución de medicinas con receta o sin ella, de marca o genéricos; “es el establecimiento farmacéutico donde se venden medicamentos destinados por un médico general, este establecimiento es de carácter sanitario, públicos o privados, que funcionan bajo la responsabilidad de un químico farmacéutico, sujetos a la normativa establecida por el departamento de salud”. (Noriega, 2009 p. 2), una farmacia se establece con el fin de facilitar la adquisición de medicamentos en un sector establecido.

Es importante conocer el personal clave en la atención de una farmacia, cabe recalcar que un personal calificado es demostración de calidad para obtener la confianza de los clientes.

1.3. Farmacéutico

El farmacéutico es la persona con los conocimientos necesarios en la distribución y manipulación de los medicamentos “Es un profesional calificado y formado académicamente, el cual es encargado de entregar a la población la seguridad y eficacia a la que tiene derecho, considerando como suya la responsabilidad en todo el proceso de manipulación y la dispensación de medicamentos”. (Vergara, 2000 p.46).

1.4. Químico farmacéutico

El químico farmacéutico es un agente vigilante de la salud, un educador que se encuentra a cargo como representante de una farmacia para verificar que los medicamentos sean los correctos para la distribución por el farmacéutico, a su vez es el encargado de representar legalmente como agente regulador en la venta de medicamentos a la población.

1.5. Farmacología

La farmacología es definida como “el estudio de las sustancias que interactúan con los sistemas vivos a través de procesos bioquímicos, en particular mediante la unión con moléculas reguladoras y activadoras de procesos corporales normales. Estas sustancias pueden ser compuestos administrados para lograr una acción terapéutica beneficiosa sobre algunos procesos del paciente”. (Katzung & Trevor, 2016 p.1), la farmacología es entonces la elaboración de nuevos medicamentos para mejorar el estilo de vida de una persona.

1.6. Producto

Los productos que se considera ofrecer a la clientela del sector, basándose en el marco legal del Ecuador y en base a los requerimientos establecidos por el ministerio de salud pública se basa en:

- a. Medicamentos en general
- b. Cosméticos
- c. Útiles de aseo personal

1.6.1. Medicamentos en general:

La distribución de medicamentos será emitida mediante la aprobación del ministerio de salud pública, ya sean genéricos (sin patente), o a su vez marcas reconocidas el cual hace referencia a laboratorios con renombre.

En el caso de medicamentos con impedimento libre de expedición serán entregados bajo una certificación médica (receta), mientras que el resto de los medicamentos se expedirán de acuerdo a la necesidad del sector y los malestares del individuo para el cual el farmacéutico está preparado.

En los medicamentos se encuentran detallado el precio el cual es impuesto por el ministerio de salud, y su respectivo control sanitario el cual consiste en la fecha de elaboración del medicamento, la fecha de caducidad o expiración, nombre del laboratorio fabricante, componentes del medicamento, y restricciones de consumo o uso, requerimientos elementales para la expedición de los medicamentos en el sector de la victoria Alta entre las cuales se detallan a continuación:

- *Analgésicos*



Figura 1: Analgésicos Recuperado de: (Pablo, 2006)

Tienen la capacidad de aliviar el dolor producido por golpes, heridas, torceduras, quemaduras o enfermedades como bronquitis, gripe o resfriado, entre otras causas.

(Restrepo, 2016)

- *Ansiofíticos e hipnóticos*



Figura 2: Ansiofíticos Recuperado de:(catalunyapress, 2016)

Empleados para conciliar el sueño, los ansiofíticos e hipnóticos más comunes son las benzodiazepinas, que tienen la propiedad de reducir la tensión emocional, ansiedad y nerviosismo. (Restrepo, 2016)

- *Antiácidos*



Figura 3: Antiácido Recuperado de: (Martinez, 2015)

Combaten agruras (sensación de sabor agrio), ardor en el estómago y zona media del pecho, debido a que neutralizan la producción excesiva de ácido en el estómago, lo que comúnmente se debe al consumo de alimentos irritantes y muy condimentados, nerviosismo y estrés. (Paniagua, 2016)

- *Antibióticos*



Figura 4: Antibiótico Recuperado de: (Ramos, 2012)

Derivados de los hongos como Penicillium o producidos en el laboratorio, son capaces de interferir los procesos vitales de bacterias causantes de infecciones.

Existen en cremas de aplicación local, pero se utilizan principalmente en inyectables o en presentaciones vía oral. Para garantizar su eficacia, es importante el estricto cumplimiento de la prescripción médica.

No se aconseja su automedicación, pues pueden provocar reacciones alérgicas a medicamentos y no son efectivos en el tratamiento de infecciones por virus.

Asimismo, tomar antibióticos sin control puede fortalecer y hacer inmunes a grupos o cepas de bacterias y dificultar su eliminación. Cabe señalar que las tetraciclinas (Antibiótico de amplio espectro) no deben emplearse en menores de 8 años ni embarazadas. (Restrepo, 2016)

- *Antidiarreicos*



Figura 5: Antidiarreicos Recuperado de: *(administrar medicamentos, 2014)*

Controlan las evacuaciones frecuentes y acuosas que suelen estar acompañadas de dolor, debilidad, náuseas, vómitos, espasmos abdominales, fiebre o pérdida de apetito.

La diarrea es sólo un síntoma que puede tener su origen en la dieta, infecciones gastrointestinales, uso de algunos medicamentos, enfermedades crónicas o estrés y su tratamiento fundamental dependerá de la causa.

Los antidiarreicos vuelven más lentos los movimientos del intestino, dan mayor consistencia a las deposiciones y detienen la pérdida de agua y nutrientes. (Katzung & Trevor, Farmacología Básica y Clínica, 2016)

- *Antigripales*



Figura 6: Antigripales Recuperado de: (Chica, 2014)

Fármacos que contienen analgésicos, antihistamínicos y estimulantes en distintas combinaciones y proporciones. Su objetivo es reducir los molestos síntomas de resfriados comunes y gripe.

Se toman en forma oral varias veces al día, dependiendo de su fórmula; algunos se administran cada 6 horas, otros cada 8 y aquellos conocidos como "medicamentos de acción prolongada", cada 12. (Restrepo, 2016)

- *Antihistamínicos*



Figura 7: Antihistamínicos Recuperado de: (Bekiasalud, 2016)

Controlan reacciones alérgicas (aquellas en que el sistema inmunológico reacciona de manera exagerada cuando un elemento nocivo o alérgeno se introduce al organismo por vías respiratorias, tracto digestivo, piel o mucosas).

Congestión y escurrimiento nasal, lagrimeo, estornudos, inflamación de la piel, ronchas, comezón, mareo, dolor de cabeza o diarrea. La función de los antihistamínicos consiste en neutralizar, destruir o impedir la producción de esta sustancia. (Katzung, Farmacología básica y clínica, 2010)

- *Antiinflamatorios*



Figura 8: Antiinflamatorios Recuperado de: (*el mundo*, 2014)

Medicamentos contra el dolor, hinchazón, enrojecimiento y calentamiento en la zona afectada por golpes, heridas, sustancias químicas o infecciones generadas por microorganismos.

Se emplean en el tratamiento de golpes ocasionados en la práctica deportiva, lesiones ocurridas en casa o el trabajo debido a accidentes y para aliviar las molestias ocasionadas por padecimientos reumáticos. (Paniagua, 2016)

- *Antimicóticos*



Figura 9: Antimicóticos Recuperado de: (*Sánchez*, 2017)

Alivian infecciones por hongos como pie de atleta (tiña de los pies), que causa comezón, piel cuarteada, mal olor y en ocasiones pequeñas ampollas, el uso incorrecto de antimicóticos puede empeorar la enfermedad, pues los hongos invasores llegan a generar resistencia.

- *Antipiréticos*



Figura 10: Antipiréticos Recuperado de: (Hernández, 2011)

Disminuyen la fiebre mayor a 37°C al activar ciertos mecanismos del hipotálamo (parte del cerebro responsable de regular la temperatura corporal). El ibuprofeno y paracetamol tienen propiedades analgésicas y en este caso los dos son antiinflamatorias. (Katzung, Farmacología básica y clínica, 2010)

- *Antisépticos*



Figura 11: Antisépticos Recuperado de: (Bekiasalud, 2016)

Soluciones que eliminan o impiden el crecimiento de algunos tipos de bacterias que se encuentran en la piel y en membranas mucosas; útiles para desinfectar heridas leves, raspones y cortaduras y prevenir infecciones en la piel.

Antisépticos tradicionales, como alcohol se aplican alrededor de la herida a fin de no lastimar más los tejidos. (Katzung & Trevor, Farmacología Básica y Clínica, 2016)

- *Laxantes*



Figura 12: Laxantes Recuperado de: (Katzung, Farmacología básica y clínica, 2010)

Facilitan el vaciado de las heces en caso de estreñimiento al aumentar el contenido del intestino, estimular los movimientos de este órgano, incrementar el volumen de agua de los residuos o actuar como lubricantes. (Katzung & Trevor, Farmacología Básica y Clínica, 2016)

1.6.2. *Cosméticos*

La farmacia como parte de la entidad médica puede expender cosméticos de primera necesidad como:

- Protector solar
- Crema capilar
- Gel
- Removedores de maquillaje
- Tónicos de limpieza facial

- Lociones
- Entre otros cosméticos ideales para el uso diario de la mujer.

1.6.3. Útiles de aseo personal

Es de gran importancia la distribución de útiles de aseo personal en la farmacia, debido a que es considerada como un lugar confiable para la adquisición de artículos de primera necesidad, entre los útiles más principales tenemos:

- Papel higiénico
- Pañales
- Desodorantes
- Shampoo
- Toallas femeninas
- Jabón de tocador
- Cepillo dental
- Colgate
- Preservativos
- Talcos
- Enjuague bucal
- Pañitos húmedos
- Vaselina entre otros productos los cuales ayudan a mantener la higiene personal diaria.

La facilidad para la adquisición de medicamentos cercanos al hogar promueve el objetivo de crear una organización buscando satisfacer al cliente en sus requerimientos dando facilidad de compra.

CAPÍTULO II

2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

2.1. Variables que intervienen en el diagnóstico

El macroambiente “son las fuerzas que rodea a la empresa, sobre las cuales la misma no puede ejercer ningún control”. Reyes, (2004; p.5). Es decir, aquellas fuerzas que afectan a la organización en el cual el personal directivo de la empresa no puede intervenir, entre estas fuerzas se puede mencionar la economía, aspecto social – cultural y aspecto político – legal.

2.1.1. Factor Económico

Al hacer referencia del factor económico en la creación de una empresa o microempresa se menciona algunos de los aspectos indispensables en la formación de una organización, aquellos que se detallarán como parte importante a continuación:

- PIB (*Producto Interno Bruto*)

El producto interno bruto es aquel que hace referencia al valor monetario de un producto o un servicio elaborado en un país y el costo que tiene al elaborarlo, el PIB es una de las ayudas para medir el crecimiento de producción en un país.

PIB es conocido también como el valor del output o producción final de todos los bienes, los cuales son producidos internamente en la economía del Ecuador durante un periodo de tiempo (generalmente un año), el término "interno" detalla el movimiento, mientras que el término "bruto" significa el importe de la depreciación o

deterioro de capital (instalaciones, equipos, etc.) que se usa en la producción de un bien o servicio. (Nuñez, 2015)

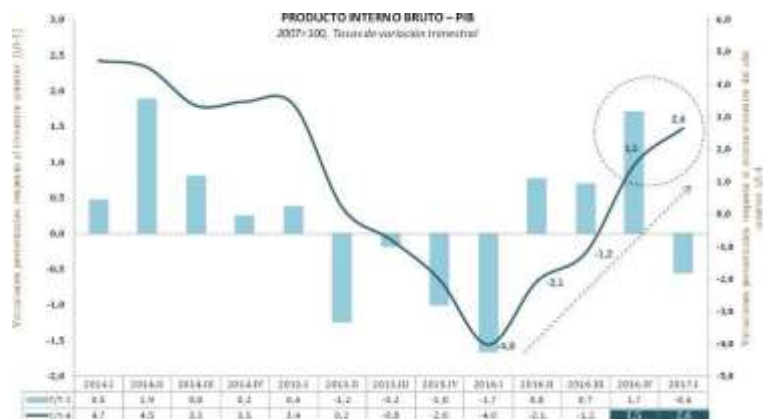


Figura 13: Producto Interno Bruto Recuperado de: (Banco Central del Ecuador, 2017)

En el Ecuador este indicador es aquel que permite visualizar la competencia que mantienen las empresas lo que indica un crecimiento favorable en la producción, el crecimiento económico se impulsa presentando tasas de variación positivas, registrando en el primer trimestre de 2017 un aumento de 2.6% (t/t-4) indicado en el gráfico anterior, todo esto muestra que a pesar de haber pasado por una crisis económica no se ha dejado de producir y resurgir, por lo cual se estima que es un buen momento para invertir en los mercados en especial en la medicina debido a su alta demanda.

- *Tasa de inflación*

La tasa de inflación hace referencia al aumento del nivel general de precios o a su vez interpretado como el incremento del valor monetario en los productos o servicios en el mercado el cual se basa, para su cálculo, en el índice del precio al consumidor, esto se calcula en base a la canasta de bienes y servicios que se encuentran con mayor demanda en la población.

Tabla 1

Índice del precio al consumidor

Tabla 1. Índice de Precios al Consumidor y sus variaciones

Mes	Índice	Inflación Mensual	Inflación Anual	Inflación Acumulada
nov-16	105,04	-0,15%	1,05%	0,96%
dic-16	105,21	0,16%	1,12%	1,12%
ene-17	105,30	0,09%	0,90%	0,09%
feb-17	105,51	0,20%	0,96%	0,29%
mar-17	105,66	0,14%	0,96%	0,42%
abr-17	106,12	0,43%	1,09%	0,86%
may-17	106,17	0,05%	1,10%	0,91%
jun-17	105,55	-0,58%	0,16%	0,32%
jul-17	105,40	-0,14%	0,10%	0,18%
ago-17	105,42	0,01%	0,28%	0,20%
sep-17	105,26	-0,15%	-0,03%	0,04%
oct-17	105,10	-0,14%	-0,09%	-0,10%
nov-17	104,82	-0,27%	-0,22%	-0,38%

Fuente: Índice de Precios al Consumidor (IPC).

Nota. Tomado de: (ecuadorencifras, 2017)

En la Tabla 1 se observa una disminución en la inflación en estos últimos meses, esto indica una mejora para todos los ciudadanos debido a que aporta de manera favorable en la venta y comercialización de bienes y servicios lo cual fortalece la economía de una nación o estado, esto se da siempre que se maneje cifras reales lo que contribuye con la rentabilidad en el país.

- *Balanza comercial*

La balanza comercial hace referencia al registro de importaciones y exportaciones de un país durante un periodo determinado de análisis, el cual permite determinar la existencia de superávit o déficit en el país.



Figura 14: Balanza Comercial al 2017. Recuperado de: (Banco Central del Ecuador, 2017)

Los valores obtenidos del banco central demuestran un saldo a favor de 2.647 millones en la balanza comercial total para el periodo enero- octubre 2017, esto indica un superávit debido a que en el Ecuador las exportaciones han incrementado de manera positiva.

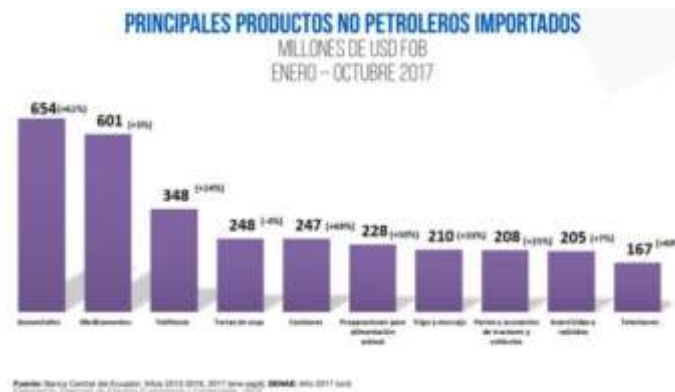


Figura 15: Importaciones no petroleras Recuperado de: (Banco Central del Ecuador, 2017)

En la figura 15 se observa un incremento de 3% en importaciones de medicamento en comparación al año 2016 que menciona un valor de 601 millones de dólares de acuerdo al Banco Central del Ecuador (2016), demostrando resultados favorables para la creación de farmacias en distintos sectores del país permitiendo cubrir la necesidad de la población en adquirir productos farmacéuticos.

2.1.2. Factor social - cultural

El barrio Victoria Alta ubicada al sur de la capital quiteña, cuenta con una población de 3115 habitantes, población mayoritaria dedicada a la agricultura y ganadería, de cultura indígena y afroamericana (Quito Listo, 2010).

La distribución de medicamentos está destinado a todo nivel social y cultural sin restricciones, la existencia de enfermedades en todo ámbito conlleva al consumo de medicina en toda la sociedad, es un pilar indispensable para mantener la salud de cada individuo evitando enfermedades o buscando prevenir enfermedades en el sector y en la sociedad en general.

En la actualidad los ciudadanos desean primordialmente satisfacer sus necesidades con la implementación de una farmacia en el cual se genere un buen servicio y se entregue productos de manera rápida.

2.1.3. Factor político legal

La existencia de la ley orgánica de salud y reglamento de control y funcionamiento de los establecimientos farmacéuticos son las que se encuentran vinculadas en la constitución de una farmacia, por esta razón se detalla a continuación las instituciones reguladoras para el correcto manejo de la empresa permitiendo brindar la atención adecuada a los clientes del sector.

- Servicio de Rentas Internas

El servicio de rentas internas es el organismo de control que tiene como principal función el cobro de los impuestos de acuerdo a la base de datos de la persona solicitante del RUC (Registro Único del Contribuyente), el cual corresponde a la identificación de los contribuyentes que realizan una actividad económica lícita, la

farmacia como entidad de servicio lícito debe declarar el formulario 104 referente a la declaración del IVA el cual se declara de manera mensual, cumpliendo de esta manera con todas las normativas que indique el Servicio de Rentas Internas.

- *Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)*

El IESS es el ente encargado de dar cumplimiento a la ley orgánica de salud según el art. 166 que menciona que “las farmacias obligatoriamente para su funcionamiento requieran la dirección técnica y responsabilidad de un profesional farmacéutico y a su vez un químico farmacéutico los cuales brindaran atención especializada” (Ley Orgánica de Salud, 2012), mediante la afiliación obligatoria de los trabajadores el IESS lleva un registro de aportaciones patronales, personales y fondos de reserva de un trabajador para mantener la legalidad en cada trámite realizado en la farmacia como entidad generadora de empleo. El incumplimiento de afiliación de acuerdo a la ley establecida en el código Orgánico Integral Penal Según el artículo 243. “En el caso de personas jurídicas que no cumplan con la obligación serán sancionadas con multa de 3 a 5 salarios básicos unificados del trabajador en general, por cada empleado no afiliado”. También, se aplica sanción a través del artículo 244, cuando: “La o el empleador que no afilie a sus trabajadores al seguro social obligatorio dentro de 30 días, contados a partir del primer día de labores, será sancionado con pena privativa de libertad de 3 a 7 días. Las penas previstas se impondrán siempre que la persona no abone el valor respectivo, dentro del término de 48 horas después de haber sido notificada”. (Ministerio de Justicia, 2014).

- *Ministerio de relaciones laborales*

El ministerio de relaciones laborales es la entidad encargado de dar validez legal a los contratos del personal que labore en una institución, por ello, se registra el contrato a tiempo indefinido el cual hace referencia a los contratos en los que no hay un tiempo estipulado para la culminación de esta, salvo el caso de despido por desahucio o renuncia voluntaria vigente desde el 20 de abril del 2015. Dichos contratos deben ser subidos a la plataforma del Ministerio de Relaciones Laborales, siendo un soporte de estabilidad para el trabajador y empleador de acuerdo a las cláusulas firmadas en el contrato bajo mutuo acuerdo por las partes interesadas.

- *Ministerio de Salud Pública*

El ministerio de salud es el encargado de hacer entrega del documento otorgado por la autoridad de Salud a los establecimientos sujetos de Control y Vigilancia Sanitaria, que cumplen con los requisitos, el trámite de renovación o por primera vez se puede realizar en la Dirección Provincial y en las áreas de salud más cercanas.

Los propietarios o representantes legales de los negocios deberán presentar una solicitud dirigida al titular de la Dirección Provincial de Salud, con su nombre, número de la cédula o del Registro Único de Contribuyentes (RUC); nombre o razón social o denominación del establecimiento; actividad que se realiza y la ubicación.

Las obligaciones que se deben cumplir es el pago de la patente en el departamento de control ambiental con el objetivo de que la farmacia sea catastrado y obtener el permiso ambiental definitivo.

Los requisitos a presentar para la obtención del permiso de funcionamiento de una farmacia son los siguientes:

- Solicitud al Sr. Director provincial de Salud
- Verificar la existencia de cupos en el área de salud en el desea instalar la farmacia
- Autorización para instalación, extendida por el señor director Provincial de Pichincha
- Plano del Local Escala 1:50 m
- Croquis de Ubicación del local
- Solicitud para el permiso de funcionamiento este puede ser obtenida sin costo en la página www.dpsp.gov.ec
- Planilla de inspección
- Record Policial (propietario)
- Licencia de Estupefacientes y Psicotrópicos emitidas por el Instituto Nacional de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez.
- Copia del título del químico o bioquímico farmacéutico (opción farmacia y Tecnología farmacéutica registrado en el ministerio de salud pública)
- Certificado de buenas prácticas de dispensación de medicamentos
- Contrato de trabajo con el químico farmacéutico en el que conste 20 horas mensuales.
- Copia del Ruc del establecimiento.
- Copia del certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud pública el cual tiene 1 año de validez
- Copia de cedula y papeleta de votación del propietario

- Copia del permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.
- *Cuerpo de bomberos*

Este permiso es otorgado una vez realizado la inspección para la obtención del permiso de funcionamiento el cual debe cumplir con las normas establecidas en forma específica en el manual contra incendios el cual regula a las farmacias para su correcto funcionamiento.

- Solicitud de inspección del local
- Informe favorable de la inspección
- Copia del RUC

El permiso de los bomberos se actualiza cada año. Las empresas de categoría dos y tres (de mayor riesgo) lo sacan como requisito previo para obtener la Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE). El trámite es gratuito. Según la normativa, en las empresas se debe colocar un extintor de 10 libras por cada 100 m² de espacio útil. Los componentes del dispositivo pueden ser CO₂, polvo químico seco, todo depende del proceso productivo que se realice. La red hídrica es un sistema necesario para las industrias que superan los 500 m² de extensión. Se encuentra conformada por una reserva de agua (cisterna), gabinetes y rociadores. Los rociadores se deben instalar en el subsuelo y en los espacios de almacenamiento. Estos se los coloca a una distancia de 4,5 metros cada uno. Una vez que se enciende la alerta de incendios estos se activan automáticamente.

- *Licencia única Anual de Funcionamiento (LUAE)*

La LUAE es un permiso otorgado por el municipio de Quito, que tiene un año de validez, sirve como constancia legal y de funcionamiento de una empresa, entre los requisitos para su obtención se encuentran los siguientes:

- Formulario único de Solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas – LUAE.
- Copia de RUC actualizado.
- Copia de Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y Papeleta de Votación de las últimas elecciones.
- Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo (cuando se requiera).
- Certificado Ambiental (cuando se requiera).

El proceso para obtener la LUAE puede iniciarse a través de la página web del Municipio de Quito o con la presentación del formulario impreso lleno y firmado en cualquiera de sus Administraciones Zonales.

