



CARRERA: TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN

TEMA:

“Proyecto de factibilidad para la implementación de una Farmacia, ubicada en el Barrio San Valentín, ciudad Nueva Loja”

**Proyecto de Plan de Negocio previo a la obtención del título de
Tecnólogo Superior en Administración**

AUTOR: Víctor Alfredo Carrillo Pazmiño

TUTOR:

Ing. Kabir Olmedo

D.M. Quito, 12 de agosto de 2022

DEDICATORIA

Este trabajo quiero dedicar primero a Dios por haberme bendecido y guiado a culminar esta etapa en mi vida profesional.

Quiero dedicar este trabajo a mi papá por ser el soporte fundamental para continuar en el camino y mejorar constantemente, es mi papá quien me ha apoyado en toda circunstancia y ha sido un modelo a seguir de superación

.

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a Dios por haberme dado la vida y en especial a mi papá que me ha apoyado constantemente durante este periodo de estudio académico, gracias a él puedo decir que estoy finalizando mis estudios, sin su gran ayuda no hubiera sido posible este sueño que se hace realidad.

También agradezco al. Ing. Kabir Olmedo y MSc Christian Carvajal, por orientarme durante este proceso de finalización de estudios académicos.

AUTORÍA

Yo, Víctor Alfredo Carrillo Pazmiño autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente



Víctor Alfredo Carrillo Pazmiño

D.M. Quito, 12 de agosto de 2022

Ing. Kabir Olmedo
Tutor de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

El presente informe de investigación se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

Ing. Kabir Olmedo.

D.M. Quito, 12 de agosto de 2022

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: Ing. Kabir Olmedo y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo de fin de carrera; y el Sr. Víctor Alfredo Carrillo Pazmiño por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo de fin de carrera.

SEGUNDA: UNO.- Sr. Víctor Alfredo Carrillo Pazmiño realizó el trabajo de fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la implementación de una Farmacia, ubicada en el Barrio San Valentín, ciudad Nueva Loja.”**, para optar por el título de, Tecnóloga en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del Ing. Kabir Olmedo.

DOS.- Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos de fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, El Ing. Kabir Olmedo en calidad de Tutor del trabajo de fin de carrera y el Sr. Víctor Alfredo Carrillo Pazmiño, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos del trabajo titulado: **“Proyecto de factibilidad para la implementación de una Farmacia, ubicada en el Barrio San Valentín, ciudad Nueva Loja.”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: Aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.



Ing. Kabir Olmedo

Víctor Alfredo Carrillo Pazmiño

D.M. Quito, 12 de agosto de 2022

ÍNDICE DE CONTENIDOS

<u>DEDICATORIA.....</u>	<u>2</u>
<u>AGRADECIMIENTO.....</u>	<u>3</u>
<u>AUTORÍA.....</u>	<u>4</u>
<u>CERTIFICACIÓN</u>	<u>5</u>
<u>ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA... </u>	<u>6</u>
<u>ÍNDICE DE TABLAS</u>	<u>13</u>
<u>ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....</u>	<u>15</u>
<u>1. RESUMEN</u>	<u>17</u>
<u>2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.....</u>	<u>19</u>
2.1. CREACIÓN DE LA EMPRESA	19
2.2. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	19
2.2.1. IMPORTANCIA.....	19
2.2.2. CARACTERÍSTICAS.....	20
2.2.3. ACTIVIDAD.....	21
2.3. TAMAÑO DE LA EMPRESA.....	21
2.4. NECESIDADES QUE SATISFACER.....	21
2.4.1. NECESIDAD DE FISIOLÓGICA.....	22
2.4.2. NECESIDAD DE SEGURIDAD.....	22
2.4.3. NECESIDAD SOCIAL.....	22
2.4.4. NECESIDAD RECONOCIMIENTO.....	22
2.4.5. NECESIDAD DE AUTORREALIZACIÓN.....	23
2.4.6. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	23
2.5. FILOSOFÍA EMPRESARIAL.....	24
2.5.1. MISIÓN.....	24
2.5.2. VISIÓN.....	24
2.5.3. OBJETIVOS.....	24