2.2. Microambiente

2.2.1. Proveedores

Los proveedores son instituciones o personas certificadas con autorización para la distribución de medicamentos, Armstrong (2013) menciona que “Los proveedores constituyen un vínculo importante del sistema general de la red de entrega de valor de la empresa hacia el cliente. Brindan los recursos que la compañía necesita para producir sus bienes y servicios”. (p. 67) El proveedor influye directamente en la constitución de una organización debido a que es el encargado de proveer los

medicamentos a un precio accesible lo cual permite brindar al cliente, calidad a buen precio.

Los proveedores detallados en la tabla 2 se seleccionaron en base a la facilidad de pago en la entrega de medicamentos, con alta experiencia en el mercado de la farmacéutica, brinda variedad de productos a precios accesibles.

Los proveedores seleccionados brindan crédito en el pago de sus compras y un adicional como se detalla a continuación:

Tabla 2
Proveedores

PROVEEDORES	SERVICIO	PLAZO DE PAGO
Comfare	- Uso de nombre comercial	60 días plazo
Comercio	- Variedad de productos	
Farmacéutico	- Rapidez en entrega	60 a 65 días plazo
Quifatex	- Descuentos altos	
	- Certificación Arcsa: BPA	
	- Rapidez de entrega	60 días plazo
Difare	- Confiabilidad	
	- Certificación Arcsa: BPA	
	- Promoción de productos	
Química Ariston	- Descuentos altos	70 días plazo
	- Variedad de productos	
	- Certificación Arcsa: BPA	

Laboratorios Prophar S.A.	- Distribuidor de genéricos	
	- Descuentos altos	65 días plazo
	- Certificación Arcsa: BPA	

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

2.2.2. *Clientes*

Los clientes son el grupo de personas con necesidades de un bien o servicio. Los cuales, al recibir su requerimiento, intercambian su satisfacción mediante la entrega de un recurso monetario. Los clientes serán todas las personas sin distinción, tan solo con la necesidad de cuidar su salud. Kotler & Armstrong (2013) mencionan que, “los clientes son los participantes más importantes en el microentorno de la compañía. El objetivo de toda la red de entrega de valor consiste en servir a los clientes meta y crear relaciones sólidas con ellos”. (p. 69). Por este motivo es importante conocer al cliente con el que contará la empresa, el cliente es el pilar fundamental para que la farmacia se instale como tal brindando un servicio de calidad.

2.2.3. *Competencia*

Es importante conocer nuestra posible competencia, se concuerda con Amaru (2009) cuando manifiesta que “el emprendedor debe informarse sobre el número de competidores, alcance de sus canales de distribución, sus políticas de precios y sus ventajas competitivas” así como también “conocer a los proveedores de los competidores, lo que puede ayudar al emprendedor a identificar nuevas oportunidades y mantenerse informado sobre las tendencias” (p. 451)

De acuerdo con lo anteriormente mencionado, es indispensable conocer quiénes son la competencia – en caso de existir – así como su manejo en el sector, estrategias

de venta y atención al cliente con el fin de identificar y establecer la posibilidad de fundar un negocio similar en el sector. Entonces, al observarse que existe poca o nula competencia directa en el mercado escogido (Victoria Alta), esto viabiliza la creación de la farmacia en el sector.

2.2.4. Capacidad de compra

Hace referencia a la posibilidad que tiene el cliente de poseer recursos monetarios para la adquisición de un bien o servicio, mediante el uso de los recursos económicos las personas buscan satisfacer sus necesidades, como es el caso del cuidado en la salud de los miembros del hogar, dando inicio a la farmacia con el fin de proporcionar satisfacción en los requerimientos del cliente.

2.2.5. Identificación del cliente

En la identificación del cliente se puede determinar los beneficios que proporciona en el sector la formación de la farmacia, por esta razón la importancia que se da a este proyecto para el beneficio de los que conforman el proceso de distribución y consumo, debido a que, la farmacia es considerada como un negocio que expende productos de primera necesidad buscando el bienestar de los clientes.

2.3. Análisis situacional

Es importante conocer nuestro entorno obteniendo así las oportunidades y minimizando las amenazas que se presentan en el funcionamiento de una farmacia, en este punto se puede observar la segmentación del mercado y la estructura competitiva.

El análisis del ámbito interno es requerido para conocer las fortalezas y debilidades que posee la organización fomentando la estabilidad y el buen manejo de

la farmacia. Con base a estos dos puntos podemos elaborar la matriz FODA, la cual analiza los factores internos y externos que afectan y benefician a la organización.

2.3.1. Matriz FODA

Es importante realizar la matriz FODA, ya que de esta manera se puede conocer los problemas que tiene la organización permitiendo identificar cuáles son las fortalezas que mantiene la empresa, aprovechando lo positivo y corrigiendo lo negativo para mejorar y avanzar en el mercado.

Una de las metas que busca la empresa con el análisis FODA según Kotler & Armstrong (2013) “consiste en ajustar las fortalezas de la compañía con oportunidades atractivas en el entorno, y al mismo tiempo eliminar o superar las debilidades, así como reducir las posibles amenazas”. (p. 54)

Tabla 3
MATRIZ FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Personal capacitado • Correcta distribución del medicamento • Atención de calidad y personalizada • Buena organización administrativa • Calidad del producto • Ubicación adecuada 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de conocimiento del mercado • Poca capacidad de acceso a créditos • Mala distribución de medicamentos en los stands. • Publicidad y promoción • Poco conocimiento del sector
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Incremento del consumo de medicamentos • Necesidades de medicina cerca del lugar de residencia • Poca competencia • Convenios con entidades educativas cercanas • Crecimiento de la demanda en el sector 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de negociación con proveedores • Delincuencia en el sector • Competencia desleal • Aumento de precios en los productos • Distribución insuficiente.

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

Una vez realizado la matriz FODA se realiza la elaboración de un plan estratégico, esto hace referencia a la implementación de estrategias que mejoran el

manejo de la organización, mediante el cual se detalla las pautas requeridas en la creación del negocio en base a las siguientes estrategias: FA, FO, DA, DO.

Tabla 4

ESTRATEGIAS FODA

ESTRATEGIAS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	FO Max-Max	DO Min-Max
OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fidelizar al cliente con la creación de paquetes de descuentos bonificaciones e incentivos a la fuerza de ventas ➤ Realización de convenios con escuelas para los descuentos estudiantiles en medicamentos 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar promociones para dar a conocer el servicio prestado en el sector ➤ Conocer más el sector para incentivar al cuidado de la salud de las personas.
	FA Max- Min	DA Min-Min
AMENAZAS	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Establecer negociaciones con proveedores que faciliten la forma de pago ➤ Capacitación constante en atención al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Contar con proveedores confiables que ofrezcan productos a precios accesibles. ➤ Elaboración de estudios de mercado con el fin de conocer nuevas plazas de competencia

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

Mediante la elaboración de esta matriz se planifican estrategias con el fin de aprovechar las oportunidades, corregir las debilidades, afrontar las amenazas y mantener las fortalezas.

2.3.2. Diamante de Porter

El diamante de Porter sugiere que existen razones para que la empresa sea más competitiva en el mercado localizado, es decir, analiza factores que generan una ventaja competitiva como es la aplicación de una marca que distinga a la empresa de otras.

Con el fin de incrementar el nivel de vida de las personas del sector como pilar fundamental de la organización, se pretende atender al 100% de la población logrando estabilidad y fidelización de los clientes con una marca única como es +Q' Farmacia.

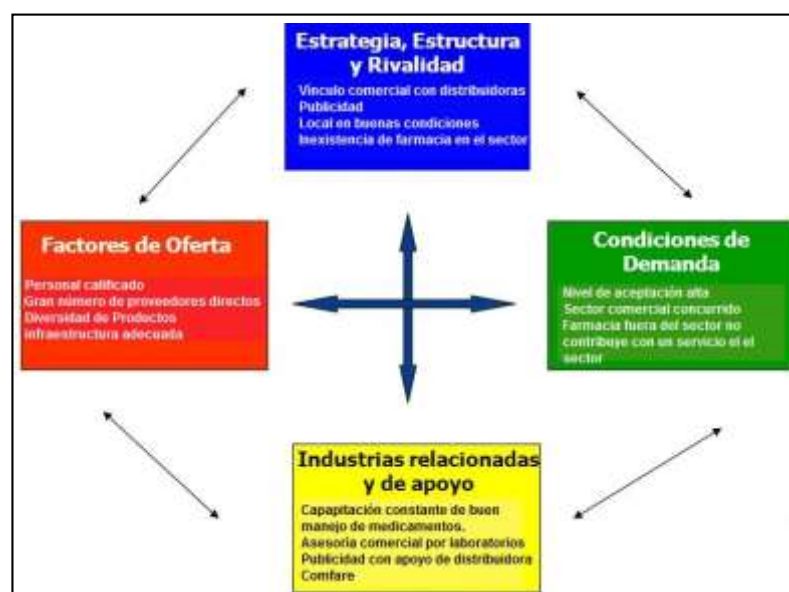


Figura 16 : Diamante de Porter + Q' Farmacia Elaborado por: Autor (2018)

Las fuerzas competitivas de Porter es una herramienta de gestión que permite medir el mercado y la intensidad de la competencia, Thompson & Gamble (2012) mencionan que esta herramienta “tiene que ver con competir de manera diferente

aplicando un distintivo que atraiga a los clientes y genere ventaja competitiva”. (p. 5), al realizar el análisis de estas fuerzas, la empresa se enfoca en la fuerza denominada competidores potenciales, debido a que, hace referencia a empresas que actualmente no son competidores directos, porque no realizan la misma actividad pero en un futuro podrían realizarlo, la organización debe tener cuidado con las barreras de entrada de nuevos competidores, ya que, esta fuerza nos demuestra que si la entrada al mercado es fácil de la misma manera existirá mayor amenaza o fácil entrada de nuevos competidores como es la creación de nuevas farmacias en el sector.

Para establecerse en el mercado como una entidad farmacéutica se debe conocer a los proveedores para realizar negociaciones que favorezca a la organización, esto es, el contacto con distribuidoras directas como Comfare que proporcionen medicina con rapidez y a precios accesibles para satisfacer las necesidades del cliente.

Aplicar el poder de negociación con los clientes hace referencia a las estrategias de descuentos o medios publicitarios usados para llamar la atención del cliente como en el caso de vitaminas promocionarlos con el 50% de descuento.

Con el objetivo de crear una ventaja competitiva la farmacia tiene acceso a proveedores directos como Difare, Quifatex y Comfare, mediante el cual se logra fortalecer a la organización.

Es importante conocer todas las debilidades para reducirlas y volverlas fortalezas y de la misma manera conocer nuestra amenazas para convertirlas en oportunidades mediante la elaboración de estrategias que fortalezcan a la organización.

2.3.3. Estrategias genéricas

Las estrategias genéricas son usadas como una forma de dar cumplimiento a los objetivos planteados en el proyecto, Porter (2008) menciona que “Estrategias genéricas son tácticas que permiten superar el desempeño de competidores en un sector, el éxito al implantar una estrategia genérica puede ser estrictamente necesario para obtener rendimientos aceptables. (p. 51) Las estrategias genéricas son: a) el liderazgo en costos que hace referencia a la capacidad de reducir costos mejorando el precio al consumidor, b) estrategia de enfoque se concentra en satisfacer con productos y/o servicios a segmentos bien definidos tomado de la población objetivo (muestra poblacional), y c) estrategia de diferenciación que hace referencia a brindar servicios o productos por los que el cliente esté dispuesto a pagar con un adicional que diferencie a las otras.

De acuerdo a las definiciones antes mencionadas la farmacia forma parte de la estrategia de diferenciación debido a que, pretende atender a la población brindando un valor adicional, como se menciona en esta estrategia, la diferencia en esta farmacia será entonces brindar atención en dos idiomas el kichwa y el castellano, mediante la comunicación directa el cual hace referencia a la comunicación diaria y constante con el cliente en los dos idiomas.

2.4. Conclusión de los capítulos

En la elaboración de estos dos capítulos, se identificó conceptos como farmacología que hace referencia a la mezcla de sustancias que ayudan a elaborar nuevos medicamentos, y la farmacia como un establecimiento de distribución rápida, se identifica al farmacéutico como el personal calificado para atender la farmacia y el

químico farmacéutico como el responsable profesional encargado de representar legalmente a la farmacia de acuerdo al requerimiento solicitado por el Arcsa ente controlador del ministerio de salud, estos conceptos nos permite identificar las diferencias entre cada definición y delegar responsabilidades de acuerdo a lo requerido en la farmacia. Se realizó el análisis de instituciones de control o entes reguladores que verifican la legalidad del proceso para la aprobación de la empresa, el Arcsa, Luae, Ministerio de salud, IEISS, entre otras, son las encargadas de regular dicho proceso. Por último, se elaboró la matriz FODA y sus estrategias para conocer aspectos positivos y negativos en el área administrativa de una farmacia.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Segmentación del Mercado

3.1.1. Segmentación Geográfica

- *Macro localización*

El proceso realizado se localiza en la República del Ecuador en la provincia de Pichincha cantón Quito, el cual cuenta con una superficie de 372.39 Km² y con una población de 1619146 habitantes. (Quito Listo, 2010)



Figura 17: Mapa del Ecuador (2014) Recuperado el día 28 de Junio del 2017

- *Micro localización*

La empresa se encuentra ubicada en el sector Victoria Alta de la parroquia Guamaní también denominada plan Victoria de la Administración zonal Quitumbe, el barrio cuenta con una población de 3115 habitantes, hasta el censo elaborado en el año 2010 (sthv.quito.gob.ec, 2010), con el cual se estima la población meta para la elaboración de la toma de datos.

3.1.2. Segmentación de mercado

Análisis Demográfico por edad

Sector Victoria Alta de la zona distrital Quitumbe

Tabla 5

Datos de la población sector Victoria Alta

POBLACIÓN POR EDAD	HOMBR ES	MUJ ER	TOT AL	%
Menor a 5 años	157	152	309	10%
Niños de 5 a 11	252	233	485	16%
Adolescentes de 12 a 18	242	208	450	14%
Jóvenes de 19 a 35	435	496	931	30%
Adultos de 36 a 64	380	420	800	26%
Tercera Edad de 65 y Más	56	84	140	4%
Total	1522	1593	3115	100%

Nota: adaptado de (sthv.quito.gob.ec, 2010)

Fuente: Elaboración propia

La población, de acuerdo al censo del año 2010, es de 3115 personas en toda la población de la Victoria Alta, la tabla 5 detalla la población por género y edades existentes en el sector, lo que permite obtener información para el cálculo del mercado potencial.

Datos de la población por nivel socio económico

De acuerdo al INEC 2010, la tasa económicamente activa presenta los siguientes resultados:

Tabla 6*Tasa económicamente activa por actividad de agricultura y ganadería*

Tasa económicamente activa por edad	Porcentaje de tasa Por sector	Porcentaje por actividad de agricultura / ganadería
15 a 18 años	5.1 %	0.5%
19 a 22 años	27.7 %	7.1 %
23 a 30 años	42.1 %	11.5%
31 a 65 años	24.6 %	13.7%
66 años en adelante	0.5 %	8.7%
Total	100 %	41.5 %

Nota: Fuente: tomado de ecuadorencifras.gob.ec/documentoweb (INEC, 2010)

3.2. Mercado Potencial

El mercado potencial hace referencia al conjunto de clientes que no consumen el producto, pero podrían llegar a adquirirlo, “es el constituido por la totalidad de los posibles usuarios de un producto totalmente nuevo en el mercado, no existiendo conocimiento ni actitud de compra hacia el mismo” (Quintana, 2014)

Tabla 7*Mercado Potencial*

POBLACIÓN POR EDAD	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	100 %
Jóvenes de 19 a 35	435	496	931	30 %
Adultos de 36 a 64	380	420	800	26 %

Tercera Edad de 65 y más	5 6	84	140	4%
Total	871	1000	1871	60 %

Nota: Fuente y elaboración propia

Para identificar el mercado potencial en la Tabla 7 se toma como referencia la población económicamente activa (Tabla 6) y el total de población (Tabla 5). De acuerdo a la investigación realizada, el INEC (2010) considera población económicamente activa a partir de los 15 años de edad.

Para este estudio de factibilidad se toma en cuenta a las personas desde los 19 años en adelante como base económicamente activa del sector por su mayor porcentaje de independencia y posibilidad de compra.

3.2.1. Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra se requiere algunos puntos importantes que se detalla a continuación:

- Nivel de confianza y margen de error

Es fundamental conocer el nivel de confianza para el cálculo de la muestra, Rodríguez (2008) menciona que “el nivel de confianza hace referencia a la probabilidad de que la estimación efectuada se ajuste a la realidad”, esto se da de acuerdo al nivel de aceptación registrado en la encuesta, en base a los porcentajes establecidos en la tabla 8 se observa en nivel de aceptación y rechazo representado en números para dar un valor calculable a cada porcentaje:

Tabla 8
Cálculo del nivel de confianza

Tabla de apoyo al calculo del tamaño de una muestra por niveles de confianza									
Certeza	95%	94%	93%	92%	91%	90%	80%	62.27%	50%
Z	1.96	1.88	1.81	1.75	1.69	1.65	1.28	1	0.745
Z²	3.84	3.53	3.28	3.06	2.86	2.72	1.64	1.00	0.55
e	0.05	0.06	0.07	0.08	0.09	0.10	0.20	0.37	0.50
e²	0.002	0.003	0.001	0.006	0.008	0.0	0.0	0.136	0.2

5 6 9 4 1 1 4 9 5

Nota: Fuente recuperado de (*Rodríguez, Salvador 2008*)

3.2.2. Mercado Objetivo

Mercado potencial * valor de la encuesta tabulada

$$1871 * 90\% = 1684 \text{ habitantes}$$

Valoración de la encuesta en base a la fórmula de la muestra con el fin de definir el número de encuestas

- N= número de compradores posibles
- p = probabilidad de aceptación en el mercado (dato obtenido de la encuesta)
- q = probabilidad de rechazo en el mercado (dato obtenido de la encuesta)
- z = nivel de confianza (Rodríguez, 2008)
- e = margen de error permitido
- n = Tamaño de la muestra

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{N * e^2 + z^2 * p * q}$$

$$e = 5\%$$

$$z = 1.96 \text{ (95\%)}$$

$$p = 90$$

$$q = 10$$

$$n = \frac{1.96^2 * 90\% * 10\% * 1684}{1684 * 0.05^2 + 1.96^2 * 90\% * 10\%}$$

$$n = 128 \text{ encuestas a realizar}$$

La fórmula desarrollada anteriormente es utilizada para el cálculo de la muestra en el proceso de investigación, de acuerdo al resultado obtenido se elaboró 128 encuestas, en la fórmula se usan varios datos como es el nivel de aceptación con el 90% y un 10% de posible rechazo, se utiliza el nivel de confianza que Rodríguez (2008) define como, “el nivel con el que se desea trabajar en una investigación”, de acuerdo la tabla 8.

3.2.3. Instrumento para recolección de datos.

- *Encuesta*

El diseño de recolección de datos se realiza con el objetivo de obtener información necesaria para conocer el nivel de aceptación que tiene la empresa en el sector de Victoria Alta de Guamaní, administración zonal Quitumbe, barrio Plan Victoria.

Se utilizó la encuesta en base a preguntas cerradas a escala Likert, que hace referencia a la herramienta de medición que permite calcular el grado de conformidad o rechazo del encuestado, y se estableció preguntas politómicas que es la selección de una respuesta entre varias alternativas.

3.2.4. Procesamiento y análisis de los resultados

Se procede a realizar la tabulación de la información con los datos obtenidos en el sector Victoria Alta de Guamaní, mediante el uso de tablas y figuras se representa los resultados obtenidos dando así un valor porcentual a cada respuesta, se elabora figuras representando los resultados obtenidos, y por último se realiza el análisis de resultados e interpretación de datos.

TABULACIÓN

1. ¿está dispuesto a adquirir medicamentos en una farmacia?

Tabla 9

Nivel de aceptación

Descripción	Variabla	Frecuencia
SI	115	90%
NO	13	10%
TOTAL	128	100%

Fuente: Elaboración propia (2018)



Figura 18: Nivel de Aceptación

Fuente y elaboración propia

De acuerdo al resultado de la figura 18 se observa un nivel de aceptación favorable debido a que la mayoría de los encuestados está dispuesto a adquirir medicamentos en una farmacia, con esto se puede observar la viabilidad de este proyecto y su nivel de aceptación.

2. ¿En qué lugar prefiere adquirir medicamentos?

Tabla 10

Preferencia de compra

Descripción	Variable	Frecuencia
Farmacia	88	69%
Centro Naturista	17	13%
Mercado	5	4%
Tienda	14	11%
Droguería	4	3%
Total	128	100%

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

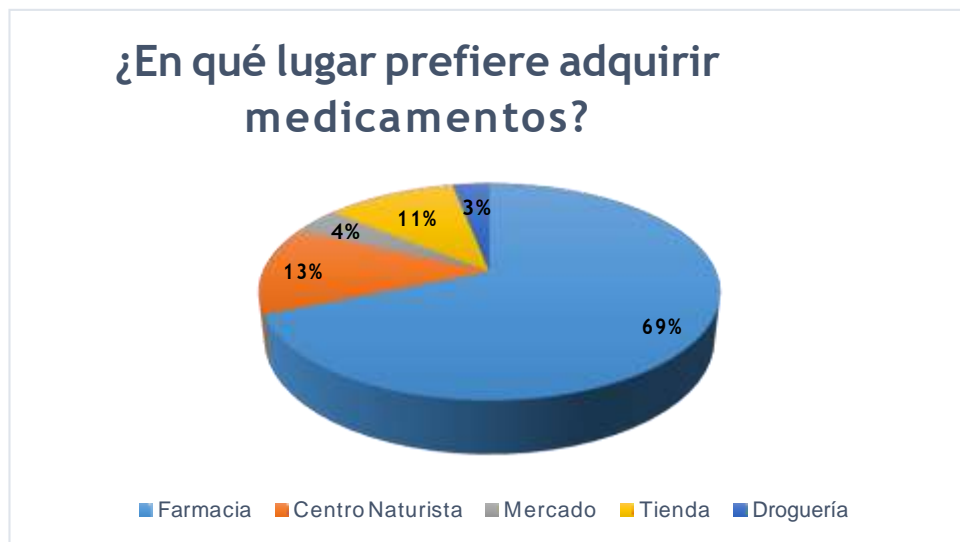


Figura 19: Preferencia de compra

Fuente y elaboración propia

Análisis: de acuerdo a la Figura 19, se puede observar que la mayoría de la población adquiere medicamentos en una farmacia, solo el 7% busca otros medios de adquisición, con este resultado advierte la importancia de una farmacia en el sector.

3. ¿Cómo considera la creación de una farmacia en su sector?

Tabla 11

Necesidad de una farmacia

Descripción	Variable	Frecuencia
Muy necesario	114	89%
Poco necesario	6	5%
Innecesario	8	6%
Total	128	100

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)



Figura 20: Necesidad de una farmacia

Fuente y elaboración propia

Análisis: en los resultados obtenidos en la Figura 20 se puede observar que la población encuestada considera necesaria la creación de una farmacia en el sector, mientras que un 11% de la población no lo considera necesario, estos resultados demuestran la importancia de constituir una farmacia en el sector de la Victoria Alta.

4. ¿Con qué frecuencia realiza compras en una farmacia?

Tabla 12

Frecuencia de compra

Descripción	Variabl e	Frecuenci a
Diariamente	69	54%
Semanalmente	35	27%
Quincenalment e	15	12%
Mensualmente	9	7%
Total	128	100%

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

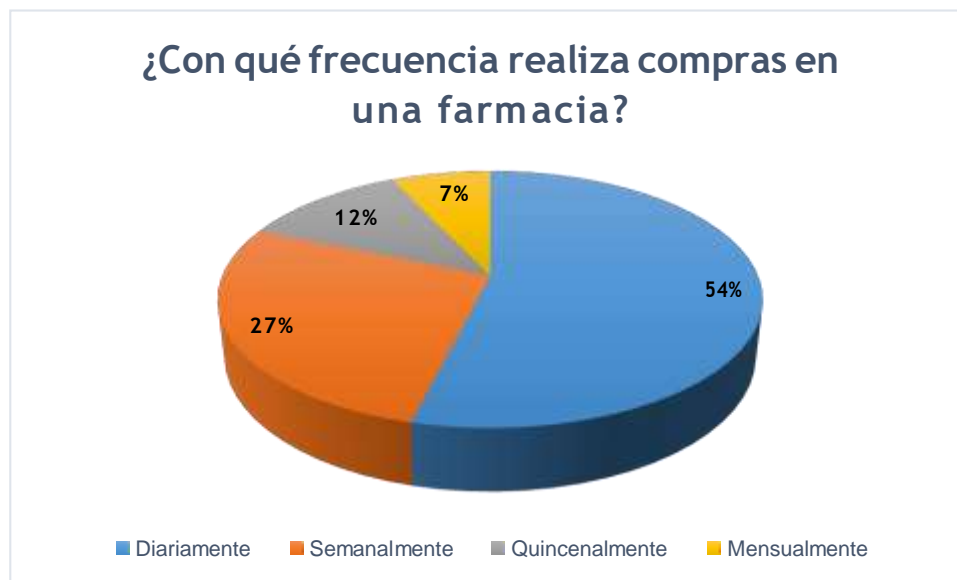


Figura 21: Frecuencia de compra

Fuente y elaboración propia

Análisis: en los resultados obtenidos en la figura 21 se observa que el 93% de la población realiza sus compras de manera diaria, semanal o quincenal, tan solo un bajo porcentaje menciona frecuentar la farmacia de manera mensual, con estos resultados se puede observar la frecuencia de compra permitiendo elaborar estimaciones de venta en el sector.

5. Al adquirir medicamentos lo que más le atrae es:

Tabla 13
Preferencia en el producto

Descripción	Variabl	Frecuenci
n	e	a
Calidad	47	37%
Precio	68	53%
Marca	13	10%
Total	128	100%

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

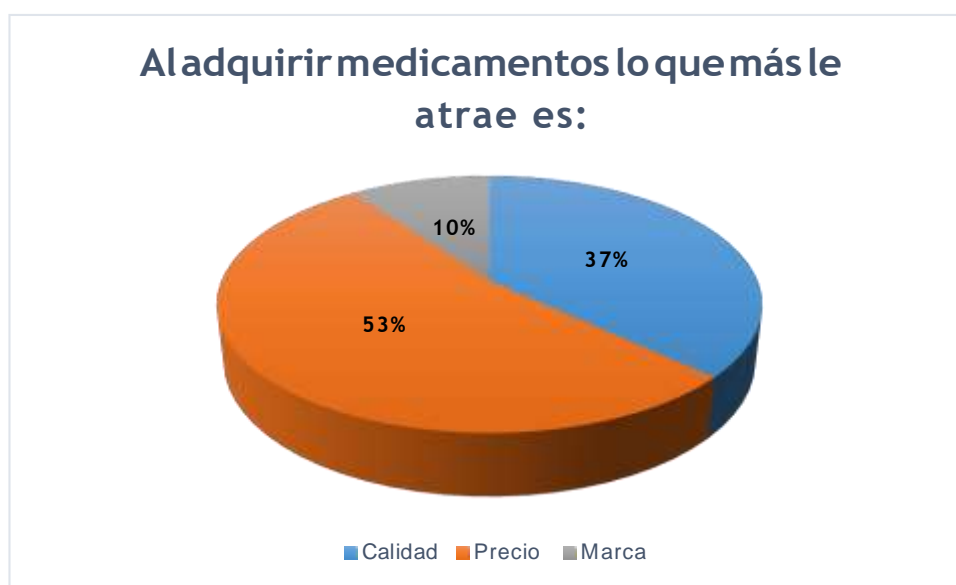


Figura 22: Preferencia en el producto

Fuente y elaboración propia

Análisis: En la figura 22 la mayoría de la población menciona adquirir medicamentos por el precio y la calidad del producto, mientras que un menor porcentaje de la población prefiere una marca en especial, con este resultado se observa que la mayoría de la población adquiere un medicamento en base al precio y la calidad.

6. ¿Al mes, cuánto gasta aproximadamente en la compra de medicamentos?

Tabla 14

Consumo mensual

Descripción	Variabl e	Frecuenci a
1 - 10 dólares	8	6%
11 - 20 dólares	11	9%
21 - 30 dólares	17	13%
31 - 40 dólares	69	54%
Más de 40 dólares	23	18%
Total	128	100%

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

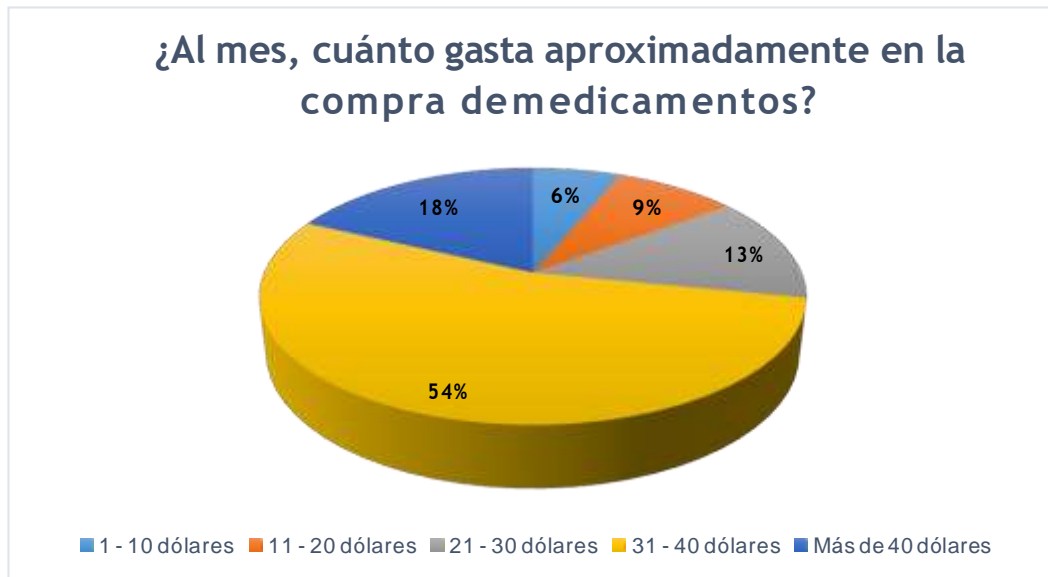


Figura 23: Consumo mensual

Fuente y elaboración propia

Análisis: en la figura 23 se observa que la mayoría de la población consume un promedio mensual en medicación de 31 dólares en adelante, mientras que un menor porcentaje indica que sus gastos no superan los 30 dólares, con estos resultados se elaboran los estimados de venta mensual para conocer los ingresos de la farmacia.

7. ¿Para adquirir sus medicamentos, en qué horario desearía que la farmacia atienda sus necesidades?

Tabla 15
Horario de atención

Descripción	Variabla	Frecuencia
n	e	a
8:00 a 19:00	5	4%
7:00 a 20:00	13	10%
8:00 a 21:00	17	13%
9:00 a 22:00	93	73%
Total	130	100%

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

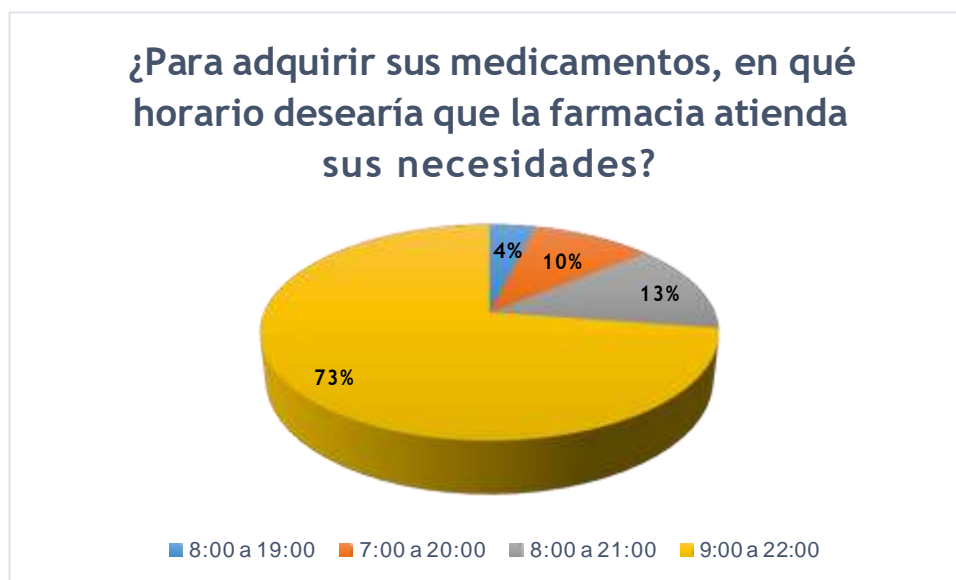


Figura 24: Horario de atención Fuente y elaboración propia

Análisis: Se puede observar en la figura 24 que la mayoría de la población prefiere una atención en el horario de 9:00 a 22:00, mientras que un bajo porcentaje de la población optan por el horario de 8:00 a 21:00, con el resultado obtenido se procura establecer un horario de atención a los clientes para brindar el servicio a todo el sector.

3.3. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA

3.3.1. Mercado al que va dirigido el servicio

El estudio va dirigido a todos los habitantes del sector Victoria Alta, generando beneficio social y contribuyendo al mejoramiento en atención de salud a los moradores del sector, para determinar esta demanda se utiliza el método de observación personal que Malhotra, (2008) define como el “observar de manera directa lo que sucede y no manipula la información solo detalla lo que observa permitiendo conocer las necesidades de un sector”, en base a la observación personal aplicando la técnica de la encuesta (pregunta1) se determina que los moradores de la Victoria Alta no tiene acceso a una farmacia propia del sector, la más cercana se encuentra ubicada en el sector centro de Paquisha haciendo difícil la adquisición de medicamentos por lo general en la noche, por lo que se determina que la farmacia mencionada no cumple con las expectativas de los moradores.

3.3.2. Descripción de la competencia

De acuerdo con la encuesta (pregunta1) no existe farmacia en el sector, la farmacia más cercana al barrio investigado se encuentra en Paquisha y lleva atendiendo según varios moradores del sector aproximadamente 8 años, Victoria Alta no cuenta con una farmacia en su sector por lo que se determina la factibilidad de un nuevo servicio con beneficio social y colaboración con el sector.

3.3.3. Demanda

Es importante conocer la demanda de un sector porque permite identificar competencias existentes y posibles clientes, Baca (2010) menciona que “La demanda

hace referencia a la cantidad de bienes o servicios que el mercado está dispuesto a adquirir para satisfacer las necesidades requeridas en un sector determinado”.

Pérez (2013:12) determina una fórmula para calcular la demanda de un sector en base a datos obtenidos de la encuesta realizada al mercado objetivo el cual se detalla a continuación: $Q = q * n * p$

Donde:

Q= demanda total del mercado. (Valor a obtener)

q = cantidad promedio de consumo en el mercado, se determina a través del trabajo en campo como: encuestas o estudios existentes. Tabla 11

$$q = 95 / 4 = 24$$

n= número de posibles compradores a través del resultado obtenido del mercado potencial.

$$n = 1871$$

p= precio promedio del producto en el mercado, información obtenida en las encuestas. preg. 6 encuesta (valor por producto en base al total mensual gastado)

$$p = 40/30 = 1.33$$

De los datos anteriores, la formula presenta los siguientes resultados:

$$Q = q * n * p$$

$$Q = 24 * 1871 * 1.33$$

$$Q = 59.872$$

De acuerdo a la investigación realizada podemos observar que el porcentaje de oferta con referencia a la competencia es del 0%, se realiza el cálculo correspondiente logrando obtener la demanda en el sector Victoria Alta.

Tabla 16

PIB

4.3.2 PRODUCTO INTERNO BRUTO POR INDUSTRIA (1) tasa de variación anual, porcentaje

Periodo / Industrias	Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	Acuicultura y pesca de camarón	Pesca (excepto camarón)	Petróleo y minas	Refinación de Petróleo	Manufactura (excepto refinación de petróleo)	Suministro de electricidad y agua	Construcción	Comercio	Alojamiento y servicios de comida	Transporte	Correo y Comunicaciones
2007	4.3	1.1	-3.9	-7.5	-2.9	4.1	17.1	1.0	0.2	2.1	2.0	12.3
2008	0.8	3.9	9.8	0.0	8.7	9.2	30.0	8.8	10.8	5.3	5.5	20.9
2009	2.9	3.2	-11.5	-0.3	4.2	-1.5	-10.0	2.8	-3.9	8.8	6.5	8.1
2010	0.7	7.7	-3.0	0.1	-14.5	5.1	34.5	3.4	3.4	4.2	2.1	12.8
2011	7.5	21.7	3.0	2.8	10.9	5.8	27.1	17.6	5.8	6.0	5.5	12.1
2012	-0.5	7.3	11.1	2.6	9.4	3.4	17.9	12.2	4.7	4.0	6.1	8.8
2013	6.4	9.1	7.9	2.9	-25.4	6.2	11.5	7.4	6.8	4.8	10.2	6.5
2014 (sd)	4.3	14.7	-2.9	6.3	-32.4	2.9	7.3	7.2	3.3	0.8	5.0	8.2
2015 (p)	3.1	20.7	-4.6	-1.7	-2.6	-0.8	6.4	-1.7	-0.8	-1.3	-2.1	-2.6
2016 (prel)	-0.8	9.3	6.3	1.6	45.4	-0.5	7.9	-8.9	-1.1	-5.9	0.1	-10.8

Nota: recuperado de PIB Banco Central modificado el día 10 de diciembre del 2017

La proyección de la demanda se basa en el incremento anual del PIB (Producto Interno Bruto) del sector comercial el cual contribuye con el 2.58% en el año 2017, el proceso realizado para determinar la demanda proyectada para 5 años se representa de la siguiente manera:

$$Df = Do(1 + i)^n$$

Donde;

df= demanda anual

i = tasa de inflación

n = año proyectado

- **Año 2018 La demanda es de 59. 872 para el periodo.**

- **Año 2019**

$$Do= 59.872$$

$$i= 2.58\%$$

$$N= 1$$

$$Df = 59.872 (1 + 0,0258)^1$$

$$Df = 61.417$$

- **Año 2020**

$$Do= 61.417$$

$$i= 2.58\%$$

$$N= 2$$

$$Df = 61.417 (1 + 0,0258)^2$$

$$Df = 64.627$$

- **Año 2021**

$$Do= 64.627$$

$$i = 2.58\%$$

$$N = 3$$

$$Df = 64.627 (1 + 0,0258)^3$$

$$Df = 69.759$$

- **Año 2022**

$$Do = 69.759$$

$$i = 2.58\%$$

$$N = 4$$

$$Df = 69.759 (1 + 0,0258)^4$$

$$Df = 77.242$$

- **Año 2023**

$$Do = 77.242$$

$$i = 2.58\%$$

$$N = 5$$

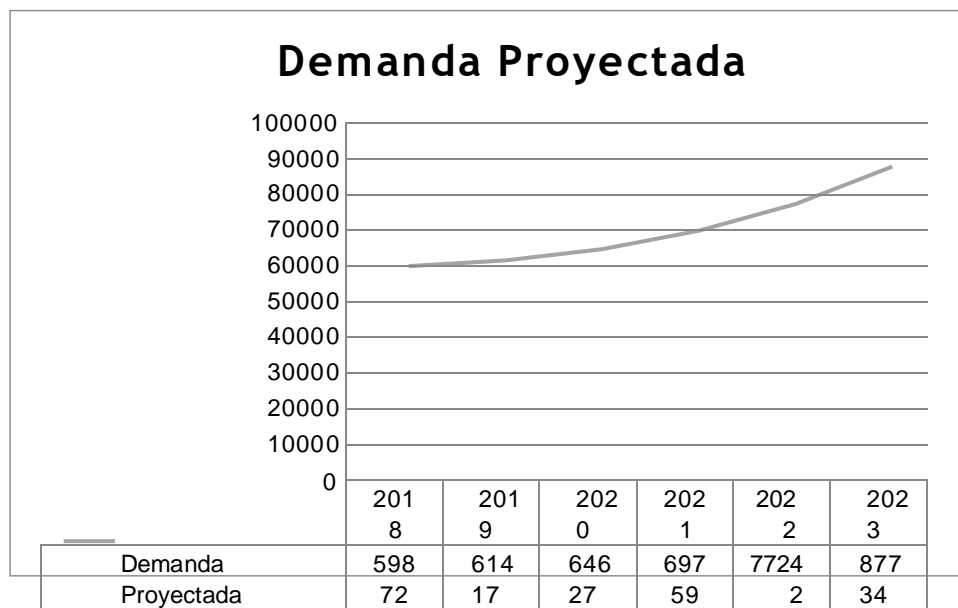
$$Df = 77.242 (1 + 0,0258)^5$$

$$Df = 87.734$$

Tabla 16*Proyección de la demanda*

Año	N	Demanda Proyectada	Variación promedio
2018	0	59.872	
2019	1	61.417	2.58%
2020	2	64.627	2.58%
2021	3	69.759	2.58%
2022	4	77.242	2.58%
2023	5	87.734	2.58%

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

**Figura 25:** Proyección de la demanda

Fuente y elaboración Propia

De acuerdo a la figura 25 se puede observar un incremento anual en la demanda, este resultado nos permite observar la rentabilidad que tiene el proyecto en el sector y los niveles de venta anual que proyecta la farmacia para satisfacer las necesidades del cliente.

Capítulo IV

4. MARKETING MIX

La implementación de las 4 P del marketing, denominada marketing mix, enfoca a la organización en procesos para el crecimiento de la empresa en el mercado competitivo buscando satisfacer necesidades de los clientes y a su vez la incorporación del producto en el mercado. Elaborar el correcto análisis del marketing mix logra establecer una fortaleza en el producto manteniendo una marca identificable y a su vez la fidelidad de los clientes. (Kotler & Armstrong, 2013)

Tabla 17
Población por etnias

Indígenas	Población según etnias	
	Afroecuatorianos – Negros	Mestizos
897	198	776

Nota: Tomado de (Quito Listo, 2010)

Elaboración Propia

De acuerdo al censo del 2010 se puede observar un incremento de personas indígenas en el sector, por este motivo la farmacia desea atender a sus clientes en su idioma con el fin de entregar un valor adicional en el medio competitivo, esto es implementando el idioma kichwa como medio de comunicación farmacéutica en el sector y otros medios como: promociones, descuentos, obsequios entre otros.

4.1. Producto

El producto de acuerdo al mercado farmacéutico radica en medicamentos de marca y genéricos, marcas reconocidas como Life y Bayer son las de distribución

masiva en todo el sector brindando satisfacción al cliente y confianza de un producto con control de calidad, mientras que al hacer referencia al medicamento genérico establecido como primordial en el estado ecuatoriano de gran renombre son los distribuidores Nifa encargados de la distribución y elaboración de medicamento genérico.

Los medicamentos serán adquiridos directamente a la distribuidora Comfare Comercio Farmacéutico Cía. Ltda., de esta manera se busca facilitar la adquisición de los productos con un mediador de los laboratorios o a su vez se puede adquirir el producto de manera directa con el laboratorio

4.1.1. Principales productos

Existe una gran variedad de productos farmacéuticos los cuales se detallan en el anexo 8.5

4.1.2. Nombre y logotipo

Para la identificación de la farmacia como entidad farmacéutica se solicita a Comfare el uso de la línea +Q' FARMACIA N° 16 como nombre comercial.



4.1.3. Políticas de la empresa

Con el objetivo de satisfacer las necesidades del cliente la farmacia opera con las políticas siguientes de información y atención:

- Brindad atención a las necesidades de los pacientes/usuarios y su entorno familiar.
- proporcionar la información necesaria al paciente/usuario, para el correcto uso de los productos distribuidos.
- Realizar un control mensual de inventario existente en la farmacia.
- Desarrollar un control diario de caja.

4.1.4. Valores corporativos

- *Lealtad*

Las personas que forman parte de la farmacia deben demostrar compromiso y respeto a los valores de la empresa.

- *Responsabilidad*

Hace referencia al cumplimiento de las funciones estipuladas como entidad farmacéutica, el compromiso hacia la sociedad de elaborar actividades de manera honesta para satisfacer las necesidades del cliente.

- *Liderazgo*

El compromiso diario de la persona encargada en influir de manera positiva en el trabajo en equipo con el fin de obtener resultados satisfactorios.

- *Toma de decisión*

Dar soluciones y actuar frente a situaciones en un tiempo determinado.

- *Excelencia en el servicio*

Brindar atención con agilidad, actitud positiva anticipando las necesidades del cliente en los requerimientos deseados.

- *Eficiencia*

El correcto manejo de medios y recursos utilizados para alcanzar las metas propuestas en la entidad farmacéutica, optimizando los recursos y tiempo disponible en atención personalizada.

4.1.5. Estrategia

- Exhibir variedad de productos en distintas marcas y presentaciones, debido a que gran cantidad de personas confían en marcas para el producto expresando sus características como es el caso de Chalver, Lamosan entre otros y en medicamentos genérico laboratorios Nifa.
- La farmacia se destacará por atender a las personas indígenas en su idioma natal mediante el cual se pretende dar mayor confianza en la distribución de los medicamentos en el sector.

4.2. Precio

Con respecto al precio se pretende realizar convenios con laboratorios para proporcionar a los clientes un precios accesible y acorde a su bolsillo, de esta manera se busca satisfacer las necesidades del cliente para consumir medicamento de calidad a precios bajos incrementando las ventas y compras con los proveedores, fomentando un círculo de distribución eficaz entre proveedor, farmacia y cliente.

4.2.1. Lista de precios

Se detalla a continuación la línea de productos, precio venta farmacia (PVF) con el respectivo porcentaje de descuento que ofrece la línea en el precio del PVP.

Tabla 18

Lista de precios por línea de producto

Línea de Producto	Descuento de la línea en base al PVP
Línea dermatológica	17 % de descuento
Línea de neurociencia	15 % de descuento
Línea general	20 % de descuento
Línea nutricional	8 % de descuento
Línea ginecológica	15 % de descuento
Línea antibiótica	22 % de descuento
Línea de aseo personal	15% de descuento

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

4.2.2. Estrategia

- Crear un paquete que incluyan descuentos bonificaciones e incentivos a la fuerza de ventas.
- Aplicar descuentos y promociones no acumulables en productos de baja rotación.
- Ofrecer créditos y descuentos mayores a entidades como centros educativos, centro de salud entre otros que mantengan una relación comercial constante.
- Realizar convenios con laboratorios para la adquisición de medicamentos a buen precio.