2.5.4. META.....	25
2.5.5. ESTRATEGIAS.	25
2.5.6. POLÍTICAS.....	25
2.5.7. FODA.	26
2.6. DESARROLLO ORGANIZACIONAL	28
2.6.1. TIPO DE ESTRUCTURA.....	28
2.6.2. FORMALIZACIÓN.....	29
2.6.3. INTEGRACIÓN.	30
2.7. ORGANIGRAMA EMPRESARIAL.....	30
2.8. FUNCIONES DEL PERSONAL.....	31

3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING 33

3.1. OBJETIVO DE MERCADOTECNIA	33
3.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	33
3.3. MODALIDAD.....	33
3.4. PLAN DE MUESTREO.....	34
3.5. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS.....	35
3.5.1. A. EDAD PROMEDIO	35
3.5.2. A. ESTADO CIVIL	36
3.5.3. A. GÉNERO	37
3.5.4. A. NIVEL ACADÉMICO	38
3.5.5. PROMEDIO DE INGRESO MENSUAL.....	39
3.5.6. A. OCUPACIÓN LABORAL.....	40
3.5.7. 1. SELECCIONE EL PROMEDIO DE PERSONAS CON LAS QUE USTED CONVIVE	41
3.5.8. 2. ¿USTED O ALGÚN FAMILIAR SUYO PRESENTA ALGUNA ENFERMEDAD	42
QUE REQUIERA LA COMPRA DE MEDICAMENTO CONTINUO?.....	42
3.5.9. 3. SELECCIONE EL TIPO DE PRODUCTOS MÉDICOS QUE USTED SUELE	43
COMPRAR CON MÁS FRECUENCIA	43
3.5.10. 4. ¿HA TENIDO OCASIONES DONDE USTED NO HAYA RECIBIDO ALGÚN	44
MEDICAMENTO EN EL SUBCENTRO DE SALUD SAN VALENTÍN U HOSPITAL DE LA CIUDAD	44
DE NUEVA LOJA?	44
3.5.11. 5. MENCIONE EL NOMBRE DE TRES MEDICAMENTOS QUE USTED NO	45
SUELE ENCONTRAR CON FACILIDAD	45
3.5.12. 6. ¿CUÁNTO SUELE GASTAR MENSUALMENTE EN PROMEDIO EN	46
PRODUCTOS MÉDICOS?.....	46
3.5.13. 7. ¿QUÉ SERVICIO CONSIDERA USTED QUE UNA FARMACIA DEBERÍA	47
IMPLEMENTAR? 47	47

3.5.14. 8. SELECCIONE TRES FACTORES O ELEMENTOS QUE USTED CONSIDERA MÁS IMPORTANTE EN UNA FARMACIA	48
3.5.15. 9. SELECCIONE ¿EN QUÉ MEDIOS PREFERIRÍA USTED RECIBIR INFORMACIÓN SOBRE PRODUCTOS MÉDICOS?.....	49
3.5.16. 10. SELECCIONE LOS MÉTODOS DE PAGO QUE USTED UTILIZA PARA PAGAR LOS MEDICAMENTOS	50
3.5.17. 11. ESTARÍA USTED DISPUESTO A COMPRAR PRODUCTOS MÉDICOS Y CUIDADO PERSONAL EN UNA FARMACIA UBICADA A DOS CUADRAS DEL CENTRO DE SALUD SAN VALENTÍN.....	51
3.6. ENTORNO EMPRESARIAL.....	52
3.6.1. MICROENTORNO.....	52
3.6.2. MACROENTORNO.....	55
3.7. PRODUCTO Y SERVICIO	56
3.7.1. PRODUCTO ESENCIAL.....	57
3.7.2. PRODUCTO REAL.....	57
3.7.3. CARACTERÍSTICAS.....	57
3.7.4. CALIDAD.....	58
3.7.5. ESTILO.....	58
3.7.6. MARCA.....	58
3.7.7. PRODUCTO AUMENTADO.....	58
3.7.8. PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO	59
3.7.9. MATERIALES DE IDENTIFICACIÓN.....	61
3.7.10. CANAL DE DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTAS	64
3.7.11. RIESGO Y OPORTUNIDADES DEL NEGOCIO.....	65
3.8. FIJACIÓN DE PRECIOS	66
3.8.1. FIJACIÓN DE PRECIOS ESTÁNDAR DE MEDICAMENTOS.....	66
3.9. IMPLEMENTACIÓN DEL NEGOCIO	72
3.9.1. ARRIENDO DEL LOCAL.....	72
3.9.2. EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD.....	72
3.9.3. EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.....	72
3.9.4. MUEBLES Y ENSERES.....	73
3.9.5. EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD.....	73
3.9.6. SUMINISTROS DE OFICINA.....	74
1.1.1. SERVICIOS BÁSICOS.....	74
3.9.7. MATERIALES DE LIMPIEZA.....	75
3.10. ESTUDIO ARQUITECTÓNICO	75
3.11. ESTRUCTURA INTERNA DEL ESTABLECIMIENTO.....	76
4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL.....	77

4.1.	PASOS PARA ABRIR LA MICROEMPRESA COMO PERSONA NATURAL	77
4.2.	REQUISITOS TRIBUTARIOS	78
4.2.1.	RUC PARA PERSONA NATURAL.....	78
4.3.	REQUISITOS MUNICIPALES PARA PERSONAS NATURALES	79
4.3.1.	FORMULARIOS QUE DEBE PRESENTAR.....	80
4.3.2.	REQUISITOS GENERALES PARA LA EMISIÓN DEL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO A PERSONAS NATURALES:	80
4.4.	PATENTE MUNICIPAL.....	81
4.5.	IESS (INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL).....	81
4.6.	MINISTERIO DE TRABAJO.....	82
4.7.	SERVICIO DE RENTAS INTERNAS / SRI.....	83
4.7.1.	LUGAR DE LA INSCRIPCIÓN	83
4.7.2.	REQUISITOS DE LA INSCRIPCIÓN	83
4.7.3.	RESPONSABILIDAD DEL CONTRIBUYENTE	84
4.8.	RÉGIMEN RIMPE	84
4.8.1.	ACTIVIDADES NO SUJETAS AL RIMPE.....	85
4.8.2.	COMPROBANTES DE EMPRENDEDORES	85
4.8.3.	IMPUESTO A LA RENTA.....	86
4.8.4.	IVA	87
4.8.5.	RETENCIONES	87
4.8.6.	IMPUESTO A LOS CONSUMOS ESPECIALES.....	88
4.8.7.	VIGENCIA	88
4.9.	AGENCIA DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA / ARCSA 88	
4.9.1.	PROCEDIMIENTO DE OBTENCIÓN DE PERMISO DE FUNCIONAMIENTO: .	88
5.	<u>PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL</u>	91
5.1.	OBJETIVO DE ÁREA	91
5.2.	IMPACTO AMBIENTAL	92
5.3.	IMPACTO SOCIAL	94
5.3.1.	IGUALDAD DE GÉNERO.....	94
5.3.2.	RETROALIMENTACIÓN CONSTANTE A EMPLEADOS.....	95
5.3.3.	PROTOCOLO DE BIOSEGURIDAD	95
6.	<u>PROCESO FINANCIERO</u>	96
6.1.	INTRODUCCIÓN.....	96

6.2. ACTIVOS FIJOS.....	96
6.3. ACTIVOS DIFERIDOS.....	97
6.4. CAPITAL DE TRABAJO	97
6.5. SUELDOS.....	99
6.6. DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS.	100
6.7. AMORTIZACIONES	101
6.8. TABLA DE AMORTIZACIÓN	101
6.9. ESTRUCTURA CAPITAL.....	102
6.10. PUNTO DE EQUILIBRIO	103
6.11. COSTO DE VENTAS	105
6.12. FLUJO DE CAJA.....	107
6.13. CÁLCULO DEL TIR Y EL VAN	108
6.13.1. VAN (VALOR ACTUAL NETO).....	108
6.13.2. TIR (TASA INTERNA DE RETORNO)	108
<u>CONCLUSIONES</u>	<u>110</u>
<u>RECOMENDACIONES</u>	<u>111</u>
<u>REFERENCIAS</u>	<u>112</u>
<u>ANEXOS.....</u>	<u>116</u>