4.3. Plaza

Para la creación de la farmacia se enfoca en el sector Victoria Alta por la falta de servicio farmacéutico en el lugar considerando al barrio como un centro clave para la acogida del servicio.

4.3.1. Dirección

La instalación se encontrará ubicada en el barrio Victoria Alta, calle principal K, transversal J, por el cual existe un fácil acceso asfaltado.



Figura 26 Localización del establecimiento tomado de: googlemaps

El sector cuenta con ordenanza municipal, patente, permiso sanitario y todos los requerimientos necesarios para la instalación de una farmacia en el sector.

La plaza al que se requiere alcanzar con la instalación de la farmacia es el 100% de la población, por este motivo se debe tomar en cuenta la disponibilidad de recursos que en este caso es el local comercial con un aproximado de 45m², el cual será distribuido de manera estratégica para brindar un servicio de calidad a los clientes.

El uso de la tecnología es indispensable en la organización con el fin de tener un control claro de inventarios y bienes de la farmacia, se pretende llevar un registro estimado del número de personas atendidas en el día con el fin de proyectar a futuro la cantidad de medicamentos a adquirir para su distribución, es importante el uso de la tecnología siempre que sea de manera correcta logrando éxito en el medio.

4.3.2. Estrategia

- Realizar encuestas constantes que permitan la obtención de información para obtener datos de nuevas competencias en el sector.
- Diseñar un plan de mercadeo el cual permitirá tener una mayor participación en el mercado y un mayor reconocimiento.
- Elaborar un plan de mercadeo para mitigar las diferentes falencias de distribución estableciendo políticas de venta.

4.4. Publicidad

La publicidad de “ +Q’ FARMACIA” será mediante el método de publicidad "boca-oído", esto hace referencia a la comunicación realizada solo mediante comentarios y sugerencias entre las personas del sector dando a conocer a la organización como tal, el uso de volantes y publicidad directa como afiches y descuentos de compra son parte de la publicidad para la aceptación de la farmacia en el sector.

4.4.1. Estrategia

- Carnetizar a los clientes más destacados permitiendo descuentos en los productos adquiridos.
- En el mercado local realizar una serie de obsequios y regalos a los clientes en temporadas especiales como incentivos de compra.
- Elaboración afiches para presentación de la farmacia en el sector.
- Funda adicional con el logo de la entidad, con el fin de que los clientes puedan identificar a la farmacia

CAPITULO V

5. INGENIERÍA DEL PROYECTO

5.1. Infraestructura y distribución

La infraestructura y distribución se refiere al área donde se va a establecer el local y la distribución de espacios adecuados para la venta de medicamentos en la farmacia.

Tabla 19
Distribución de la Farmacia por m²

Detalle	Área	Extensión m ²
Área de Venta	Entrada de espera	10 m ²
	Atención al cliente	7 m ²
	Hall de distribución:	7 m ²
	Anaqueles	15 m ²
	Baño	2 m ²
Área administrativo	Caja	4 m ²
Total		45m²

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

A continuación la figura 27 muestra la distribución de los espacios establecidos en la farmacia.

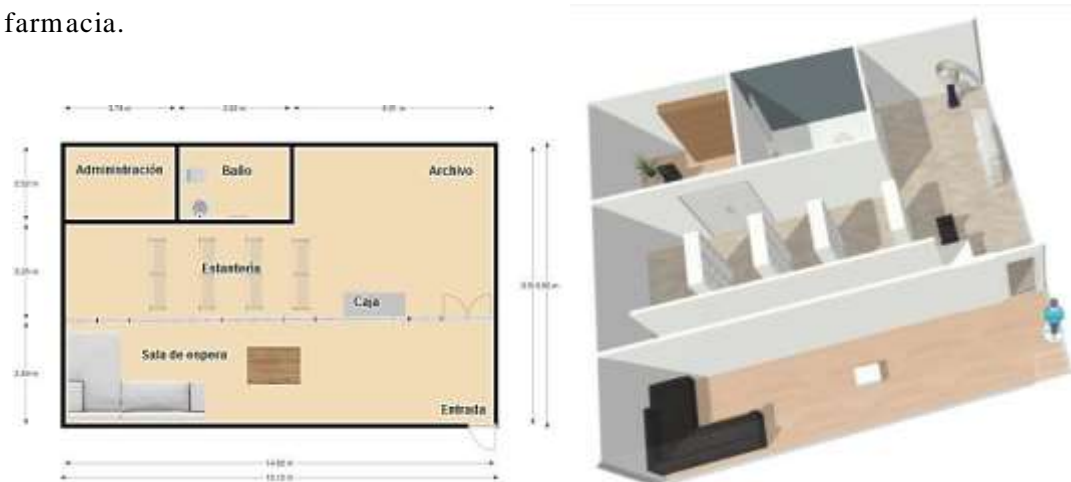


Figura 27: Distribución del local

Fuente y elaboración propia

5.2. Proceso del negocio y del servicio

La elaboración de un flujograma de proceso representa gráficamente las distintas operaciones que componen un procedimiento, estableciendo una secuencia cronológica de acuerdo al propósito que se realice en la organización. (Chiavenato, 1993)

Para este proceso se realiza dos organigramas:

- Compra y almacenamiento de los medicamentos (proveedor)
- Venta (cliente)

5.2.1. Diagrama de Procesos

- Compra a Proveedores

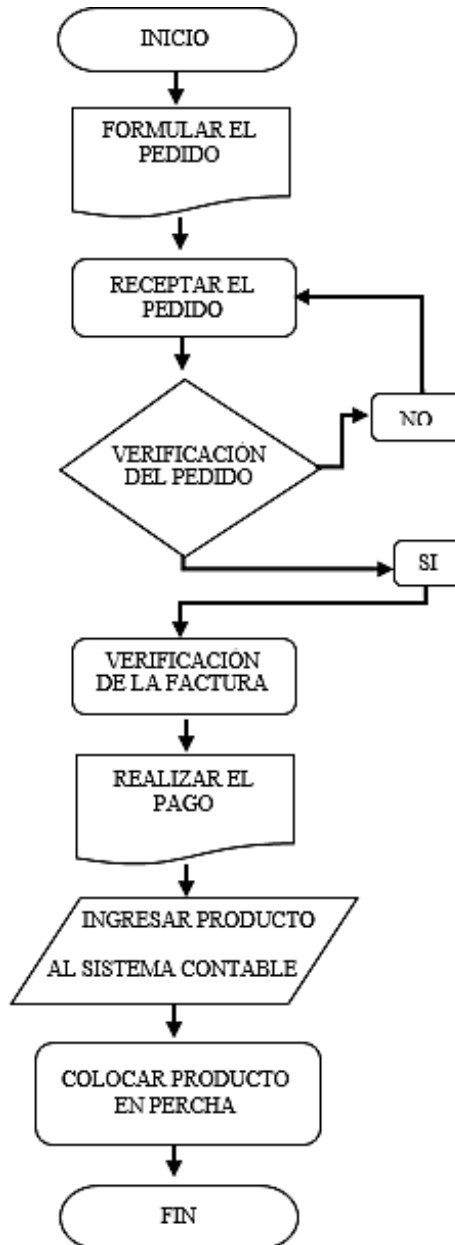


Figura 28: *Proceso de compra*

Fuente y elaboración propia (2018)

El flujograma se realiza con el fin de indicar el proceso realizado en la compra y almacenamiento de los productos en la farmacia buscando la correcta organización en el inventario para su fácil distribución.

- *Venta de medicamentos*

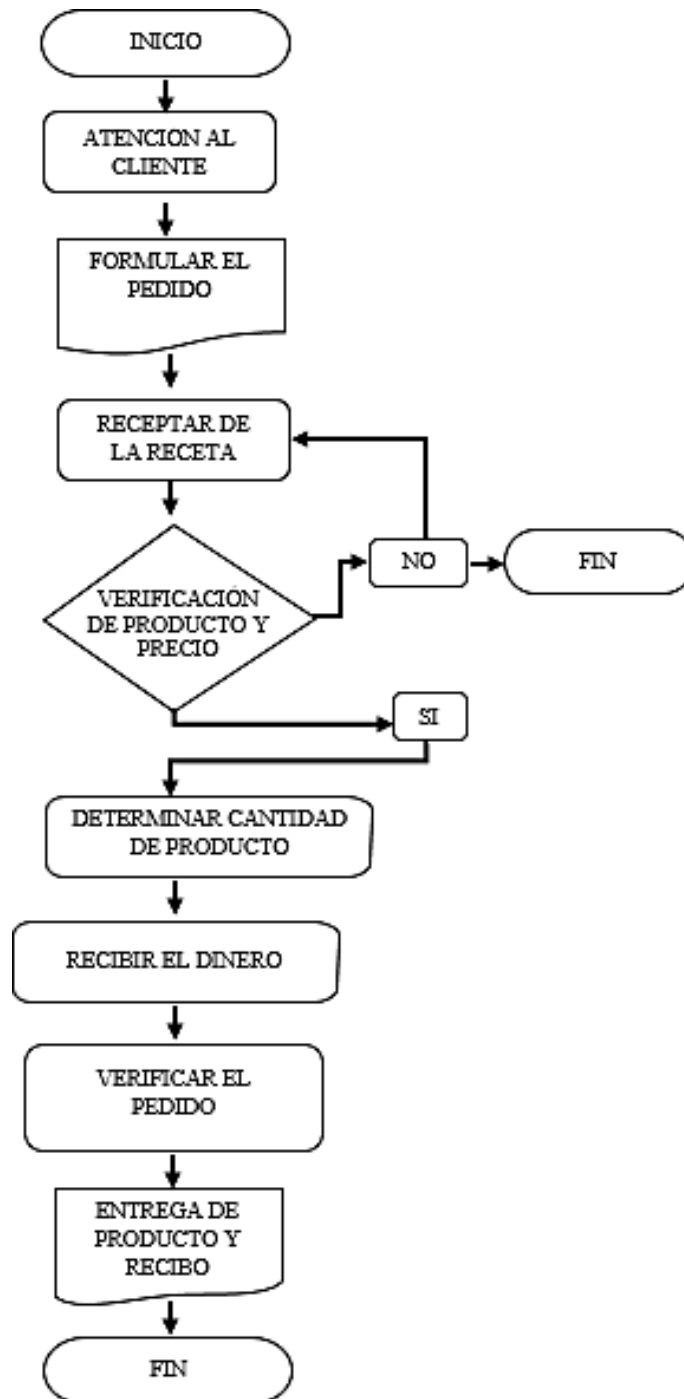


Figura 29 Proceso de Venta
Fuente y elaboración propia (2018)

El flujograma elaborado para el proceso de venta se basa en la atención del cliente desde la llegada a la farmacia hasta la salida de esta, buscando dar un servicio de calidad y atención personalizada.

5.3. Presupuesto Técnico

5.3.1. Inversión fija

Son las inversiones realizadas en bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de insumos o sirven de apoyo a la operación normal del proyecto. La empresa tiene la inversión más significativa que se encuentra en la adquisición de activos fijos ya que sin ellos no funciona. (Gitman, 2012)

Tabla 20
Activos fijos

RUBRO	VALOR
Equipo de Cómputo	\$ 1780,00
Equipo de Oficina	\$ 225,00
Muebles y Enseres	\$ 1095,00
Equipo de vigilancia	\$ 1245,00
TOTAL	\$4345.00

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

5.3.2. Inversión diferida

El activo diferido está comprendido por todos los activos intangibles de la empresa, que se caracterizan por “su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del Proyecto, no están sujetos a desgaste físico. Usualmente está conformada por Trabajos de investigación y estudios, gastos de organización y supervisión, gastos de puesta en marcha de la planta, gastos de administración, intereses, gastos de asistencia técnica y capacitación de personal, más imprevistos, gastos en patentes y licencias. (Baca, 2010)

Los Gastos de Constitución de la Empresa tienen los siguientes rubros:

Servicios Básicos

Dentro de los gastos generales se tiene la energía eléctrica, el agua potable, son todos los servicios que se incurrirán en la empresa.

Tabla 21
Servicios Básicos

Energía eléctrica	Costos
Agua potable	\$ 120.56
Luz eléctrica	\$ 180.01
TOTAL	\$ 300.57

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

Arrendamiento del local

Para poder realizar las actividades de la empresa se arrendará un local comercial, con características adecuadas, que permitan trabajar de manera satisfactoria.

Tabla 22
Arriendo

Arriendo Mensual	\$450.00	
	Porcentaje	Arriendo mensual
Área administrativa y venta	100 %	\$450.00
TOTAL		\$450.00

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

5.3.3. Gastos administrativos

Son, como su nombre lo indica, los gastos que provienen de realizar la función de administración en la empresa. Sin embargo, tomados en un sentido amplio, no sólo significan los sueldos del gerente o director general y de los

contadores, auxiliares, secretarias, así como los gastos generales de oficina. (Baca, 2010)

Sueldos administrativos

El personal administrativo lo conforman los detallados en el cuadro siguiente incluyendo beneficios sociales:

Tabla 23
Nómina Personal Administrativo

Nomina	Sueldo	13ro	14to	Vacación	Fondo de reserva	Aporte patronal	total	total anual
Dueño	375.00	31.25	32.17	15.63	-	41.81	495.85	5.950.25
TOTAL	375.00	31.25	32.17	15.625	0	41.81	495.85	5.950.25

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

Suministro de oficina

Es un gasto previsto en suministros de oficina que ayudan a las actividades administrativas.

Tabla 24
Suministro de oficina

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario
Papel bond	resma	5	4.20
Lápices	caja(12uni)	2	12.00
Bolígrafos	caja(12uni)	2	3.60
Borrador	paquete(24)	1	1.50
Reglas	Unidades	2	0.35
Saca grapas	Unidades	1	0.60
Archivadores	Unidades	3	2.95
Carpetas	block(12uni)	3	1.25
Clips	caja (100 uni)	2	0.45

Grapas	caja(500 uni)	2	1.00
Goma	Unidades	2	0.90
Tijera	Unidades	3	0.50
Resaltador	Unidades	3	0.80

Corrector	Unidades	2	0.50
Cinta scosh	paquete(10)	2	4.80
Sobre oficio	paquete(50)	1	8.50
Sobre manila	paquete(24)	1	7.50
Separadores	paquete(10)	5	1.00
Cuadernos	Unidades	3	1.60
Sacapuntas	Unidades	4	0.25
Tóner	Unidades	2	35.00
Almohadilla	Unidades	1	0.75
Tinta de almohadilla	Unidades	1	1.30
		53.00	91.30

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

5.3.4. Gastos de Venta

Son todos los valores relacionados con las ventas como son la nómina del área de ventas, en ocasiones el departamento o gerencia de ventas también es llamado de mercadotecnia. En este sentido vender no significa sólo hacer llegar el producto al intermediario o consumidor, sino que implica una actividad mucho más amplia. Mercadotecnia abarca, entre otras muchas actividades, la investigación y el desarrollo de nuevos mercados o de nuevos productos adaptados a los gustos y necesidades de los consumidores. (Baca, 2010)

Tabla 25
Nómina departamento de Ventas

Nómina	sueldo
Farmacéutico	500.00
Bioquímico	407.29
Total	620.00

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

Nota: el bioquímico percibe el valor de su trabajo por horas en base al salario sectorial, estructura ocupacional B1, código IESS final 2110000000005 por 407.29 como base para este cálculo. Debido a que el bioquímico labora 70 horas al mes se contrata al bioquímico con el rubro de 120.00 mensual para representar a la farmacia.

5.3.5. Depreciaciones

La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él. Cuando un activo es utilizado para generar ingresos, este sufre un desgaste normal durante su vida útil que el final lo lleva a ser inutilizable se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos. (Baca, 2010)

5.3.6. Depreciación total de los departamentos

De acuerdo al equipamiento requerido por departamentos, su vida útil y porcentaje de depreciación detallado en el SRI art. 28 gastos generales deducibles; se procede a elaborar el cálculo de depreciación total y su proyección para años posteriores

Tabla 26
Anexo de depreciación

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ÁREA ADMINISTRATIVA	465.00	465.00	465.00	498.80	498.80
ÁREA DE VENTA	384.83	384.83	384.83	942.68	415.73
TOTAL	849.83	849.83	849.83	1.441.49	914.53

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

Por lo tanto, la depreciación es la pérdida del valor de un bien y solo se aplica a los activos fijos (Edificios, Maquinaria, Muebles, Equipos, etc.) ya que pierden su valor ya sea por el uso o por la obsolescencia.

Hay que tomar en cuenta que los activos fijos se deprecian:

Tabla 27
Tabla de Vida Útil

Detalle	Vida Útil
Equipo de Oficina	10 años

Muebles y Enseres	10 años
Equipo de Computo	3 años
Equipo de vigilancia	10 años
Herramienta	2 años
Vehículo	5 años
Edificio y Construcciones	20 años
Solo Construcciones	10 años

Fuente: elaboración Propia (2018)

5.4. Capital de Trabajo

Se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces, debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar crédito en las primeras ventas y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa. Todo esto constituiría el activo circulante. (Baca, 2010)

Para el cálculo de la amortización se procede a tomar los documentos amortizables indicados a continuación en la tabla 26:

Tabla 28

Amortizaciones

Amortizaciones	Inv. diferida
Estudio Técnico	600.00
Registro sanitario	200.00
Ordenanza Municipal	35.00
Permiso de bomberos	30.00
Permiso del ARCSA	45.00
	910.00

/
5

182.00

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

La fórmula para calcular el capital de trabajo es la siguiente:

Capital de trabajo

$$= \frac{\text{costos y gastos} - (\text{depreciaciones} + \text{amortizaciones})}{365} \times \text{período de desfase}$$

$$\text{Capital de trabajo} = \frac{124.506,36 - (849,83 + 182,00)}{365} \times 30$$

$$\text{Capital de trabajo} = 10.148,59$$

5.4.1. Inversión del proyecto

Indica la inversión a usarse para la elaboración de la empresa y observar así la rentabilidad.

Tabla 29

Inversión Total del proyecto

inversión fija		4.345.00
Área administrativa		2.480.00
Equipo de oficina	75.00	
Equipo de computo	930.00	
Muebles y enseres	230.00	
Equipo de vigilancia	1.245.00	
Área de ventas		1.865.00
Equipo de oficina	150.00	
Equipo de computo	850.00	
Muebles y enseres	865.00	
Inversión diferida		910.00
Estudio Técnico	600.00	
Registro sanitario	200.00	
Ordenanza Municipal	35.00	
Permiso de bomberos	30.00	
Permiso del ARCOSA	45.00	
Capital de trabajo		10.148.59
Total		15.403.59

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

5.5. Financiamiento

El financiamiento es el mecanismo por medio del cual una persona o una empresa obtienen recursos para un proyecto específico que puede ser adquirir bienes y servicios, pagar proveedores, etc. Por medio del financiamiento las empresas pueden mantener una economía estable, planear a futuro y expandirse.

Tabla 30
Financiamiento

Detalle	recursos propios	crédito	Total
I. Inversión fija		4.345.00	4.345.00
II. Inversión diferida	910.00	0	910.00
III. Capital de trabajo	4.493.59	5.655.00	10.148.59
Total	5.403.59	10.000.00	15.403.59
Porcentaje	35.08%	64.92%	100%

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

5.5.1. Crédito y Tabla de Amortización

El término amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión. (Baca, 2010)

Tabla 31
Condiciones de Crédito

Datos del Préstamo	
Monto:	10.000.00
Interés anual:	11.50%
Tasa interés semestral:	5.75%
Plazo años:	5
Cooperativa de ahorro y Crédito Kullki Wasi	
Forma de pago:	Semestral
Tipo de crédito	Microcrédito

TABLA DE AMORTIZACIÓN MÉTODO FRANCÉS-ALEMÁN

Periodo	Interés	cuota fija	amortización	saldo de capital
0				10.000.00
1	575.00	1.342.63	767.63	9.232.37
2	530.86	1.342.63	811.77	8.420.60
3	484.18	1.342.63	858.45	7.562.15
4	434.82	1.342.63	907.81	6.654.34
5	382.62	1.342.63	960.01	5.694.33
6	327.42	1.342.63	1.015.21	4.679.12
7	269.05	1.342.63	1.073.58	3.605.54
8	207.32	1.342.63	1.135.31	2.470.22
9	142.04	1.342.63	1.200.59	1.269.63
10	73.00	1.342.63	1.269.63	0.00

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

5.6. Proyección de Costos y Gastos

Tabla 32

Tabla de costos y gastos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo de venta	124.506.3	146.981.8	162.280.8	183.545.4	204.151.8
	6	6	3	3	8
Gastos operacionales	124.506.3	146.981.8	162.280.8	183.545.4	204.151.8
	6	6	3	3	8
Gastos administrativos	60.614.17	71.146.12	75.085.89	84.535.38	94.313.95
Gastos de venta	63.892.20	75.835.74	87.194.94	99.010.05	109.837.93
Total de costos y gastos	124.506.3	146.981.8	162.280.8	183.545.4	204.151.8
	6	6	3	3	8

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

5.6.1. Ingresos por venta y proyección

Es aquel presupuesto que permite proyectar los ingresos que la empresa va a generar en cierto periodo de tiempo. Para poder proyectar los ingresos de una empresa es necesario conocer las unidades a vender, el precio de los productos y la política de ventas implementadas.

Tabla 33
Proyección anual

PROGRAMA DE VENTA ANUAL			
Año	Porcentaje de capacidad utilizada	Mercadería estimada total	Línea de producto
1	50%	48000	dermatológica
2	60%	57600	neurociencia
3	70%	67200	antigripal
4	80%	76800	nutricional
5	90%	86400	ginecológica
			antibiótica
			aseo personal

INGRESOS POR VENTA					
Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Monto vendido	48000	57600	67200	76800	86400
Dermatológico-Neurociencia	3300	3960	4620	5280	5940
Antigripal	15000	18000	21000	24000	27000
Nutricional	7800	9360	10920	12480	14040
Ginecológico	5000	6000	7000	8000	9000
Antibiótico	8000	9600	11200	12800	14400
Aseo personal	8900	10680	12460	14240	16020
Costo unitario de venta		2.59	2.55	2.41	2.39
% de utilidad	15%	0.39	0.38	0.36	0.36
Precio unitario de venta		2.98	2.93	2.78	2.75
Total ingresos por venta		143.182.	169.029.	186.622.	211.077.
		32	14	95	25

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

5.7. Balance General

Activo, para una empresa, significa cualquier pertenencia material o inmaterial; pasivo significa cualquier tipo de obligación o deuda que se tenga con terceros.

Capital significa los activos, representados en dinero o en títulos, que son propiedad de los accionistas o propietarios directos de la empresa.

La igualdad fundamental del balance:

$$\text{Activo} = \text{Pasivo} + \text{Capital}$$

Tabla 34*Balance de situación inicial*

Balance de situación inicial				
ACTIVO			PASIVO	
CORRIENTE		10.148.59	CORRIENTE	1.579.40
caja/banco	10.148.59		PASIVO FIJO	8.420.60
ACTIVO FIJO		4.345.00	Total de pasivo	10.000.00
Área administrativa	2.480.00		PATRIMONIO	
equipo de oficina	75.00		O	
equipo de computo	930.00		Capital	5.403.59
Muebles y enseres	230.00		Total	5.403.59
Equipo de Vigilancia	1.245.00		Patrimonio	
Área de venta	1.865.00			
equipo de oficina	150.00			
equipo de computo	850.00			
Muebles y enseres	865.00			
ACTIVO DIFERIDO		910.00		
Estudio Técnico	600.00			
Registro sanitario	200.00			
Ordenanza Municipal	35.00			
Permiso de bomberos	30.00			
Permiso del ARCSA	45.00			
Total de activos		15.403.59	total pasivo + patrimonio	15.403.59

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

5.8. Estado de Resultados

El estado de resultados muestra, un resumen de los resultados de operación de un negocio concernientes a un periodo de operaciones. Su objetivo principal es medir u obtener una estimación de la utilidad o pérdida periódica del negocio, para permitir al analista determinar qué tanto ha mejorado dicho negocio durante un periodo de tiempo generalmente un año, como resultado de sus operaciones.