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Puesto de Gerente.....	31
Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, Gerente.....	31
Tabla 3 Puesto de cajero - vendedor	32
Tabla 4. Méritos aspectos a considerar, cajero	32
Tabla 5 Edad promedio	35
Tabla 6 estado civil	36
Tabla 7. Género.....	37
Tabla 8. Nivel académico.....	38
Tabla 9. Promedio de ingreso mensual	39
Tabla 10. Pregunta N ^a 6	40
Tabla 11. Pregunta 1	41
Tabla 12. Pregunta 2	42
Tabla 13 Pregunta 3	43
Tabla 14 Pregunta 4	44
Tabla 15. Pregunta 5	45
Tabla 16 Pregunta 6	46
Tabla 17 Pregunta 9	49
Tabla 18 Pregunta 10	50
Tabla 19 Pregunta 11	51
Tabla 20 Proveedores.....	54
Tabla 21 Financiamiento publicidad y uniformes.....	65
Tabla 22 Análisis de costes de productos.	67
Tabla 23 Arriendo del local	72
Tabla 24 Equipos industriales	72
Tabla 25 Equipos de computación	72
Tabla 26 Muebles y enseres	73
Tabla 27 Equipos industriales de seguridad.....	73
Tabla 28 Suministros de oficina.....	74

Tabla 29 Servicios básicos	74
Tabla 30 Material de limpieza.....	75
Tabla 31 Activos Fijos	96
Tabla 32. Activos diferidos	97
Tabla 33. Capital de trabajo	98
Tabla 34. Detalles de inversión.....	99
Tabla 35. Sueldos.....	99
Tabla 36 Décimos	100
Tabla 37 Sueldo total anual.....	100
Tabla 38 Depreciación de activos fijos	101
Tabla 39. Porcentaje Amortización.....	101
Tabla 40. Amortización.....	102
Tabla 41. Estructura de capital.....	103
Tabla 42. Costos fijos.....	104
Tabla 43. Margen de contribución	104
Tabla 44. Punto de equilibrio	105
Tabla 45. Ventas /costos	105
Tabla 46. Costo de ventas.	106
Tabla 47. Flujo de caja	107
Tabla 48. VAN/ TIR	109

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Pirámide de Maslow.	21
Ilustración 2. Ubicación.	23
Ilustración 3. Organigrama empresarial Farmacia San Valentín	30
Ilustración 4 Edad promedio	35
Ilustración 5 Estado civil.....	36
Ilustración 6 Género.....	37
Ilustración 7 Nivel académico.....	38
Ilustración 8. Promedio de ingreso mensual	39
Ilustración 9 Ocupación laboral	40
Ilustración 10. Pregunta N 1, gráfico circular	41
Ilustración 11 Pregunta 8, gráfico circular.....	42
Ilustración 12 Pregunta 3, gráfico horizontal.....	43
Ilustración 13 Pregunta 4 gráfico circular.....	44
Ilustración 14. Pregunta 5, gráfico circular.....	45
Ilustración 15. Pregunta 6	46
Ilustración 16. Pregunta 7, gráfico horizontal.....	47
Ilustración 17 Pregunta 8, gráfico horizontal.....	48
Ilustración 18 Pregunta 9, gráfico horizontal.....	49
Ilustración 19 Pregunta 10, gráfico circular.....	50
Ilustración 20 Pregunta 11, gráfico circular.....	51
Ilustración 21 Esquema microentorno Farmacia San Valentín.....	52
Ilustración 22 Ubicación de la Farmacia San Valentín.....	52
Ilustración 23. Esquema macroentorno Farmacia San Valentín	55
Ilustración 24. Diseño uniforme Gerente	59
Ilustración 25 Uniforme Cajero - Vendedor	60
Ilustración 26. Imagotipo Farmacia San Valentín.....	61
Ilustración 27 Anverso tarjeta de presentación	62
Ilustración 28 Reverso tarjeta de presentación.....	62

Ilustración 29. Hoja membretada	63
Ilustración 30 Estructura de la farmacia.....	76
Ilustración 31 Vista superior de la farmacia San Valentín.....	76

“Proyecto de factibilidad para la implementación de una Farmacia, ubicada en el Barrio San Valentín, ciudad Nueva Loja.”

Víctor Alfredo Carrillo Pazmiño

Ing. Kabir Olmedo

D.M. Quito 12 de agosto de 2022

1. Resumen

Farmacia San Valentín es una microempresa enfocada en la comercialización de medicamentos y productos afines al cuidado de la salud, los productos comercializados contarán con normas de garantía en calidad y materiales amigables con el ambiente. La microempresa estará ubicada en la provincia de Sucumbíos, cantón Lago Agrio, ciudad Nueva Loja, en las calles Balsas y Zaruma, lugar donde existen viviendas familiares y de arriendo, además a dos cuadras de distancia se encuentra el Subcentro de salud San Valentín, razón por la cual se considera que es un excelente sector donde se plantea implementar el local. Para el cumplimiento de las normativas impuestas por las entidades de control se mantendrá actualizado todos los permisos de funcionamiento, se cumplirá con el código laboral también para precautelar la integridad de todos quien hace parte de la microempresa.

Se buscará una estrategia de investigación para conocer la oferta y demanda del lugar en que se establecerá la microempresa, se realizará estudios de demanda a los potenciales consumidores para determinar cuan viable es el proyecto centrado en la comercialización de medicamentos y productos afines al cuidado de la salud.

La comercialización de los productos se realizará de forma directa, es decir sin necesidad de intermediarios sin embargo si se considera contar como aliados estratégicos a los medios de transporte para que lleven el producto solicitado al domicilio del cliente en caso de requerirlo, además se trabajará con las redes sociales más frecuentadas por el cliente potencial.

En cuanto al valor que se cobrará al cliente por cada producto estará determinado por una serie de cálculos con el fin de obtener ganancias y estabilidad financiera, como también se considerará la capacidad de gasto del cliente y la competencia que existe en el entorno.

Para la apertura de la microempresa se ha desarrollado un análisis técnico financiero donde se establece el capital que se requiere para la adquisición de productos, materia prima, pago de salarios, permisos de funcionamiento y entre otros gastos que son de vital importancia, se ha realizado una proyección económica de la empresa en el plazo de cinco años, donde se evidencia que la propuesta es viable.

2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Es un factor muy importante que asegura el buen funcionamiento de la organización, ya que ayuda a alcanzar los objetivos fijados en la empresa, mejora el uso de los medios de los que se dispone y la comunicación entre los distintos empleados, aumenta la eficiencia y la productividad y disminuye los costes. (EAE Business School, 2022)

2.1. Creación de la empresa

La implementación de la farmacia surge de la necesidad de proveer medicamentos para los habitantes del barrio y las personas que se hacen atender en el Subcentro San Valentín, la farmacia ofertará medicamentos más solicitados por los usuarios, mismos que no suelen ser entregados por el subcentro médico, especialmente en estos últimos tiempos donde el gobierno no está entregando lo medicina a los pacientes.

La farmacia pretende solventar las necesidades de la población que requiere diversos productos médicos con urgencia.

2.2. Descripción de la empresa

2.2.1. Importancia.

La Farmacia San Valentín solventará las necesidades de los habitantes del barrio y personas que se atienden en el Subcentro de salud, mediante la venta de productos médicos confiables, garantizados y de calidad, además de medicamentos se plantea comercializar productos para el cuidado de la salud e higiene de las personas.

2.2.2. Características.

Responsabilidad social: La Farmacia San Valentín, piensa en el bienestar y seguridad de sus clientes, para ello se propone comercializar productos confiables, garantizados, además se plantea crear un protocolo de bioseguridad para generar más garantías de seguridad durante el servicio.

Investigación e innovación: La Farmacia San Valentín trabaja en una constante investigación respecto a la fiabilidad de determinados productos médicos y de aseo, con el fin de proveer insumos óptimos que no causen daño alguno en los clientes.

Responsabilidad ambiental: La Farmacia San Valentín es consciente de la creciente contaminación ambiental que vive el mundo entero, es por eso por lo que contarán con fundas biodegradables, además implementará un plan de manejo ambiental para disminuir el impacto ambiental a causa de la comercialización de los productos médicos.

Profesionales apasionados con su trabajo: durante el proceso de comercialización el personal de la Farmacia San Valentín realizará su trabajo de manera óptima y eficiente en todas sus áreas siendo así que en la negociación con proveedores y clientes se buscarán mecanismos favorables para ambas partes, además que se establecerá un ambiente confortable y amigable.

2.2.3. *Actividad.*

La Farmacia San Valentín, se dedicará exclusivamente a la comercialización de productos médicos y cuidado de la salud.