Tabla 35*Estado de resultados*

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
+ Ventas Netas	143.182.32	169.029.1 4	186.622.9 5	211.077.2 5	234.774.6 6	
- <u>Costo de Venta</u>	9.600.00	11.520.00	13.440.00	15.360.00	17.280.00	
= Utilidad Bruta en Ventas	133.582.32	157.509.1 4	173.182.9 5	195.717.2 5	217.494.6 6	
- <u>Gastos Operacionales:</u>	124.506.36	146.981.8 6	162.280.8 3	183.545.4 3	204.151.8 8	
<u>Gastos Administrativos:</u>	60.614.17	71.146.12	75.085.89	84.535.38	94.313.95	
<u>Gastos de Ventas:</u>	63.892.20	75.835.74	87.194.94	99.010.05	109.837.9 3	
= Utilidad Operacional	9.075.95	10.527.28	10.902.12	12.171.81	13.342.78	
- Gastos Financieros	1.105.86	.919.01	710.05	476.37	215.04	
= Utilidad Antes de Participaciones	7.970.09	9.608.27	10.192.08	11.695.45	13.127.74	
- 15% de Participaciones	1.195.51	1.441.24	1.528.81	1.754.32	1.969.16	
= Utilidad Antes de Impuesto a la Renta	6.774.58	8.167.03	8.663.26	9.941.13	11.158.58	
- 25% de Impuesto a la Renta	1.693.64	2.041.76	2.165.82	2.485.28	2.789.64	
= Utilidad Neta	5.080.93	6.125.27	6.497.45	7.455.85	8.368.93	

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)**5.9. Flujo de Efectivo**

El estado de flujos de efectivo es el estado financiero básico que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación. Un Estado de Flujos de Efectivo es de tipo financiero y muestra entradas, salidas y cambio neto en el efectivo de las diferentes actividades de una empresa durante un período contable, en una forma que concilie los saldos de efectivo inicial y final. (Baca, 2010)

Tabla 37
Flujo de efectivo

FLUJO DE EFECTIVO DEL INVERSIONISTA						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A. FLUJO DE BENEFICIO						
DETALLE						
Ingresos por ventas	0	143.182,32	169.029,14	186.622,95	211.077,25	234.774,66
Valor residual del activo fijo	0	0,00	0,00	0,00	0,00	1.318,03
Recuperación capital de trabajo	0	0,00	0,00	0,00	0,00	10.148,59
Total flujo de beneficio	0	14.3182,32	169.029,14	186.622,95	211.077,25	246.241,29
B. FLUJO DE COSTOS						
Inversión fija	4.345,00	0,00	0,00	0,00	1.974,09	0,00
Inversión diferida	910,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Capital de trabajo	10.148,59	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos operacionales(*)	0	119.336,53	141.812,03	157.110,99	177.783,95	198.917,35
Gastos financieros	0	1.105,86	919,01	710,05	476,37	215,04
Total flujo de costos	15.403,59	120.442,39	142.731,03	157.821,04	180.234,41	199.132,39
A-B FLUJO ECONOMICO	-15.403,59	22.739,93	26.298,10	28.801,91	30.842,84	47.108,99
+ crédito bancario	10.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Amortización crédito	0	1.579,40	1.766,26	1.975,22	2.208,90	2.470,22
15% participación trabajadores	0	1.195,51	1.441,24	1.528,81	1.754,32	1.969,16
25% impuesto a la renta	0	1.693,64	2.041,76	2.165,82	2.485,28	2.789,64
= Flujo Financiero	-5.403,59	18.271,36	21.048,85	23.132,06	24.394,35	39.879,86

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

5.10. Tasa mínima aceptable de rendimiento

Cuando el capital necesario para llevar a cabo un proyecto es aportado totalmente por una persona física, esa persona siempre tiene en mente una tasa mínima de ganancia sobre la inversión propuesta, llamada tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR). La referencia para que ésta tasa sea determinada es el índice inflacionario. Sin embargo, cuando un inversionista arriesga su dinero, para él no es atractivo mantener el poder adquisitivo de su inversión, sino más bien que ésta tenga un crecimiento real; es decir, le interesa un rendimiento que haga crecer su dinero más allá que compensar los efectos de la inflación

Tabla 36
Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

DETALLE	MONT O	PORCENTAJ E	TASA/INTERÉ S	CPPC
Recursos propios	5.403.59	35.08%	7.58	2.66%
Préstamo	10.000.00	64.92%	4.96	3.22%
	15.403.59	100%	12.54	5.88%

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

5.11. Cálculo del VAN

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual todos los flujos de caja futuros o en determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Dicha tasa de actualización o de descuento es el resultado del producto entre el coste medio ponderado de capital y la tasa de inflación del periodo. Existen criterios para la toma de decisiones:

- VAN > 0 resultado positivo, indicará que el proyecto proporciona esa cantidad remanente o adicional por sobre lo exigido.
- VAN < 0 Cantidad que falta para que el proyecto rente lo exigido.
- VAN = 0 Entrega el rendimiento que el proyecto exige La necesidad de actualización se presenta en la medida en que se tiene que comparar los valores monetarios en el tiempo, es decir, se requiere medir los “cambios” entre gastos presentes e ingresos futuros.

Dónde:

- VAN = Valor actual neto
- Io = Inversión inicial
- FNF = Flujo neto financiero
- I = Tasa mínima de rendimiento aceptable
- n = Tiempo de vida útil

Cuya fórmula se representa:

$$VAN = I_0 + \frac{FNF_n}{(1+i)^n} + \frac{FNF_n}{(1+i)^n} + \frac{FNF_n}{(1+i)^n} + \frac{FNF_n}{(1+i)^n} + \frac{FNF_n}{(1+i)^n}$$

5.11.1. Cálculo de VAN

$$VAN = -540359 + \frac{18.271,36}{(1+0.142)^1} + \frac{21.048,85}{(1+0.142)^2} + \frac{23.132,06}{(1+0.142)^3} + \frac{34.394,35}{(1+0.142)^4} + \frac{39.879,86}{(1+0.142)^5}$$

$$VAN = 841.867.08$$

Análisis

Factibilidad que tiene este proyecto debido a que de acuerdo a los resultados elaborados podemos ver valores mayores a 0 lo que indica la rentabilidad para la creación de la farmacia.

5.12. Cálculo del TIR

Es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto. Es una medida utilizada en la evaluación de proyectos de inversión que está muy relacionada con el Valor Actualizado Neto (VAN).

También se define como el valor de la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, para un proyecto de inversión dado, nos da una medida relativa de la rentabilidad, es decir, va a venir expresada en tanto por ciento. El principal problema radica en su cálculo, ya que el número de periodos dará el orden de la ecuación a resolver. Para resolver este problema se puede acudir a diversas aproximaciones, utilizar una calculadora financiera o un programa informático.

$$\mathbf{TIR} = i_1 + (i_2 - i_1) + \frac{VAN\ 1}{VAN\ 1 + VAN\ 2}$$

$$\mathbf{TIR} = 351.94\%$$

Nos indica la rentabilidad de la empresa de acuerdo al análisis realizado con el VAN por esta razón podemos observar que este proyecto tiene gran rentabilidad en el mercado competitivo.

5.13. Costo Fijo y Costo Variable para el punto de Equilibrio

El costo fijo hace referencia a todos los costos que mantiene la farmacia de manera constante como es el arriendo y salarios que son rubros que se mantienen en todo tiempo, mientras que el costo variable hace referencia a aquellos costos que varían de un periodo a otro como puede ser la publicidad y los gastos de presentación.

Tabla 37

Costo Fijo y Variable para el cálculo del punto de equilibrio

Detalle	cuota Fija	Cuota Variable	Costo total
COSTOS DIRECTOS			0.00
Gastos Operacionales			0.00
Gastos Administrativos	60.614.17		60.614.17
Útiles de oficina			0.00
Servicios Básicos			0.00
Gasto de Venta	58.364.00		58.364.00
Suministro de oficina		8.20	8.20
Publicidad		2.880.00	2.880.00
Presentación		2.640.00	2.640.00
Gastos Financieros	1.105.86		1.105.86
TOTAL	120.084.02	5.528.20	125.612.2

2

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

Punto de equilibrio monetario

Punto de equilibrio cantidad

$$PE\$ = \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Totales}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PEQ = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Precio Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$PE\$ = \frac{120.084,02}{1 - \frac{5.528,20}{143.182,32}}$$

$$PEQ = \frac{120.084,02}{2,98 - 0,12}$$

$$PE\$ = 124.906,61$$

$$PEQ = 41.873,31$$

5.14. Costos

Tabla 38
Costos

Periodo de Venta Unit	Cantidad	Ingreso Total	Costos Fijos	Costo Variable Unitario	Costo Variable Total	Costo Total
2.98	0	0	120.084.02	0.12	0.00	120.084.02
2.98	50000	149.148.25	120.084.02	0.12	5.758.54	125.842.57
2.98	41873	124.906.61	120.084.02	0.12	4.822.58	124.906.61
2.98	120000	357.955.79	120.084.02	0.12	13.820.50	133.904.52
2.98	150000	447.444.74	120.084.02	0.12	17.275.63	137.359.65

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

5.15. Gráfico del punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el gráfico que permite conocer cuántas unidades se debe vender para generar una utilidad y desde cuántas unidades vendidas la farmacia es rentable, el punto de equilibrio es el lugar en el cual los ingresos totales son igual al costo total es decir el punto de actividad donde no se tiene pérdida ni ganancia.

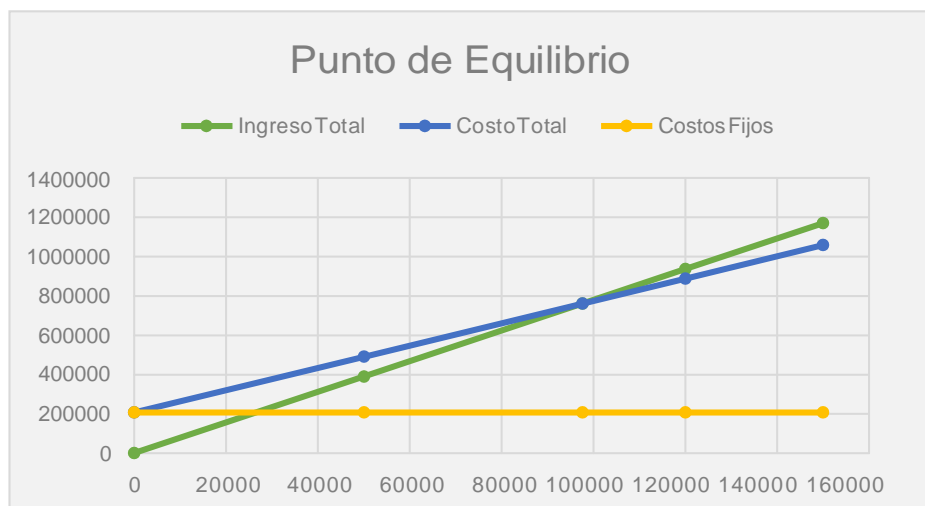


Figura 30: Grafico del Punto de Equilibrio

Fuente y elaboración Propia (2018)

5.16. Período de Recuperación

Es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

Tabla 39
Periodo de Recuperación

PERIODO DE RECUPERACION		
Año	Flujo	Saldo Acumulado
0	-144.355.08	-144.355.08
1	162.990.82	18.635.74
2	213.291.82	231.927.56
3	271.517.32	503.444.88
4	324.964.30	828.409.18
5	585.271.40	1.413.680.58

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{(d)}$$

PRI = 28 meses 30 días

$$\square\square\square = \square + \frac{(\square - \square)}{(\square)}$$

$$\square\square\square = \square\square \square\square\square\square\square \square\square \square í \square\square$$

5.17. Relación Beneficio – Costo

El costo-beneficio es una lógica o razonamiento basado en el principio de obtener los mayores y mejores resultados, tanto por eficiencia técnica como por motivación. Es un planteamiento formal para tomar decisiones.

El análisis beneficio/costo tiene las siguientes consideraciones:

- $B/C = 1$ El proyecto es indiferente
- $B/C < 1$ El proyecto no es atractivo

- $B/C \Rightarrow 1$ El proyecto es atractivo

Tabla 40

Relación costo - beneficio

VAN beneficio actualizado	143182.32	169029.14	186622.95	211077.25	246241.29	
VAN beneficio	668.402.76					
VAN costo	15.403.59	120.442.39	142.731.03	157.821.04	180.234.41	199.132.39
Van COSTO DIVIDIR	575.852.55					
	668.402,76	/	575.852,52			
TOTAL	1.160718604					

Nota: Fuente y elaboración propia (2018)

De acuerdo a este último análisis se puede observar un número mayor a 1 por lo que la factibilidad del proyecto es rentable.

5.17.1. Estructura Orgánica

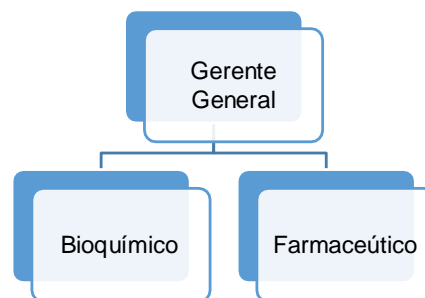


Figura 31: Organigrama Fuente y elaboración propia (2018)

La estructura orgánica de la farmacia, es vertical debido a que evidencia la lógica de la línea de mando, medios de control y dirección.

- *Gerente General*

En este caso hace referencia al propietario de la farmacia para la administración de la misma:

Funciones

- Responsable legal del funcionamiento de la organización
- Recepción diaria del dinero de caja
- Delegar funciones
- Llevar un sistema de control del personal
- Elaboración de roles de pago y cancelaciones

- *Bioquímico*

Es la persona encargada de realizar el proceso de verificación y buen manejo de medicamentos en la farmacia.

Funciones

- Responsable técnico en el marco legal de la constitución de la farmacia.
- Verificar que los medicamentos se encuentren en buen estado y con fecha vigente.

- *Farmacéutico*

Persona encargada de la atención y distribución correcta de medicamento de acuerdo a la necesidad del cliente.

Funciones

- Brindar confianza al cliente con un saludo cordial y familiar.
- Recibir la receta médica del cliente o a su vez la necesidad del cliente.
- Comprobar el número adecuado de medicamentos según el pedido o recomendado.
- Recibir el dinero por parte del cliente.
- Exender los productos a los clientes.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

La culminación de este estudio permitió establecer las siguientes conclusiones:

- El estudio del micro y macro ambiente reveló datos favorables, el nivel de aceptación y la demanda de productos, que hace factible establecer una farmacia en el sector Victoria Alta.
- El 90% de la población está dispuesto a adquirir medicamentos en una farmacia, marcando un nivel de aceptación positivo para establecer +Q' Farmacia.
- El 90% de la población tiene como preferencia o prioridad el precio y calidad al adquirir un producto en la farmacia.
- El estudio económico establece una utilidad de \$ 5.080.93 en el estado de resultados, demostrando una viabilidad de inversión en la creación de la farmacia en el sector Victoria Alta de Guamaní.

6.2. Recomendaciones

En función a los resultados obtenidos en la investigación realizada se presenta en este estudio de factibilidad las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda establecer la farmacia +Q' Farmacia en el sector en el sector Victoria Alta en el periodo correspondiente al año 2018.
- Se recomienda aplicar las promociones y descuentos en base a las estrategias de negociación para brindar un producto de calidad a precios bajos y atraer un mayor volumen de clientes en el sector.
- Se recomienda la inversión en la creación de +Q' Farmacia en los plazos establecidos para garantizar su rentabilidad.

7. BIBLIOGRAFÍA

(s.f.).

administrarmedicamentos. (4 de Junio de 2014). *Blogdiario*. Obtenido de Blogdiario:
<http://administrarmedicamentos.blogspot.es/tags/antidiarreico/>

Amaru, A. (2009). *Fundamentos de ADMINISTRACIÓN Teoría general y procesos administrativos*. México: PEARSON EDUCACIÓN.

Amaya, J. (2010). *Toma de Decisiones Generales*. Bogotá: ECOE Ediciones. Arias, A. (3

de Noviembre de 2012). *blogspot*. Obtenido de blogspot:

<http://andreakariasfarmacia.blogspot.com/p/antecedentes.html> Armstrong, G.

(2013). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson.

Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill.

Banco Central del Ecuador. (30 de Junio de 2017). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/975-producto-interno-bruto-2>

Banco Central del Ecuador. (23 de Noviembre de 2017). *comercio exterior*. Obtenido de comercio exterior: <http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2017/12/InformeMensual-Noviembre-30.pdf>

Bekiasalud. (18 de Mayo de 2016). *Bekiasalud*. Obtenido de Bekiasalud:
<http://www.bekiasalud.com/articulos/antihistaminicos-que-tipos-hay-diferencian/>

Bósquez, M. (Septiembre de 2012). *Repositorio digital Universidad Central del Ecuador*. Obtenido de Repositorio digital Universidad Central del Ecuador:
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1155/1/T-UCE-0003-163.pdf>

Calderón, S. (22 de Octubre de 2012). *Enciclopedia Culturalia*. Obtenido de Enciclopedia Culturalia:
<https://edukavital.blogspot.com/2012/10/farmacia.html>

catalunyapress. (5 de Agosto de 2016). *catalunyapress*. Obtenido de catalunyapress:
<http://www.catalunyapress.es/texto-diario/mostrar/479720/espana-lider-europa-abuso-ansioliticos>

Céspedes, A. (2012). *Investigación de Mercados*. Bogotá: Buena Semilla.

Chiavenato, I. (1993). *Iniciación a la Organización y Control*. México: Mc Graw Gil.

Chica, M. (19 de Octubre de 2014). *Blogspot*. Obtenido de Blogspot:
<http://lavidadesdelafarmacia.blogspot.com/2014/10/medicamentos-de-temporada-antigripales.html>

Cisneros, K., & Gabriela, F. (21 de Mayo de 2014). *Repositorio Digital Universidad del Norte*. Obtenido de Repositorio Digital Universidad del Norte:
<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/3035/1/02%20ICA%20670%20TESIS.pdf>

- Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas. (Noviembre de 2017). *countrymeters*. Obtenido de <http://countrymeters.info/es/ecuador>
- ecuadorencifras. (01 de Julio de 2017). *INEC*. Obtenido de INEC:
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2017/Noviembre-2017/Reporte_inflacion_201711.pdf
- Gitman, L. (2012). Administración Financiera. En L. Gitman, *Administración Financiera* (pág.720). Mexico: Pearson.
- Hernández, K. (25 de Mayo de 2011). *Blogspot*. Obtenido de Blogspot:
<http://medicamentosantipireticos.blogspot.com/2011/05/que-son-y-para-que-sirven.html>
- INEC. (12 de 2010). *ecuadorencifras*. Obtenido de ecuadorencifras:
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2010/Diciembre-2010/122010_Presentacion_Laboral.pdf
- INEC. (Marzo de 2016). *Ecuador en cifras*. Obtenido de Ecuador en cifras:
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Presentacion%20Empleo_0316.pdf
- Katzung, B. (2010). *Farmacología básica y clínica*. México: Mc Graw Hill.
- Katzung, B., & Trevor, A. (2016). *Farmacología Básica y Clínica*. México: McGRAW-HILL Interamericana Editores.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: PEARSON.
- Ley Orgánica de Salud. (20 de Diciembre de 2017). *encuentrofarmaceutico*. Obtenido de encuentro farmaceutico: http://encuentrofarmaceutico.com/public_html/pluginfile.php/3737/mod_resource/content/1/MODULO%202.pdf
- Malhotra, N. (2008). *Investigación demercado*. México: Pearson Educación.
- mapsofworld. (2015). *mapsofworld*. Obtenido de mapsofworld:
<https://espanol.mapsofworld.com/continentes/sur-america/ecuador/ecuador-mapa.html>
- Martinez, A. (1 de Noviembre de 2015). *Aprendiendo Química*. Obtenido de Aprendiendo Química: <http://aprendiendoquimica2enmss.blogspot.com/2015/11/bloque-i-la-nocion-de-mol-una.html>
- Ministerio de Justicia, D. H. (2014). *www.justicia.gob.ec*. Obtenido de www.justicia.gob.ec:
http://www.justicia.gob.ec/wp-content/uploads/2014/05/código_organico_integral_penal_-_coip_ed._sdn-mjdhc.pdf
- Noriega, Y. (23 de Noviembre de 2009). *Farmacia y Droguería*. San Marcos, Colombia. Nuñez,
- P. (11 de Marzo de 2015). *Knoow*. Obtenido de Knoow:
<http://www.old.knoow.net/es/cieeconcom/economia/pib-producto-interno-bruto.htm>

- Organización Mundial de la Salud y Federación Internacional Farmacéutica. (2006). *Desarrollo de la Práctica de Farmacia centrada en la atención del paciente*. Ginebra: OMS.
- Pablo, B. (17 de Julio de 2006). *iprofesional*. Obtenido de iprofesional: <http://www.iprofesional.com/notas/30484-Bayaspirina-el-reposicionamiento-de-una-empresa-lder>
- Paniagua, S. (22 de Noviembre de 2016). *Prezi*. Obtenido de Prezi: <https://prezi.com/owc3vq8hpq9r/analgesicos/>
- Pérez, A. (23 de Abril de 2013). *inenfive*. Obtenido de inenfive: <http://www.inenfive.com/2013/10/como-hallar-la-demanda-potencial.html>
- Plazas, F. (2013). *Investigación de Mercados*. Bogotá: Ediciones de la U. Porter, M. (2008). *ESTRATEGIA COMPETITIVA*. México: Editorial Patria.
- Quintana, A. (24 de 02 de 2014). *cámarafp.org*. Obtenido de cámarafp.org: <file:///C:/Users/User/Downloads/mar001.pdf>
- Ramos, C. (21 de Junio de 2012). *Teinteresa*. Obtenido de Teinteresa: http://www.teinteresa.es/Microsites/Pregunta_al_medico/Microbiologo/necesita-receta-obtener-antibiotico_0_722927882.html
- Restrepo, A. (23 de Abril de 2016). *blogspot*. Obtenido de blogspot: <http://farmacia27.blogspot.com/p/tipos-de-medicamentos-analgesicos.html>
- Reyes, M. (3 de Diciembre de 2004). *mailxmail*. Obtenido de mailxmail: <http://www.mailxmail.com/cursos-introduccion-marketing-social/macro-microambiente>
- Rodríguez, S. (21 de Mayo de 2008). *Monografias.com*. Obtenido de Monografias.com: <http://www.monografias.com/trabajos60/tamano-muestra-archivistica/tamano-muestra-archivistica2.shtml>
- Romero, L. (23 de Abril de 2015). *Lifeder*. Obtenido de Lifer: <https://www.lifeder.com/metodo-analitico-sintetico/>
- Sánchez, M. (18 de Julio de 2017). *demedicina*. Obtenido de demedicina: <https://demedicina.com/medicamentos-antimicoticos/medicamentos-antimicoticos-bote-naranja/>
- sthv.quito.gob.ec. (2010). *sthv.quito.gob.ec*. Obtenido de sthv.quito.gob.ec: http://sthv.quito.gob.ec/recursos/indicadores/Barrios/demografia_barrio10.htm
- Thompson, P., & Gamble, S. (2012). *Administración Estratégica*. México: Mc Graw Hill.
- Vergara, H. (2000). *CAMINOS Y HORIZONTES FARMACEÚTICOS*. CHILE: SANTA BERTA.
- wikipedia. (25 de 06 de 2017). *wikipedia*. Obtenido de wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_Porter_de_las_cinco_fuerzas#.28F3.29_Amenaza_de_nuevos_competidores_entrantes

8. ANEXOS

ANEXO A Principales Distribuidores

Razón Social: **COMFAR COMERCIO FARMACEUTICO CIA. LTDA.** X
VIGENTE



NÚMERO DE PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	ARCSA-2017-2.8-000026
FECHA DE EMISIÓN DEL PERMISO	06-07-2017
RUC	1791941878001
ESTABLECIMIENTO	1
RAZÓN SOCIAL	COMFAR COMERCIO FARMACEUTICO CIA. LTDA.