2.3. **Tamaño de la empresa.**

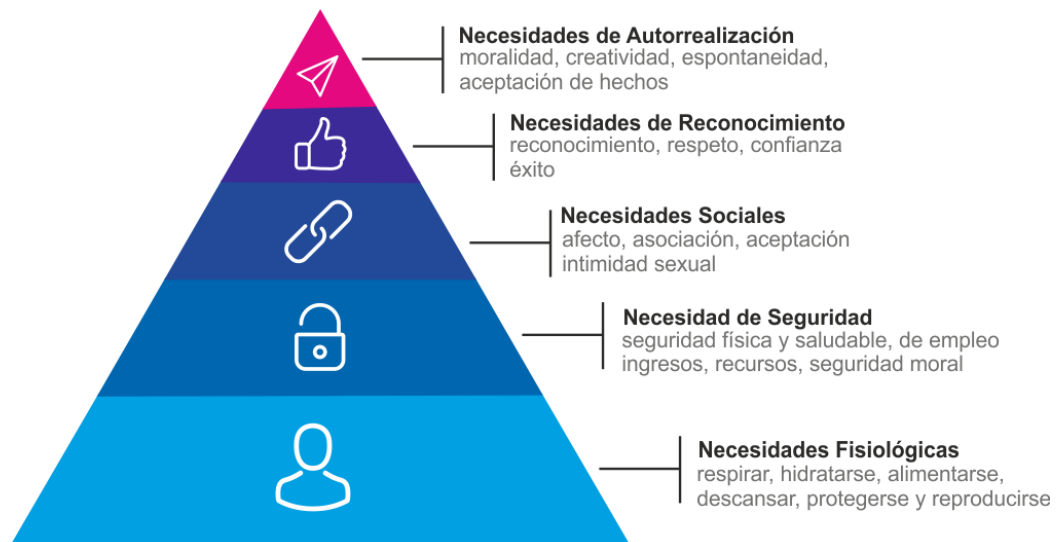
La Farmacia San Valentín es una microempresa que cuenta con 2 áreas básicas: área ejecutiva, área operativa.

La empresa contará con:

- Gerente.
- Cajero/vendedor

2.4. **Necesidades que satisfacer**

Ilustración 1. Pirámide de Maslow.



(Roberto Espinosa, 2020) *Pirámide de Maslow*. Recuperado de:

<https://robertoepinosa.es/2019/06/09/piramide-de-maslow/>

2.4.1. Necesidad de Fisiológica.

La Farmacia San Valentín a través de la venta de sus productos cubre la necesidad de protección, misma que se garantiza con la comercialización de medicamentos confiables y de calidad.

2.4.2. Necesidad de Seguridad.

La Farmacia San Valentín satisface la necesidad de salud, así como también se enfatiza en los protocolos de seguridad COVID 19 velando en la seguridad física de los clientes.

2.4.3. Necesidad Social.

La primera necesidad social es el área interna, el personal que pertenece a nómina se encargará de implementar un ambiente de trabajo y por ende se desarrolle un excelente equipo de trabajo motivados por la creatividad y habilidades individuales de cada uno de los trabajadores.

La relación externa entre empresa-clientes. La Farmacia San Valentín buscará brindar confianza a sus clientes y proveedores a través de una comunicación clara y atención exclusiva para el cual el personal estará capacitado para ofrecer productos garantizados.

2.4.4. Necesidad Reconocimiento.

A través de la comercialización de productos de calidad y el servicio brindado hacia el cliente se generará confianza.

2.4.5. Necesidad de Autorrealización.

La Farmacia San Valentín llegará a ser una microempresa reconocida por la calidad de productos que provee al cliente más el valor agregado en el servicio al momento que el cliente compra el producto.

2.4.6. Localización de la empresa

La Farmacia San Valentín está ubicada en la provincia de Sucumbíos, cantón Lago Agrio, ciudad Nueva - Loja, en las calles Balsas y Zaruma.

Ilustración 2. Ubicación.