Código del Establecimiento	Tipo de Establecimiento	Categoría de Establecimiento
2.8	ESTABLECIMIENTOS FARMACÉUTICOS	DISTRIBUIDORAS FARMACÉUTICAS/MEDICAMENTOS EN GENERAL, MEDICAMENTOS HOMÉOPÁTICOS, PRODUCTOS NATURALES, PROCESADOS DE USO HIGIÉNICO

Cerrar



ANEXO B Página para permiso de funcionamiento ARCSA y permiso RUC

The screenshot shows the ARCSA website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo of the 'Ministerio de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria' and the acronym 'ARCSA'. Below this, there is a search bar and a user profile icon. The main content area is divided into two columns. The left column, titled 'BIENVENIDO AL MÓDULO DE PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO', contains a login form with fields for 'Ingreso al nombre de la cuenta de usuario' and 'Ingreso la contraseña', followed by a 'Iniciar' button and a link to 'Registrar'. The right column, titled 'ACCESO A TRÁMITES SISTEMATIZADOS CON NUESTRA INSTITUCIÓN', features a grid of service icons: 'Calculadora de Alimentos', 'Simulador para el Riesgo Sanitario de la Práctico', 'Ordenes de Pago', 'Consulta Registro Medicamento', 'Consultas Técnicas', 'Plataforma BPM de Atención al Usuario', and 'Verifica la Fianza de Funcionamiento'. A 'Consultar' button is located at the bottom right of this grid.



ANEXO C Formato de la encuesta



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR VIDA NUEVA ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES



Objetivo: Conocer el nivel de aceptación de la farmacia

Instrucciones: Lea atentamente las siguientes preguntas y marque con una X la respuesta de su preferencia. Por favor consigne su criterio en todos los ítems. Revise su cuestionario antes de entregarlo.

1. ¿está dispuesto a adquirir medicamentos en una farmacia?

Sí No

2. ¿En qué lugar prefiere adquirir medicamentos?

Farmacia	<input type="checkbox"/>	Tienda	<input type="checkbox"/>
Centro Naturista	<input type="checkbox"/>	Droguería	<input type="checkbox"/>
Mercado	<input type="checkbox"/>		

3. ¿Cómo considera la creación de una farmacia en su sector?

Muy necesario
Poco necesario
Innecesario

4. ¿Con qué frecuencia realiza compras en una farmacia?

Diariamente	<input type="checkbox"/>	Quincenalmente	<input type="checkbox"/>
Semanalmente	<input type="checkbox"/>	Mensualmente	<input type="checkbox"/>

5. Al adquirir medicamentos lo que más le atrae es:

Calidad
Precio
Marca

6. ¿Al mes, cuánto gasta aproximadamente en la compra de medicamentos?

\$ 1 - 10 dólares	<input type="checkbox"/>	\$ 31 - 40 dólares	<input type="checkbox"/>
\$ 11 - 20 dólares	<input type="checkbox"/>	\$ Más de 40 dólares	<input type="checkbox"/>
\$ 21 - 30 dólares	<input type="checkbox"/>		

7. ¿Para adquirir sus medicamentos, en qué horario desearía que la farmacia atienda sus necesidades?

8:00 a 19:00	<input type="checkbox"/>	8:00 a 21:00	<input type="checkbox"/>
7:00 a 20:00	<input type="checkbox"/>	9:00 a 22:00	<input type="checkbox"/>

Gracias por su gentileza. Su opinión es muy importante para esta investigación.

ANEXO D Productos farmacéuticos

PRODUCTO FARMACEUTICO	
DETA LLE	DETA LLE
ACETAGEN 1GR TAB*20	ACEITE DE AGUACATE 30 CC G-F
ACETAGEN 30 ML GOTAS	ACEITE DE ALMENDRAS 30ML G-F
ACETAGEN 500 MG TAB *100	ACEITE DE CANIME 30CC G-F
ACETAGEN 60 ML JBE 160MG	ACEITE DE CASTOR 30CC G-F
ACETAGEN CAP BLAN 500MG X 30	ACEITE DE COCO 30CC G-F
ACETAMINOFEN / PARACETAMOL TAB NF 500MG *30	ACEITE DE MANZANILLA 30CC G-F
ACEVIT GOTERO 30 ML	ACEITE DE RICINO 30CC G-F
ACICLOVIR MK 200 MG TAB C/25	ACEITE DE ROMERO 30CC G-F
ACICLOVIR MK 5% 10GR	ACEITE DE VASELINA 30CC G-F
ACICLOVIR MK OFTALMICO	ACILIBRE 40 MG TABS X 14
ACICLOVIR NF 200MG TAB*20	ACTERIC 150 MG TABS X 7
ACICLOVIR NF 200MG/5ML JRB 125ML	ACTERIC 75 MG TABS X 10
ACICLOVIR NF 5% CREMA 5GR	AEROFLUX SOLUCIÓN X 120 ML
ACIDO FOLICO ECU 1MG TAB *100	AFLAREX 0.1% 5ML SOL OFTALMICA
ACIDO FOLICO ECU 5MG TAB *100	AFRIN AD 30ML GOTAS NASALES
ACROBRONQUIOL JBE 120ML	AFRIN PD 20ML GOTAS NASALES
ACROMONA OVULOS *10	AGUA DEL CARMEN 35CC G-F
ACRONISTINA GOTAS 30ML	AGUA GOULARD 100CC G-F
ACRONISTINA JBE 120ML	AGUA OXIGENADA 1 LITRO GF
ACROSIN B AMP 2ML *1	AGUA OXIGENADA 1/2 LITRO G-F
ACROTUSIN JBE 120ML	ALCAINE 5% 15 ML GOTAS REFRI
ADORLAN COMP *30	ALCOHOL ANTISEPTICO 1/4 G-F
ADVANTAN CREMA	ALCOHOL ANTISEPTICO 100 CC G-F
AFLUX 200MG SOBRE *30	ALCOHOL ANTISPETICO 1/2 G-F
AFLUX 600MG SOBRE *10	ALCOHOL ANTISPETICO 1000 G-F
AFLUX JBE 100MG/75ML	ALCON COLIRIO
AFRIN ADULTO spr 15ml	ALERCET 10 MG CAP BLANDAS *10
AFRIN INFANTIL	ALERCET 10 MG TAB *10
AFRISAL	ALERCET 15 ML GOTAS
ALBENDAZOL MK 400MG JBE*1	ALERCET 60 ML JBE
ALIFRESH MENTA FUERTE SPRAY 15ML	ALERCET D 60 ML JBE
ALIFRESH SPRAY HIERBA A 15ML	ALERCET D CAP *10
ALKA SELTZER BOOST	ALERGIN 10MG TAB *20
ALLEGRA JBE PED 30MG 150ML	ALERGIN 1MG 120ML JBE
AMBROXOL MK 15 ML JBE	ALFARE X400 G
AMBROXOL NF 15MG GOTAS	ALGODON 15 GRAMOS/0530
AMBROXOL NF 30MG JBE	ALGODON 30 GRAMOS/0523
AMLODIPINO MK 10MG 2+1 COMBO	ALGODON 5GRAMOS/5870
AMLODIPINO MK 10MG TAB*10	ALGODON 70 GRAMOS/0516
AMLODIPINO MK 5MG 2+1 COMBO	ALGODON 8 GRAMOS/0547
AMLODIPINO MK 5MG TAB *10	ALOMIDE 0.1 GOT OFT COLIRIO
AMLODIPINO NIFA 10MG CAJA X10	AMARILLO AL HUEVO G-F
AMLODIPINO NIFA 5MG CAJA X10	AMEVAN 125 MG JBE 100 ML
AMOXICILINA + ACIDO CLAVULANICO NF 312.5MG 120ML	AMEVAN 250 MG JBE 120 ML
AMOXICILINA + SULBAC NIFA 1000MG CAJA X 8	AMEVAN TAB 500MG *30
AMOXICILINA + SULBACTAM NF 250MG 60ML	AMOVAL 1 GR TAB *14
AMOXICILINA MK 250MG 45ML JBE	AMOVAL 250 MG 100 ML JBE
AMOXICILINA MK 500MG CAP*60	AMOVAL 500 MG 100 ML JBE
AMOXICILINA NF 1 GR TAB *20	AMOVAL 500 MG TAB *21
AMOXICILINA NF 100 MG GOTAS	AMOVAL 750 MG TAB *21
AMOXICILINA NF 125MG JBE	AMOVAL DUO 400 70 ML JBE
AMOXICILINA NF 500 MG TAB C/30	AMOXIL 250MG/ 5 ML
AMPIBEX 1 GR AMPS C/2	AMOXIL 500 MG / 5ML SUSP.
AMPIBEX 1 GR CAP *20	AMOXIL 500 MG X 30 TABS

AMPIBEX 250 MG 5ML *60 SUS	ANSAID 100MG TAB *30
AMPIBEX 250MG CAPS C/120	APETITOL GOTAS PEDIATRICAS
AMPIBEX 500MG CAPS *240	APETITOL JALEA MANGO TUBO X 100MG
AMPICILINA MK 1 GR X 100	APETITOL JALEA NARANJA TUBO X 100MG
AMPICILINA MK 500MG X 100	APETITOL JALEA NARANJILLA TUBO X 100MG
AMPLIURINA FORTE CAP *50	APETITOL JBE 120 ML
AMPLIURINA PLUS CAP *20	APETITOL PLUS JBE
ANAUTIN 50MG TAB *100	ARCOXIA 120 MG TAB *14
ANGIORETIC 50/12.5 MG TAB*20 /2	ARCOXIA 60 MG TAB *14
ANGIORETIC FORTE 100MG/25MG TAB*20 /2	ARCOXIA 90 MG TAB *14
ANGIOTEN 50 MG TAB *20 /2	ARTREN 100 MG CAP *10
ANULETTE *21TBL	ASEPXIA 30 CÁPSULAS
ANULETTE CD *28TBL 1+1	ASEPXIA CAMOUFLAGE CREMA 28GR
APRONAX 275MG. X 20 TABLETAS	ASEPXIA CAMOUFLAGE MAQUILLAJE ENGELSECANTE 28 gr
APRONAX 550 MG X 20 TABLETAS	ASEPXIA CREMA 10GR NATURAL MATE
APRONAX GEL TUBO 40 GR.	ASEPXIA JABON AZUFRE 100 gr.
AROVIT 30 GRAGEAS	ASEPXIA JABON EXFOLIANTE 100 gr.
ARTRICHINE TAB *30	ASEPXIA JABON FORTE 100 gr.
ASPIRINA ADVANCED EFERV. 20S EC	ASEPXIA JABON HERBAL 100 gr.
ASPIRINA ADVANCEDX 40 TABLETAS	ASEPXIA JABON NEUTRO 100 gr
ASPIRINA NIÑOS 100 MG X 100 TAB	ASEPXIA MAQ POLVO COMP BEIGE MATE 10 GR
ATORVASTATINA MK 10MG 2+1 COMBO	ASEPXIA MAQ POLVO COMP CLARO MATE 10GR
ATORVASTATINA MK 10MG TAB *10	ASEPXIA MAQ POLVO COMP NATURAL MATE 10GR
ATORVASTATINA MK 20 MG TAB *10	ASEPXIA MAQUILLAJE CREMA BEIGE MATE 10GR V02
ATORVASTATINA MK 20MG 2+1 COMBO	ASEPXIA MAQUILLAJE CREMA NATURAL MATE 10 GR
ATORVASTATINA NIFA 20 MG CAJA X 10	ASEPXIA POLVO 10GR CLARO MATE
ATOSYL AD 120ML JBE	ASEPXIA POLVO 10GR NATURAL MATE
ATOSYL INF 60ML JBE	ASEPXIA REGADERA EXFOLIANTE 250 ML
AXON VIT 10.000 AMP	ASEPXIA SPOT GEL SECANTE FACIAL Y CORPORAL 28gr
AZITROMICINA MK 200 MG 15 ML JBE	ASEPXIA TABLETAS* 30TBL
AZITROMICINA MK 500 MG TAB C/3	ASEPXIA TOALLITAS DESMAQUILLANTES 10P
AZITROMICINA NF 500MG TAB*3	ASEPXIA TOALLITAS DESMAQUILLANTES 25P
BACTEROL 100 ML JARABE	ASEPXIA TOALLITAS LIMPIADORAS x 10
BACTEROL FORTE SUS *100 ML	ASEPXIA TOALLITAS LIMPIADORAS x 25
BACTEROL FORTE TAB *10 COMPRIMIDOS	ASPIRADOR NASAL SILICON CARLITOS 8036
BACTIFLOX 500 MG CAJA X 10	ATARAX 10 MG
BACTIFLOX 750MG CAJA X10	ATARAX 25 MG X 25 COMPRIMIDOS
BAYCUTEN	ATARAX JARABE 0.2% 2 MG / 200 ML
BEBITOL 60ML JARABE	AUGMENTIN 1G/125MG SUSP SACHET
BEDEX + EQUIPO	AUGMENTIN 250MG/FCO.5ML.JUNIOR
BEDOYECTA AMP 2ML	AUGMENTIN 500MG - 125MG
BELARA TAB *21	AUGMENTIN BID 1GR. X 14 TAB.
BEMIN 100 MCG INHALADOR	AUGMENTIN BID 400MG X 70 ML
BEMIN 2MG 120ML JBE	AUGMENTIN ES SUSP. 600
BEMIN EXP FORTE 100ML JBE	AUGMENTIN SR. X 28 TAB. GSK
BEMIN EXP JBE 100ML	AUGMENTIN SUSP BD FCO 200-28 MG/5MLX70ML
BEMIN FLUX 2/7.5MG 120ML JBE	AVAMYS SPRAY 120 DOSIS.
BENEXOL FORTE X 30 CAPSULAS	AVIR JBE DE 20 MG
BENZOATO BENCILO MK 120 ML	AVIR 200MG TAB *2 /1
BENZOSIDE 1200 AMP	AVODART TABS 0.5MG X 30
BENZOSIDE 2400 AMP	AZITREX 200 MG 15 ML JBE
BENZOSIDE 633 AMP	AZOPT COLIRIO 1% 15ML
BEPHANTOL UNGÜENTO 50MG	AZUFRE G-F
BERIFEN 100 TAB	BACTRIN FORTE 160/800 TAB *10
BERIFEN 50MG TAB	BACTRIN FORTE JBE 80/400 100ML
BERIFEN 75 MG AMPOLLAS	BACTRIN JBE 40/200MG 100ML
BERIFEN 75 MG TAB	BACTRIN TAB 80/400MG *20
BERIFEN GEL	BAJALENGUA ENCADOR UNIDAD
BEROCCA PERF EFERV COMP X 10 COMBO X 2	BENZOATO DE BENCILO
BEROCCA PERFORMANCE EFERVESCENTES	BETAMETASONA AMP 4 ML *1

BEROCCA PERFORMANCE X 30 TABS.	BETOPTIC 0.25% 5ML GOTAS OFTALMICAS
BETAMETASONA MK 40GR CREMA	BIB CARLITOS 7 ONZ. 8444
BETASERC 16MG TAB *20	BIB CARLITOS ESTANDAR 3 ONZ.
BICONCILINA BZ1.2 AMPS C/2	BIB CARLITOS ESTANDAR 5 ONZ AGARRADERA 0028
BICONCILINA BZ2.4 AMPS C/2	BIB CARLITOS ESTANDAR 5 ONZ AGARRADERA 0042
BICONCILINA C1000 AMPS C/2	BIBCARLITOSESTANDAR5ONZ.ECON.AGARRADERA 6471
BICONCILINA C4000 AMPS C/2	BIB CARLITOS ESTANDAR 9 ONZ C/AGARRADERA 0011
BICONCILINA S5000 AMPS C/2	BIB CARLITOS ESTANDAR 9 ONZ SUPER ECONOMICO S/AG
BIOCALCIUM D SOBRE*30	BICORPAN CREMA 15GR
BIOGENTA 10ML GOTAS OFT	BIENEX 15MG AMP*1
BIOMETRIX A-OX cap x 30	BIENEX 15MG CAP *10
BIOMETRIX cap x 30	BINOCLAR 125 MG/5 ML X 60 ML
BISOLVON AD JBE 120 ML	BINOCLAR 250 MG/5 ML X 60 ML
BISOLVON PD JBE 120ML	BINOCLAR 500 MG X 10 TAB
BISOLVON TAB *20	BINOZYT 200 MG / 5ML X 15 ML
BISOLVON TAB SOLUBLE *8	BINOZYT 200 MG / 5ML X 30 ML SUSP
BLAQUETA 81 MG TAB *30	BINOZYT 500 MG TABS X 5
BOROSAN SOBRES *10	BIODROXIL 1000 MG X 12 TABS
BRONCHOPLUS 20ML GOTAS	BIODROXIL 250 MG 60 ML SUSPENSION
BRONCOT JBE 15MG 120ML	BIODROXIL 500 MG 60 ML SUSPENSION
BRONCOVITAL 120ML JBE	BIODROXIL 500 MG X 12 CAPS
BRONCOVITAL TAB*20	BIOMETRIX A OX *30TBLS
BROXOLAM JBE 30MG 60ML	BIOMETRIX CAP*30
BROXOLAN JBE 15MG 120ML	BISMUTOL JBE 180ML
BUCAGEL GEL 10GR	BOLDO G-F
BUPREX 100MG 120CC JARABE	BOLSA AGUA CALIENTE NIÑO 400ML ECO 0676
BUPREX 200MG FORTE JBE 120ML	BOLSA DE AGUA CALIENTE ADULTO 1450
BUPREX 40 MG 30 ML GOTAS	BOLSA DE AGUA CALIENTE ADULTO RB-2/DL
BUPREX 600MG TABLETAS	BOLSA DE AGUA CALIENTE PARA NIÑO
BUPREX FLASH 200MG CAP *10	BOLSA RECOLECTORA DE ORINA PEDIATRICA UD-100
BUPREX FLASH 400MG CAP *10	BORAX EN POLVO G-F
BUPREX MIGRA TAB *20	BRONCOTOSIL CAP 8MG *15
BUPREX RELAX TAB *10	BROXOLAM 15MG 2ML AMPO*10
BUSCAPINA AMP *1	B-VAT AMP *10
BUSCAPINA COMP NF TAB *20	CAJA DE HECES
BUSCAPINA TAB 10MG *20	CARDIONIL TAB*30 /3
CALCIBON D TAB 1500MG *30	CATAFLAN 25MG TAB *20
CANESFORTE 1% CREMA	CATAFLAN 50MG TAB *60
CARBAMAZEPINA NF 200MG TAB *20	CATAFLAN DD TAB *12
*PAQUETE	CATAFLAN SUS 1.8% 120ML
CARBAMAZEPINA NF 400MG TAB *20	CATETER HEALVAN CON ALETA S/VALVULA 18G.
*PAQUETE	CATETER HEALVAN CON ALETA S/VALVULA 20G.
CEFADIN 1GR TAB *20	CATETER HEALVAN CON ALETA S/VALVULA 22G.
CEFADIN 250MG 60ML SUSP	CATETER HEALVAN CON ALETA S/VALVULA 24G.
CEFADIN 500MG CAP *120	CEBIOFORTE 1GR EFERV *10
CEFADIN 750 MG TAB *20	CEBION VITAMINA C 500 MG FRUTAS TROPICALES
CEFALEXINA NF 1000MG CAJA X 20 1G	CEBION 1GR TUBO X 10
CEFALEXINA NF 500 MG CAP C/20	CEBION CALCIO TUBO X 10
CEFULAM 125MG 70ML JBE	CEBION FRESA 30 ML GOTAS
CEFULAM 250MG 75ML JBE	CEBION MAST FRESA X 12SOB TABS
CEFULAM 250MG TAB *10	CEBION MASTIC NARANJA SOBRE *12
CEFULAM 500 MG	CEBION MINIS MASTIC *45
CEFULAM 500MG TAB *10	CELEBEX 200 MG TAB *10
CEFUROXIMA LV TAB	CERELAC PROBIOTICOS 5 CEREALES X 400 G
CEFUROXINA NIFA 250 MG SUSP	CERELAC PROBIOTICOS TRIGO X 1 KG
CELECOXIB MK 100 MG CAP C/20	CERELAC PROBIOTICOS TRIGO X 200 G
CELECOXIB MK 200 MG CAP *10	CERELAC PROBIOTICOS TRIGO X 400 G
CELECOXID NF 200 CAJA X 10	CHINESCO CANGREJO CARLITOS 8550
CEMIN 30ML GOTAS	
CEMIN 500MG AMP *10	