(GoogleMaps, 2022)Ubicación. Recuperado de
<https://www.google.com/maps/place/Lago+Agrio/@0.091225,-76.8774634,15z/data=!4m5!3m4!1s0x8e28224dff51f359:0x7c94f3b4fbc6b1d9!8m2!3d0.0726839!4d-76.7336521>

2.5. Filosofía empresarial

“Es el conjunto de elementos que definen las prácticas empresariales que utiliza un negocio para alcanzar sus objetivos comerciales. Permite fortalecer las relaciones con sus clientes y resume el ambiente, la cultura y los valores de la compañía.” (Master, 2020)

2.5.1. Misión.

Comercializar medicamentos de calidad para los habitantes del barrio y pacientes que se atienden en el Subcentro de Salud.

2.5.2. Visión.

Alcanzar la categoría de empresa y abrir sucursales en otros barrios de la ciudad de Nueva Loja con el fin de proveer medicamentos de calidad al cliente.

2.5.3. Objetivos.

- Investigar los medicamentos más solicitados por parte de los habitantes del barrio y pacientes del Subcentro médico.
- Utilizar los medios y herramientas digitales para mejorar la comercialización medicamentos que oferta La Farmacia San Valentín
- Capacitar semestralmente a los empleados para mejorar progresivamente la calidad de servicio.

2.5.4. Meta.

- Alcanzar un alto grado de aceptación de la población local
- Obtener un alto margen de utilidad
- Diversificar la oferta de productos
- Ser una microempresa sustentable

2.5.5. Estrategias.

La Farmacia San Valentín plantea aplicar estrategias competitivas y funcionales siendo estas las siguientes:

- Realizar un estudio de mercado respecto a productos médicos más utilizados.
- Crear promociones y descuentos en base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado.
- Utilizar las redes sociales para comercializar productos y servicios.
- Crear una relación de amistad para fidelizar los clientes.
- Automatizar servicios para optimizar recursos económicos y brindar un servicio más eficiente al cliente.

2.5.6. Políticas.

Son declaraciones de los principios generales que una organización se compromete a respetar y hacer cumplir. En este tipo de documentos se especifican las reglas y directrices que rigen el funcionamiento de la empresa, estableciendo cual es la mejor manera de comportarse de los trabajadores. (Montagud, 2021)

Los trabajadores.

- Puntualidad y responsabilidad de todos los miembros de la empresa, con el fin de cumplir con las normas internas como los horarios y tareas.
- Los empleados deberán estar estrictamente uniformados.
- La relación entre empleados deberá ser netamente laborales.
- Por ninguna circunstancia los empleados deberán presentarse con algún tipo de sustancia estupefaciente a laborar.
- Los empleados deberán asesorar y orientar a los clientes respecto al uso de diferentes productos.

La empresa.

- Protege al trabajador de que se lo exponga a un ambiente de trabajo hostil.
- Cumplimiento de las obligaciones establecidas en los contratos.
- La confidencialidad por parte del empleado.
- Capacitar semestral o anualmente a los empleados con el fin de brindar la mejor atención al cliente.
- Innovar e implementar estrategias de atención al cliente para una mejor venta

2.5.7. FODA.

“Es una técnica que se usa para identificar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas del negocio o, incluso, de algún proyecto específico; el

análisis FODA se puede aplicar tanto con fines profesionales como personales.”

(Raeburn, 2021)

Fortalezas.

- Ambiente laboral confortable.
- Personal cuenta con experiencia y conocimiento técnico.
- Un equipo de trabajo capacitado y comprometido con lo que hace.
- Tecnificación del sistema administrativo.

Oportunidades.

- No existen negocios competidores
- Cercanía al Subcentro médico
- Crecimiento poblacional del barrio y la ciudad.

Debilidades.

- El espacio físico limitado.
- Espacio disminuido del área de trabajo y poca ventilación.
- No cuenta con garaje

Amenazas.

- Crisis mundial a raíz del COVID 19 y el conflicto Rusia - Ucrania

- Inestabilidad en el ámbito social, económico y político que vive año tras año el país.
- Alza de precios materia prima e importación.
- La creciente delincuencia nacional a raíz de la emergencia sanitaria.

2.6. Desarrollo organizacional

El desarrollo organizacional es el progreso que experimentan las organizaciones por medio de procesos que mejoran su gestión interna. Las organizaciones están en constante movimiento y ajustándose a los cambios que el mercado, la legislación local, el medioambiente y la sociedad les exige.(