CEPILLO DENTAL CURAPROX 1009 SINGLE
ORTODONCIA
CEPILLO DENTAL CURAPROX CS 5460 SUAVE

CHINESCO MARTILLO 1079
CHINESCO UFO 1062

CEPILLO DENTAL DENTURE BEBE	CICATRICURE CREMA PARA ARRUGAS Y LINEAS 30MG
CEREBROL JBE 120ML	CICATRICURE BEAUTY CARE 40 GR
CEREBROL TAB *20	CICATRICURE BEAUTY CARE 40G
CETIRIZINA MK 60ML JRB	CICATRICURE CONTORNO DE OJOS
CETIRIZINA NIFA 10MG TABLETAS X 10	CICATRICURE CREMA 30 gr
CETIRIZINA NIFA 5MG JRBE 5ML	CICATRICURE CREMA 60 gr
CETRINE 10 MG CAP BLANDA *10	CICATRICURE DERMOABRASIÓN 4 PASOS + MASC PEEL OF
CETRINE 15 ML GOTAS	CICATRICURE GEL 30 gr
CETRINE 60 ML JBE	CICATRICURE GEL 30GR
CIMETIN 400MG TABS X 20	CICATRICURE GEL 60 gr
CINAGERON CAP *20	CIFLEX 500 MG TAB*10
CIPRECU 500 MG TAB *20	CIPRODEX OFTALM 5ML
CIPRECU 750 MG TAB C/16	CIPRODEX OTICO 7,5ML
CIPROFLOXACINO MK 500 MG TAB C/6	CLARICORT JBE 60ML
CLARICORT sol x 60ml	CLARICORT TAB *10
CLARICORT tab x 10	CLARIXOL JBE 60ML
CLARITROL JBE 250MG 50ML	CLARIXOL TAB *10
CLARITROMICINA MK 500 MG TAB C/10	CLEMBROXIL 7.5MG 120 ML JARABE
CLARITYNE 10 tab x 60	CLEMBROXIL COMPUESTO 20ML GOTAS
CLARITYNE D - NF	COENZIMA Q 10 PLUS CAP *20 /2
CLARIXOL sol 60ml	COLESTIL SOBRE *10
CLARIXOL tab x 10	COLNATURCOMPLEX X30 SOBRES SABOR NEUTRO
CLAVUROL 60 ML JBE 250 MG	COMPLEJO B QA 120 ML JBE
CLIMENE TAB	COMPLEJO B QA TAB *20
CLINDAMICINA MK 300MG TAB *24	CONDROSOL CAP 500MG *30 /3
CLOMAZOL 200MG OV *3	CONRELAX PLUS TAB *10
CLOMAZOL 20GR CREMA TOPICA	CONRELAX TAB 4MG *10
CLOMAZOL 3 CREMA VAG 2%	CONSUMO
CLOPAN GOTAS 2.6MG 30ML	COREGA CREMA MENTA 20 GR
CLOPIDOGREL MK 75MG TAB*10	COREGA CREMA SIN SABOR 20 G.
CLORDE	COREGA CREMA X 40GR
CLORDELIN 600 MG AMP *6	COREGA SIN SABOR
CLORTALIDONA NF 50MG CAJA *30 TAB	COREGA X 30 TABS EFERVECENTE
CLORURO DE SODIO 0.9% LIFE 250ML	CREOLINA 500CC G-F
CLORURO DE SODIO LIFE 0.9% 100ML	CUBRE OBJETO 40MM 100U
CLORURO DE SODIO LIFE 0.9% 500ML	CURAM 156.25MG 5ML POLVO PARA SUSPENSION
CLORURO DE SODIO LIFE 0.9% LIFE 1000ML	CURAM 312.5 MG 5ML POLVO PARA SUSPENSION
CLOTRIMAZOL MK 40 GR CREMA	CURAM 457 MG SUSP X 70 ML
CODIPRONT CAP *10	CURAM 600+42,9 MG/5 ML 125 ML SUSP
CODIPRONT ET JBE120ML+JERING	CURAM 625 MG X 14 TAB
CODIPRONT EX CAP *10	CURAN 1000MG TABS X 14
COLLOPLUS 20ML GOTAS	CUTIVATE CREMA 15G 0.05%
COMPLEJO B LIFE 120 CC JARABE	DALIVIT JALEA 100 GR
COMPLEJO B MK TAB *250	DECA DURABOLIN 50 MG AMPOLLA
CORICIDIN S gra x 144	DEGRALER JBE 2.5MG 100ML
COXICAM 15MG TAB *10	DEPO PROVERA AMPOLLA 150 MG
COXICAM 7.5MG TAB *10	DERMABRONQUIOL UNGUENTO 12G
COXICAM AMP 15MG / 1.5 ML	DERMAFEN 15GR CREMA
CUREBAND 1 * 5 COLOR PIEL	DERMOVATE CREMA X 30GR.
CUREBAND 1/2 * 5 COLOR PIEL	DERMOVATE LOCION 25 ML
CURITAS CURE BAND *100	DERMOVATE LOCIÓN CAPILAR 0.05% X 60 ML
CURITAS CUREBAND *10 CAJA	DESINFLAMEX GEL (DICLOFENACO SODICO 1%
CUTACELAN CREMA 20%	DESINFLAMEX GEL (DICLOFENACO SODICO 3%
CUTAMYCON CREMA VAG.20GR/3 APL	DESITIN CREMA 57GR
CUTAMYCON OV 500MG *1	DESPERTOL CAJA X 4 TAB
DAYAMINERAL TAB 500MG *30	DEXABION 3ML AMP PRE LLENA
DAYAMINERAL-E JBE 240ML	DIABION CAP*30 /3
DECADRON AMP 8MG 2CC X 1	DIAREN JBE 100ML
DECADRON COLIRIO 5ML	DIAREN TAB *20
DECATILENO CAJA X10	DIP 200ML SUSP

DEFLAZACORT MK 30MG TAB*10	DIPROGENTA CREMA 15GR
DEFLAZACORT MK 6MG TAB*10	DIPROGENTA CREMA 30GR
DENTAFIRME CREMA 40 GR	DIPROSALIC UNGUENTO 30GR
DENTURE BEBE GEL LIMPIEZA DENTAL 30GR	DISFLAM GEL 30 GR
DENTURE KIDS 50GR	DISPOSITIVO INH AGACHAMBER X 1 UN
DERMOCUAD 20GR CREMA	DITOPAX LIQUIDO 250ML
DERMOFORTE 15GR	DOLONEUROBION AMP *3
DESLOLAN 60 ML JBE	DOLONEUROBION FORTE X 30
DESLOLAN TAB *10	DOLONEUROBION RETD TAB*20
DESLOLATADINA MK 5MG TAB*10	DOLONEUROBION TAB *30
DETAN 120 ML FRASCO	DOLOVAN GOTAS 100MG 15ML
DETAN 60 ML FRASCO	DOLOVAN TAB 500MG *20
DETAN INF 120ML	DOTUR 100 MG CAPS X 100
DETAN SPRAY TARRO	DOXIFEN CAP BLANDAS VAG *10
DEXTROSA 5% S-SALINA FDA X 1000ML	DOXIFEN CREMA VAG 50GR
DEXTROSA 5% X 1000 AGUA	DOXIFEN DUAL CREMA/OVULO
DIANE 35	DUCHA VAGINAL CARTERA DO-703
DICLOFENACO MK 50 MG TAB *20 /2	DUODART FRASCO X 30 CAP
DICLOFENACO MK 75 AMP *1	ELOMET CREMA 15GR
DICLOFENACO MK GEL 50 GR	ENCEFABOL 100 SUSP PEDIATRICA
DICLOXACILINA MK 250 JBE	ENCEFABOL 600MD TAB*10
DICLOXACILINA MK 500 MG CAP C/16	ENVASE DE ORINA SOPLADO 100ML
DICLOXACILINA NF 500 MG CAP *20	EPIHIERRO SOBRES *20
DIGERIL FORTE JBE 200ML	EQUIPO PERICRANEAL 19-21-22-23-25
DIGERIL JBE 200ML	ERALDOR NF 325/200MG TAB *12
DIGESPAR CAP *20	ESPARADRAPO 1.25 HERENCO
DIOSMINA 500MG TAB *30	ESPARADRAPO 2.5 HERENCO
DIPINOX COMPUESTO AMP*1	ESPARADRAPO EN TIRAX 50 UNID.
DIPINOX COMPUESTO TAB*20	ESPARADRAPO HERENCO(TIPO TELA)
DITOPAX FORTE NARANJA sus250ml	ESPASMO CANULASE TAB *100
DITOPAX sus 250ml	ESPASMO CANULASE X 100 TABS
DRENAFLEN 1.5GR JBE	ESTOMACOL CAP 20MG *20
DRENAFLEN FORTE SUSP 3G	EUCALIBREA JBE 120ML
DULCOLAX GOTAS 15 ML	EUCAMIEL JBE 120ML
DULCOLAX PERLAS CAP *30	EUTIROX 100 MCG TAB *50
DULCOLAX TAB *10 PAQUETE	EUTIROX 125 MCG TAB *50
DUOPAS 400MG TAB *10	EUTIROX 150 MCG TAB *50
DUSPATALIN RETAR TAB 200MG *30	EUTIROX 25 MCG TAB *50
ECUMOX 3 G 60 ML	EUTIROX 50 MCG TAB *50
ECUVIR 15 GR CREMA	EUTIROX 75 MCG TAB *50
ECUVIR 400MG TAB *20	EXHIBIDOR COUNTER DERMA-LATAM ASEPXCIA-CICATRICURE
ECUVIR 800MG TAB *20	EXTRACTOR DE LECHE CARLITOS BC 0400
EGOGYN 1000 UI VITAMINA E	FELDENE CAP 20MG *60
EGOGYN 400 UI VITAMINA E	FELDENE FLASH TAB *10
ELEVIT PRONATAL	FEMMEDICAL POLVO ANTISEPTICO
ENALAPRIL MK 20 MG TAB C/10	FENICOL 3.5GR. UNGUENTO OFTALMICO
ENALAPRIL MK 20MG COMBO P 2/LL 3	FERRUMKLINGE JARABE
ENALAPRIL MK 5MG TAB*50	FERRUMKLINGE PLUS COMPRIMIDOS RECUBIERTOS
ENALAPRIL NF 10MG TAB*30 /3	FLORATIL PD SOBRES *10
ENALAPRIL NF 20MG TAB *20	FLUCESS 150 MG TAB X 2
ENALAPRIL NF 5MG TAB*20	FLUCONACX 150 MG CAP C*2
ENSOY FRESA 400GR	GARAMICINA AMP 160MG
ENSOY LIGHT 400GR	GASA 1 YARDA
ENSOY NIÑO FRESA 400GR	GASA SOBRE HERENCO 10X10
ENSURE ADVANCE 400GR	GASA SOBRE HERENCO 7.5X 7.5
ENSURE CHOCOLATE 400GR	GEL ANTIBACTERIAL 100ML DONE G-F
ENSURE FRESA 400GR	GEL ANTIBACTERIAL 250ML DONE G-F
ENSURE VAINILLA 400GR	GEL ANTIBACTERIAL 60ML D ONE G-F
ENTEROGERMINA AMP ORAL *10	GENTEAL 10ML COLIRIO
ENTEROGERMINA CAP *12	GERBER PASO 2 COLADO BANANO X 113 G

EPTAVIS 1GR SOBRE*6	GERBER PASO 2 COLADO CIRUELA PASA X 113 G
EPTAVIS 3GR SOBRE*6	GERBER PASO 2 COLADO FRUTA MIXTA X 113 G
ERIECU 500MG CAPS C/50	GERBER PASO 2 COLADO MANZANA X 113 G
ERITROMICINA MK JBE 200MG 60ML	GERBER PASO 2 COLADO MELOCOTON X 113 G
ESENCIAL 300MG CAP *30 - CAJA 20% -	GERBER PASO 2 COLADO PERA X 113 G
ESOMEPRAZOL MK 40MG TAB*10	GERBERPASO2TRIPACK(MZN,PERA,VERD)X113G.10% DE
ESONIX 20 TABLETAS *20	DESCUENTO
EUFYTOSE X 40TAB. RECUBIERTAS	GERBER PASO 2 VERDURAS CON CARNE Y ARROZ X 113G
EUROCLIN 300 MG TAB *30	GERBER PASO 3 COLADO MANZANA X 170 G
EUROCLIN T 1% 30 ML	GLICERINA 30CC G-F
FAMDAL 60 GR CREMA VAG	GLUCOFAGE 500MG TAB *60
FAMDAL DUAL20 GR+10 OV	GLUCOFAGE 850MG TAB *60
FAMDAL OVULOS *10	GUANTE HOSPITALARIO DE LATEX S-M-L-XL
FEBRAX JRB 60ML	HELICLAM CAPSULAS+ COMP. RECUBIERTOS
FEBRAX TAB *20	HEPABIONTA PLUS*40
FEMEN FORTE CAP 400MG *50	HEPALIVE FORTE TAB *40
FEMEN FORTE CAP BLAN*400MG *10	HEPAPRONT TAB 140MG *30 /3
FEMGYL CAJA AMPOLLA X 1	HERMESETAS TAB *300
FEMSTAT OVULOS *3	HINDS ROSA PLUS VIT AA 250 ML
FEMVULEN AMP 150/10MG *1AMP	HISOPO PLAST. POM D INFANTIL X65
FERBIO FOL TAB 100MG *20	HISOPO PLASTICO 3 FUNDA X100
FERBIO PLUS GOTAS 30ML	HISOPOS MADERA 3 FUNDA X100
FERBIO PLUS JBE 120ML	HISOPOS MADERA 6 FUNDA X100
FERBIO PLUS TAB MAST *30 /3	HOJA DE BISTURÌ 10-11-12-15-20-21-22-23-24
FERRO B COMPLEX FOLIC TAB*30 /3	HONGOSAN CREMA ANTICOMICOTICA PARA LOS PIES
FERRO B COMPLEX JARABE	IBUPRONT 200MG SUSP 120ML
FERRUMKLINE PLUS JB 180ML	ICAPS LZ TBL *60
FINALIN FEM TAB *30	ISOFACE 10 MG CAP *20 PAQUETE
FINALIN FORTE TAB *100	ISOFACE 20 MG CAP *20 * PAQUETE
FINALIN INF TAB *30	ISOPTO ATROPINA 1% 5ML. GOTAS OCULARES
FIOTON TAB *20	ISOPTO CARPINA 4% 15ML. COLIRIO
FISIOL UB 60	ISOPTO CARPINA.2% 15ML. GOTAS OFTALMICAS
FLAGYL JBE 125MG 120ML	JABON ASEPXIA AZUFRE 100GR
FLAGYL JBE 250MG 120ML	JABON ASEPXIA EXFOLIANTE 100GR
FLAGYL NISTAT OVULO *10	JABON ASEPXIA FORTE 100GR
FLAGYL TAB 500MG *30	JABON ASEPXIA HERBAL 100GR
FLANAX JBE 125MG 60ML	JABON ASEPXIA NEUTRO 100GR
FLANAX TAB 275MG *20	JABON DE AVENA DR. PEÑA
FLANAX TAB 550MG *20	JABON DE GLICERINA DR. PEÑA 90G
FLEMEX 120 ML JBE	JABON DE HIEL DE VACA DR. PEÑA
FLEMEX FORTE 120 ML JBE	JABON DE MANZANILLA DR PEÑA
FLUCONAZOL MK 150 MG CAP*1	JABON DE MATICO DR. PEÑA
FLUCONAZOL MK 200MG CAPX4	JABON DE MIEL DE ABEJA DR. PEÑA
FLUCONAZOL MK 50 MG CAP C/3	JABON DE SABILA DR.PEÑA
FLUCONAZOL NF 150 MG TAB*2 /1	JABON DE SABILA DR.PEÑA
FLUIDASA GOTAS 20ML.	JABON EXFOLIANTE DR. PEÑA
FLUIDASA JBE 200ML	JABON SULFUROSO DR.PEÑA
FLUIDINE 100MG SOBRE*30	JERINGA BD 10CC 22X1 BLISTER REF 990629
FLUIDINE 200MG SOBRE*30	JERINGA BD 20CC BLISTER REF. 990324/309661
FLUIDINE 300MG AMPOLLAS 3 ML	JERINGA BD 3CC 23X1 BLISTER FER. 990676
FLUIDINE 600MG TAB EFERV *20	JERINGA BD 5CC 21X1-1/2 BLISTER REF. 990408
FLUOXETINA MK 20 MG TAB C/14	JERINGA BD 60CC SIN AGUJA BLISTER REF. 309620
FLURITOX CAP *20	JERINGA VANJERIN 10CC 21X1-1/2 BLISTER SY-10- BLT
FLURITOX F GOTAS	JERINGA VANJERIN 1CC31X8MM INS. U100BI. AGUJA MOVIBLE
FLURITOX JBE 60ML	JERINGA VANJERIN 1CC32X6MM I.U 100 OM SY-11N-UB- BLT
FLUZETRIN F CAP *10	JERINGA VANJERIN 20CC 21X1 1/2 BLISTER SY-20 BLT
FLUZETRIN GOTAS 15ML	JERINGA VANJERIN 3CC 23X1 -1/4 BLISTER SY- 3BLT/DL
	JERINGA VANJERIN 5CC 21X1-1/4 BLISTER SY-5

FLUZETRIN JBE 60ML
FORTIC HEM 120 ML JBE
FORTIC HEM 30ML GTS

JERINGA VANJERIN 60CC 18X 1-1/4 SY-60-PLY/DL
KATRINA LOCION CAPILAR 60ML
KID CAL 180 ML JRBE FRESA

FORTIC HEM TAB *30	KINATOPIC BABY BARRA 90GR
FOSFOCINA CAP 500MG *12	KUFER Q ECV TAB *20
FOSFOCINA JBE 250MG 60ML	KUFER Q FORTE CAP *30 P*
FULLDERMA CREMA 20GR	KUFER Q RECARGADO CAP *30
FUNGIREX U LIQUIDO	LA CIGUEÑA CREMA ANTIPAÑALITIS
FUNGIREX CREMA TUBO	LA VAQUITA INSTANTANEA X 200 G
FUNGIREX INCOLORO	LA VAQUITA INSTANTANEA X 400 G
FUNGIREX TALCO 45GR	LA VAQUITA INSTANTANEA X 900 G
FUNGIREX TALCO 90GR	LACRYVIST GEL OFTALMICO 10GR
FURACAM 125MG 70ML SUSP	LAMISIL 1% 15GR CREMA
FURACAM 250MG 100ML	LAMISIL CREMA 15 GR
FURACAM 250MG TAB *15	LAMISIL DERMGEL 1% 15 GR.
FURACAM 500MG TAB *15	LAMISIL SPRAY 1% 30 ML
GABAPENTIN MK 300MG *30	LANCETAS DESCARTALES BD UND REF.325773
GABAPENTIN MK 400MG *30	LINCOCIN AMP 600MG 2ML *25
GASA CUREBAND *9	LINEX 1.2000.000 CFU 16 HGC
GASEC 20MG FRASCO X 14 CAP	LLAVE DE 3 VIAS OXCART
GELICART SOBRES 10GR *30	LOMECAN OVULOS 200
GEMFIBROZILLO MK 300MG TAB	LOMECAN V CREMA VAGINAL
GENBEXIL 160MG AMP	LOMECAN V CREMA VAGINAL 20 gr.
GENBEXIL 280 MG AMP	LOMECAN V OVULOS VAGINALES
GENBEXIL 80MG AMP	LOPID CAP 300MG *30
GENTAMICINA MK 10ML GOTAS OFT	LOPID CAP 600MG *20
GENTAMICINA MK 160 AMP*1	LOSARTAN NF 100MG TAB *20 /2
GENTAMICINA MK 20 MG 2 ML AMP C/1	LOSARTAN NF 50 MG TAB*30 /3
GENTAMICINA MK 80 MG	LOTRIDERM CREMA 20GR
GINECOSAN POLVO FRASCO	LYRICA 150MG CAP*28
GINGIVIT 112GR GDE TUBO	LYRICA 75MG CAP*28
GINGIVIT 56GR MED TUBO	MANTECA DE CACAO G-F
GINOTRICINA SOL 120 ML	MASCARILLA DESCARTABLE CON ELASTICO UND. 902E
GLUCERNA TRIPLE CARE VAINILLA 400GR	MASTICADOR AGUA SURTIDOS 1225
GLUCOSAMINA + CONDROITIN MK SOBRE	MASTICADOR C/ AGUA MANITO 6334
GRUNAMOX 1GR TAB *20	MASTICADOR C/ AGUA OSITO 3641
GRUNAMOX 250MG 120ML SUSP	MASTICADOR FORMA DE ESTRELLA BT-55378543
GRUNAMOX 500MG CAP*20	MASTICADOR SURT.
GRUNAMOX JBE 250MG 60ML	MATICO DR. PEÑA CREMA CAJA 12G
GYNOBLEN TAB.REC. 500MG*4	MAXIDEX COLIRIO 5ML
GYNOCANESTEN 200 MG OVULOS	MAXITROL COLIRIO 5ML
GYNOCANESTEN 3CREM. VAG.2% X 20GR	MAXITROL UNG OFTAL 3.5GR REFRI
GYNOCANESTEN OVULOS BLANDOS 200 MG X 3	MEBOLIMON TAB *96
GYNOCARE 200 ML	MEBOLIMON X 96 TABS.
GYNODIAN	MEDICASP SHAMPOO 130 ml
HEPA MERZ SOB*10	MEPRIN 120 ML. SUSPENSION
HIDRAPLUS 45 BOLO*5 SURTIDO	MEPRIN FORTE 120ML JBE
HIDRAPLUS 45 CHICLE 500ML	MEPRIN FORTE TAB*10
HIDRAPLUS 45 COCO 500ML	MERTHIOLATE ROJO PAQUETE X 12 G-F
HIDRAPLUS 45 TUTTI FRUTI 500ML	METFORMINA NF 500MG TAB
HIDRAPLUS 75 CEREZA + ZINC 400ML	METFORMINA NF 850MG TAB
HIDRAPLUS 75 COCO + ZINC 400ML	METHERGIN TAB *30
HIDRAPLUS 75 UVA + ZINC 400ML	METICORTEN TAB 20MG *30
HIDRAPLUS SOB 100ML	MICOSIN CREMA 15GR
HIDRAPLUS UVA 500ML	MICOSIN PLUS TAB *10
HIDROXIDOALUMINIO YMAGNESIO, SIMETICONA MK	MICOSIN TAB 200MG *10
360ML FCO	MICROBAC CAP 400MG *10
HIPOGLOS CREMA 100GR	MIEL ROSADA 30CC G-F
HIPOGLOS CREMA 60GR	MIGRAX TAB*10
HISTACALM CLEAR 100ML	MOLAREX CAP *24 P*
HISTACALM LOCION	MOLAREX FORTE CAJA X 20 TABLE
HISTALORAN CAP *10	MONTELUKAST NIFA 5MG CAJA X 10 TABLE
HYGIENEX P CAJA X 24 SACH	MONTELUKAST S.NIFA 10MG CAJA X 20 TABL
IBUPROFENO MK 600MG TAB*50	

IBUPROFENO MK 800 MG	MUPIRAL CREMA 15GR
IBUPROFENO MK X400MG TABLETAS	MUXOL 15 MG PD JBE
IBUPROFENO NF 600 G *30	MUXOL 30 MG AD JBE
IBUPROFENO NF 800 TAB*20	MUXOL 30MG TAB *20
IBUPROFENO NIFA 400MG CAJA X20TAB	MYDFRIN 2.5% 5ML. GOTAS OFTALMICAS
ICADEN CREMA	MYDRIACYL COLIRIO 1% 15ML
INFLACOR 4MG AMP *1	NAN 1 PRO X 1.1 KG
INFLACOR 6+6 2ML AMP	NAN 1 PRO X 400 G
IRBESARTAN MK HCT 150/12.5MG *14	NAN 2 PRO X 1.1 KG
IRUXOL CREMA 15GR	NAN 2 PRO X 400 G
ITRACONAZOL NIFA 100MG CAJA x 4 TABLE	NAN 3 PRO PACK (2 LATAS X 800 G)
JAZMIN	NAN 3 PRO X 800 G
KETOCON CREMA 15GR 2%	NAN AE LR X 400 GR
KETOCONAZOL MK 200 MG TAB C/10	NAN AR X 400 G
KETOTIFENO MK JBE 1MG/100ML	NAN COMFORT LR X 800 G
KID CAL 180 ML JBE TUTTI FRUTTI	NAN COMFORT X400 G
LACTACYD DELICATA 200ML	NAN HA 1 X 400 G (hipoalergénica)
LACTACYD FEMINA 200ML	NAN LACTOSE FREE X 400 G
LACTACYD INF 200ML	NAN SOYA X 400 G
LACTATO RINGER 1000ML LIFE*16	NAPHCON A COLIRIO 15ML
LACTULAX JBE *240 ML	NAPHCON COLIRIO
LACTULAX 15ML SOBRE*12	NAPHTEARS COLIRIO 15ML
LAMOCOX 15MG TAB *10	NASONEX AD 18GR SPRAY 102220
LAMODERM 15GR CREMA	NASTIZOL COMP JBE 100ML
LAMODERM 5GR CREMA	NASTIZOL COMP TAB *10
LAMODERM NASAL CREMA	NASTIZOL GOTAS 15ML
LANSOPRAZOL NF 30MG CAJA X 10 TABL	NESSUCAR COMPLEMENTO NUTRITIVO X 550 G
LANZOPRAZOL MK 30 MG	NESTOGENO 1 X 400 G
LASIX TAB 40MG *20	NESTOGENO 1 X 800 G
LECHE DE MAGNESIA KRONOS 120ML	NESTOGENO 2 X 400 G
LECHE DE MAGNESIA MK 120 ML	NESTOGENO 2 X 800 G
LECHE DE MAGNESIA MK 360 ML	NESTOGENO 3 LCOMFORTIS X 800 G
LEVOTIROXINA MK 50MG TAB*50	NESTUM PROBIOTICOS 5 CEREALES X 350 GR
LINCOMICINA MK 600MG AMP *6	NESTUM PROBIOTICOS ARROZ X 350 G
LINIMENTO OLIMPICO	NESTUM PROBIOTICOS AVENA Y CIRUELA X 270
LORATADINA + AMBROXOL	NESTUM PROBIOTICOS FRUTILLA X 250 G
LORATADINA MK 10 MG TAB C/10	NESTUM PROBIOTICOS TRIGO QUINUA X 350 G
LORATADINA MK 10MG *10TB	NEURAL 3 25000X1 AMP 3ML
LORATADINA NF 10 MG TAB C/10	NEURAL AMP 3ML 10.000 *1
LOSARTAN MK HCT 100/25 MG TAB*15 /3	NEUROBION TAB *20
MAXIDERM CREMA 15GR	NEUROBION DC 10.000 AMP *1
MEGACILINA 1' AMP	NEUROBION DC 10000X3
MEGACILINA 4' AMP	NEVANAC COLIRIO 0.1% 5ML
MEGACILINA ORAL	NICOTEARNS GOTAS OFT
MELOXICAM MK 15MG TAB*10	NIDO 1 + PREBIO 1 DESLACTOSADA X 1800 GR
MELOXICAM MK 7.5MG TAB*10	NIDO 1 + PREBIO 1 DESLACTOSADA X 400 GR
MESPORIN I.M CAJA X 1 AMP	NIDO 1+ PREBIO CRECIMIENTO 1 GUM X 1.8 KG
MESULID SOBRE *30	NIDO 1+ PREBIO CRECIMIENTO X 400 G
MESULID TAB *20	NIDO 1+ PREBIO STAND PACK X 2 KG
METRONIDAZOL MK 500 TAB C/40	NIDO 1+ PREBIO STAND PACK X 210 G
MICARDIS AMLO 80/5MG TAB *28 /4	NIDO 1+ PREBIO STAND PACK X 400 G
MICROGYNON CD 28	NIDO 1+ PREBIO STAND PACK X 800 G
MICROGYNON SIMPLE 21	NIDO 3+ PREBIO 3 STAND PACK X 2 KG
MICROLU	NIDO 3+ PREBIO CRECIMIENTO 1 GUM X 1.8 KG
MILPAX 150 ML JBE CHICLE	NIDO 3+ PREBIO CRECIMIENTO X 400 G
MINOXIDIL MK 2% LOCION	NIDO 5+ CALCI-N X 1,7 KG
MOBIC AMP 15MG *3	NIDO 5+ CALCI-N X 400G
MOBIC TAB 15MG *10	NIKZON 90 TABLETAS MASTICABLES
MOBIC TAB 7.5MG *10	NIKZON TAB MAST *90 /9
MOMETASONA MK 0.05% 18G INHALADOR	NOTUSIN EX 100ML
SPRAY	

MOMETASONA MK 0.1% 15GR CREMA	NOTUSIN INF 100 ML JBE
MUCOANGIN TAB MASTICABLES *60	NOVO-TEARS COLIRIO 10ML
MUCOSOLVAN AMP *1	NUTRALOGICS CAP AD *30
MUCOSOLVAN C JBE AD 15MG	OFTABIOTICO GOTAS OFTALMICAS 10ML
MUCOSOLVAN C JBE PD 7.5MG	OFTABIOTICO UNG OFT 3.5GR
MUCOSOLVAN CAP 24HR *20	OFTAGEN 3.5 GR UNG OFT
MUCOSOLVAN FORTE JBE AD 30MG	OFTAGEN 5ML GOTAS OFT
MUCOSOLVAN GOTAS 20ML	OFTALIRIO GOTAS OFT
MUCOSOLVAN PD JBE 15MG	OMEPRAZOL NF 20 MG
MULGATOL GEL NARANJA 100GR	OMEPRAZOL NF 40 MG TAB *10
MULTIDOL 400MG TAB *4	OMEZZOL CAP 20MG *10
MULTIDOL 800MG TAB *10	OMEZZOL CAP 40MG *10
MUSCORIL AMP 4MG /2ML *6	ORALYTE MANDARINA 250ML
MUSCORIL CAP 8MG *10	ORALYTE MANDARINA 500ML
NAPHCÓN A COLIRIO 15ML	ORALYTE UVA 250ML
NAPROSYN TAB 500MG *20	OVARINA CAP *40
NAPROXENO MK 500 MG TAB C/10	PARACETAMOL ARISTON COMPRIMIDOS 500MG
NAPROXENO MK 550 MG CAP C/20	PARAGUAY G-F
NATELE	PARODONTAX 90 GR
NEOGASOL GOTAS 20ML	PATANOL COLIRIO 0.1%
NEOGRIPAL CAP *100	PATANOL S COLIRIO 0.2%
NEOGRIPAL GOTAS 15ML	PERLAVIT E 1000 MG CAP *30 /3
NEOGRIPAL JARABE 60ML	PIPERAZINA
NEONALIDIN JBE 60ML	POINTTS
NEONYSTASOLONA CREMA 15GR	PORTA OBJETO 7101
NEURORRUBINA	PRENAN X 400 G (prematuros)
NIFURYL JBE 25MG 100ML	PROCTO-GLYVENOL CREMA
NIFURYL RTD CAP 100MG *30	PROCTOGLYVENOL X 30 GR.
NISTAGLOS CREMA 30GR	PROVERA 10MG TAB *10
NITAZOXANIDA MK 60ML SUSPENSION	PROVERA 5MG TAB *30
NOFERTYL 1ML AMP*1	QG5 FRASCO 30 TABLETAS
NOVALGINA JBE 100ML	QG5 TAB *30
NOVALGINA TAB *100	QUADRIDERM CREMA 20GR
NOVARNELA CREMA 10GR	QUITA ESMALTE 30CC G-F
NYSTASOLONA CREMA 15GR	RANITIDINA NF 150 MG TAB *20
ODONTOCILINA 500MG TAB *20	RANITIDINA NF 300 MG TAB *20
ODONTOGESIC 550MG TAB *20	RELMEX GEL 30GR
OFTALMOGENTA 10 ML GOTAS OFT	RELMEX SOBRE*30
OLEOVAC JBE	RELMEX TAB *20 NIMESULIDA
OLMESARTAN MK 20MG TAB*10	RESPIRA MEJOR
OMEPRAZOL MK 20 MG X 14	RINETASON 50 MCG
ORALSEPT MENTA 240ML	SAL DE ANDREWS X 12 SOBRES
ORALSEPT ORIGINAL 240ML	SAL DE ANDREWS X 50 SOBRES
ORALSEPT TAB *100	SAL INGLESA G-F
ORALYTE CEREZA 250ML	SARNOL 40 GR CREMA
ORALYTE CEREZA 500ML	SCOTT CEREZA 200 ML
ORALYTE COCO 500ML	SCOTT CEREZA 400 ML
ORALYTE MANZANA 250ML	SCOTT NARANJA 200 ML
ORALYTE MANZANA 500ML	SCOTT NARANJA 400 ML
ORALYTE UVA 500ML	SECNIDAZOL NF 1GR TAB*2 /1
ORLISTAT MK 120MG *21	SECNIDAZOL NIFA 500MG CAJA X 4 TABL
OTODYNE GOTAS 13ML	SEIS COPIN GOTAS 10ML
OTOPREN GOTAS 10ML	SEIS COPIN TAB *100
PACK X 2 BEROCCA PERFORMANCE	SENSODYN REPAR Y PROTEG BLANQUEADOR 100G
EFERVESCENTE	
PANALGESIC GEL 180GR	SENSODYNE BLANQUEADOR EF 90 G
PANALGESIC GEL 60GR	SENSODYNE MULTI PROTECCION 90 GR
PANCREATINA SIMETICONA MK *30	SENSODYNE ORIGINAL 90 GR
PANKREOFLAT	SENSODYNE RAPIDO ALIVIO X 100g.
PARACETAMOL MK GOTAS 100MG	SENSODYNE REPARA & PROTEGE 100 G
PARACETAMOL MK JBE 150MG/ 5ML	SERETIDE DIS POL INH 50-250MX 60DO

PARACETAMOL MK TAB 500MG *100	SERETIDE DISKUS 500 X 60 DOSIS
PAROXETINA MK 20MG *10	SERETIDE SUSP INH25/250M/120D
PASSINERVAL JBE 240ML	SERETIDE SUSP INHAL 25- 125MX120 DO
PAZIDOL 1 2 400 MG COM *3	SERETIDE SUSP INHAL 25-50M/120DO
PAZIDOL 500 1 2 JBE (2_5 AÑOS)	SERVAMOX 250MG/5ML FCO.120ML B
PAZIDOL 500MG 15ML SUSP	SERVAMOX 500MG 100ML SUSP
PAZIDOL 750MG 17ML SUSP (6_12 AÑOS)	SERVIFLOX 500MG X 10 TAB
PEDIALYTE 30 X 500ML MANZANA	SHAMP CASPAZOL 200ML
PEDIALYTE CEREZA 500ML SOL Y CALOR 30	SHAMP MEDICASP 130ML
PEDIALYTE COCO 500ML SOL Y CALOR 30	SILDENAFIL NF 50MG TAB*2
PEDIALYTE FRESA 500 ML DIARREA 45	SILUET 40 GEL TÉRMICO 200 ml
PEDIALYTE MANZANA 45	SIMPLAQOR 20 MG TABS X 10
PEDIALYTE MANZANA 500ML DIARREA 60	SIMPLAQOR 40MG TABS X 10
PEDIALYTE UVA 500ML DIARREA 60	SIMVASTATINA NIFA 20MG TABLE X 10
PEDIASURE PLUS FRESA 400GR	SINOVIOL CAP *30
PEDIASURE PLUS VAINILLA 400GR	SOFT TOUCH 120CC G-F
PHARMATON 50 + CAP *30	SPRAY 1/2 ALCOHOL ANTISEPTICO G-F
PHARMATON KIDDI JBE 200ML	SPRAY 1/4 ALCOHOL ANTISEPTICO G-F
PHARMATON VITALITY CAP *30	SPRAY 100CC ALCOHOL ANTISEPTICO G-F
PIRANTEL MK JBE 250MG	STOPTOS 60ML JBE
POSTDAY PLUS TAB*30MG*1	STOPTOS EXP 120ML JBE
POVIDYN SOLUCION 120ML	SUERO FISIOLÓGICO TOPICO 140 ML
PREDNIMAX 5MG TAB *30	SUERO FISIOLÓGICO TOPICO 30 ML
PREGABALINA MK 75MG CAP*14	SUERO FISIOLÓGICO TOPICO 60 ML
PRIMOSISTON AMP.	SUERO ORAL KRONOS SOBRES DE FRUTAS
PRIMOSISTON TAB	SULIDEX 100MG TAB *20
PRIMOTESTON AMPOLLA	SULTAMICILINA 375 MG NF CAJA X 10
PROBINEX TAB 600MG *20	SULTAMICILINA 750 MG NF TAB
PROBINEX TAB 800MG *20	SYSTANE BALANCE 10ML
PROGILUTON	SYSTANE COLIRIO 15ML
PROTHELMINT 2*2 PARASITARIO	SYSTANE GEL EN GOTAS 10ML
PULMOSAN JARABE	SYSTANE ULTRA COLIRIO 10ML
QUETIAPINA MK TAB 100MG *30 /3	TALERDIN 60ML JBE
QUETIAPINA MK TAB 25MG *30 /3	TALERDIN D CAP *10
RANITIDINA MK 150 MG TAB*10	TAMSULOSINA 0,4MG CAPS X 30
RANITIDINA MK 300 MG TABL C/10	TAVEGYL CAJA X 5 AMPOLLAS
RECAMICINA 500 MG TAB *10	TEARS NATU II COLIRIO 10%
REDOXITOS GOMITAS MASTIC X 25 UNID	TEARS NATURAL I COLIRIO
REDOXON DOB. ACC.FCO CAJA X 3 TUBOS	TEATRICAL CELM CREMA ACLARADORA 100 GR
REDOXON DOB. ACC.FCO X 10 TAB.EFER.	TEATRICAL CELM CREMA HUMECTANTE 100 GR
REDOXON DOBLE ACC.EFER.1GR	TEATRICAL CREMA ACLARADORA 200 GR
REDOXON DOBLE ACC.EFER.1GR COMBO X 3	TEATRICAL CREMA HUMECTANTE 200 GR
REDOXON FORTE 2G X 10 TAB EFER	TEGRETOL 200 MG TAB *30
REDOXON GOTAS	TEGRETOL CR 200 MG TAB *50 PAQUETE
RIFAMICINA SPRAY MK	TEGRETOL CR 400 MG TAB *60
RIFAMPICINA MK 300 MG CAP C/10	TENSIFLEX TAB RECUBIER *10
RIFOCINA SPRAY 20ML	TERMO 1LT. 1138
ROJAMIN 1000 AMPOLLAS X 10	TERMOMETRO ORAL 0448
ROJAMIN REFSDO AMPOLLA X 10	TERMOMETRO RECTAL 0455
ROTOPAR 200MG TAB *2 /1	TETINA CARLITOS SILICON B/ ANCHA CAJITA 1131
ROTOPAR SUSP 20 ML	TETINA CARLITOS SILICON CAJITA
SALBUTAMOL MK INHALADOR 200DOSIS	TETRACICLINA 500 X 100 Q A
SARIDON	TINTURA DE VALERIANA 35CC G-F
SARIDON tab 20	TINTURA DE YODO 30 ML G-F
SCABIOLAN LIQUIDO	TIO NACHO ACONDICIONADOR ACLARANTE 415ml
SCHERIDERM	TIO NACHO ENGROSADOR ACONDICIONADO 415ML
SCHERIDERM CREMA	TIO NACHO ENGROSADOR SHAMPOO 415 ML
SECNIDAL JBE 500MG	TIO NACHO ENGROSADOR TRATAMIENTO CAPILAR 135ml
SECNIDAL TAB 1GR *2 /1	TIO NACHO SHAMPOO HERBOLARIA MILENARIA 415ml

SECNIDAZOL MK 1 GR TAB C/2 + ALBENDAZOL	TIO NACHO SHAMPOO MANZANILLA 415ml
SECOTEX OCAS 0.4 MG TAB *10	TOBRADEX COLIRIO 5ML
SHAMP DAVESOL	TOBRADEX UNG OFTAL REFRI
SILIME TAB*50	TOBREX 0.3% 5ML COLIRIO
SILVADIN CREMA 150GR	TOBREX 3,5 GR UNG OFT (REFR)
SILVADIN CREMA 60GR	TOPIC BUCAL ADULTO
SIMEPAR TAB CAJA X 40	TOPIC BUCAL INFANTIL
SIMILAC EYE Q PLUS 1 400GR	TRAVATAN 0.004% 2.5ML GOTAS OFT
SIMILAC IQ 1 400GR	TRAVATAN BACK FREE COLIRIO 2.5ML
SIMILAC IQ 2 400GR	TRIDERM CREMA 40GR
SIMPAUSE 100MG TAB*30 /3	TRIFAMOX IBL 250 MG SUSP 60ML
SIMVASTATINA MK 10MG *10 COMBO	TRIFAMOX IBL 500 MG TAB *8
SIMVASTATINA MK 10MG TAB *10	TRIOVAL 100 ML JBE
SIMVASTATINA MK 20MG *10 COMBO 2+1	TRIOVAL DIA NOCHE TAB *5 /5
SIMVASTATINA MK 20MG TAB *10	TRIOVAL GOTAS 15 ML
SINERGIA 625MG. TAB*10	TRIOVAL TAB *10
SINERGIA TAB 1000MG *10 875. MG 125 MG	TUBOS AL VACIO 10ML ROJO VANTUBO
SINGRIPAL SOBRE CAJA X 30	TUBOS AL VACIO 5ML CELESTE VANTUBO
SINGRIPAL TABLE CAJA x 102 TAB	TUBOS AL VACIO 5ML LILA VANTUBO
SUERO FISIOL 30 CC	TUKOL - D SOL - EXP 125 ML
SUERO FISIOL 60CC	TUKOL-D JARABE EXPECTORANTE 125 ML
SUERO FISIOL UB 40ML SPRAY	TUSIGEN JBE 120ML
SUFTREX FORTE 800MG TAB *100	ULTIVA 5 MG X 5 AMPOLLAS
SUFTREX JBE 100ML	UMBRAL CAP 500MG *50
SUFTREX SIMPLE 400MG TAB *100	UMBRAL GOTAS 30ML
SULTAMIX 250MG 120ML JBE	UMBRAL JBE 60ML
SULTAMIX 250MG 60ML JBE	UNASYN 375 MG CAP *10
SULTAMIX 375MG TAB *10	UNASYN 750 MG CAP *10
SULTAMIX 750MG TAB *10	UNESIA UNGÜENTO ANTIMICOTICO 20 gr
SUPRADYN CAPSULAS	UNESIA UNGUENTO ANTIMICOTICO UÑAS 20GR
SUPRADYNGOMITAS MASTICABLESX30TAB+ VASO	UNICLAR AD 140 DOSIS SPRAY 102224
SUPRADYN GOMITAS MASTICABLES X 30 TAB.	UNICLAR INF 140 DOSIS SPRAY 195927
SUPRAMYCINA 100 MG TABS C/10	UNSULINA BD 1CC 30X8 MM INS. U100 P.M 326732
SUPRAMYCINA FOR TABS *10	UREX 200MG TAB*20
SYSTANE COLIRIO 15ML	UROBACTICEL COM RECUB C*12
SYSTANE ULTRA COLIRIO 10ML	UROSTAT 400 MG TAB*10
TENSORELAX 4MG TAB	VALERPAN 1ML AMP
TENSORELAX 8 MG x 30	VALERPAN 2ML AMP
TERMINEX AMP 2CC	VALTREX 500MG X 10 TABLETAS
TERMINEX FLUX TABLETAS	VASO TOMATODO BARRA FRIO- CALIENTE 8253
TERMINEX UNGUENTO 45G	VASO TOMATODO CARLITOS BARRIL S/AG
TERMYL FORTE 200MG 120 ML JBE	VASO TOMATODO CARLITOS BARRIL C/AG 210ML
TETANOL AMP 0,5	VENOSTASIN GEL 40GR
TINIDAN 1 GR TAB *50	VENOSTASIN RET CAP *20
TOBRADEX COLIRIO 5ML	VENTOLIN AEROSOL 100MCG/200DS
TOBRADEX UNG OFTAL REFRI	VENTOLIN EXPECTORANTE 120ML
TOBREX 0.3% 5ML COLIRIO	VENTOLIN JARABE 200ML 2MG/5ML
TONOGRIPAL PLUS 120ML JBE	VENTOLIN NEBULE 2.5MG 20X2.5ML
TOPASEL AMP *1	VENTOLIN SOLUCION 5MG X 10ML
TOPIDENT AD PINCELADAS	VIGADEXA COLIRIO 5ML
TOPIDENT INF PINCELADAS	VIGAMOX COLIRIO 5ML 0.5%ML
TOPSYN POLIVALENT CREMA 15GR	VISINA EXTRA COLIRIO 15ML
TOPSYN POLYOL 15GR. CREMA BLANCA	VISINA ORIGINAL 15 ML
TRAMAL CAP X 20	VITA TORO JBE 500ML
TRAMAL GOTAS 10ML	VITAFEM TAB *30
TRICEL D 60 ML JBE	VITAMAX PLUS SG CAP X 10 GSK
TRICEL D CAP*20	VOLTAREN 100 MG SUPOSITORIOS
TRIGENTAX CREMA 25GR	VOLTAREN 50 TAB *50
TRIGENTAX CREMA TUBO x 40g	VOLTAREN 75 AMP *10
TUSSEG SOBRE 20/1680MG *12	VOLTAREN AEROSOL 1% 85ML

TUSSEG SOBRE 40/1680MG *12	VOLTAREN AEROSOL 60 G/85 ML HAR
TUSSOLVINA FIT JBE	VOLTAREN EMUGEL FORTE 12 HORAS
TUSSOLVINA FORTE CAPS	VOLTAREN EMULGEL 30 GR.
TUSSOLVINA FORTE JBE 120ML	VOLTAREN EMULGEL 30GR
TUSSOLVINA JBE 120ML	VOLTAREN EMULGEL 60 GR.
ULTRAPRO CREMA	VOLTAREN GOTAS OFT 5ML
ULTRAPRO SUPOSITORIOS	VOLTAREN RET100 TAB *10
ULTRAPROCT L POMADA	VOLTAREN SR 75 TAB *10
ULTRAPROCT SUPOSITORIOS	WELLBUTRIN XL 300MG X 30 TAB
URFAMYCIN 1.5MG 60ML JBE	WELLBUTRIN XL TAB 150MG X 30
URFAMYCIN 500 CAP * 30	X RAY 40 CAPSULAS
URFAMYCIN JBE 250MG 60ML	XOLOF D 5ML GOTAS OFTALMICAS
URIMAX F 100MG CAP*20	XORIMAX 250 MG TABS X 10
UVAMIN RETARD CAJA X20	XORIMAX 500 MG COMPS X 10
VALCOTE JBE 250MG 120ML	XUZAL 5 MG X 10 TABLETAS GSK
VALSARTAN MK HCT 80/ 12.5MG TAB*14 *	YODOSALIL GEL
1	
VALSARTAN MK HCT 80/12.5MG TAB*14	YODOSALIL UNGUENTO 120G
VENASTAT 50 MG CAP *30	YODOSALIL UNGUENTO 12G
VERAPAMILO MK 80 MG TAB C/50	ZANTAC 150MG X 20 TAB
VITACAP-G CAP *30	ZANTAC 300MG X 10 TAB
VITAMINA C MK + ZINC SOBRE*12	ZANTAC EFERV 300 MG TUBO X 10 GSK
VITAMINA C MK 30ML GOTAS	ZANTAC EFERVES. 150MG X 10 GSK
VITAMINA C MK EFERV 1GR +ZINC *3	ZENTEL 200MG. X 10 TABLETAS
VITAMINA C POPS CEREZA*5	ZENTEL 4% SUSP.
VITAMINA C POPS MANZANA SOBRES*5	ZINNAT 250MG X 10 TAB
VULAMOX DUO 1000MG TAB *10	ZINNAT 500 MG X 10 TABLETAS
VULAMOX DUOS SUS 70 ML	ZINNAT INY.750MG.X 1 VIAL
Z FULL FRESA 300GR	ZINNAT SUSP. X 125MG /100ML
Z FULL TB *60 /6	ZINNAT SUSP. X 250MG/70ML
Z FULL VAINILLA 300GR	ZOVIRAX 200 MG X 25 COMP.
ZALDIAR TAB *20	ZYRTEC 10 MG X 10 ML GOTAS
ZALEPLA TAB 7.5MG *30	ZYRTEC 10MG. X 20 TAB. GSK
ZAMUR 500MG CAJA X 10 TAB	ZYRTEC D 120MG/5MG X 10 TABS GSK
ZETIX 7.5 MG TAB *20 /2	ZYRTEC SOL BEB 10MG X 60 ML SOLUC
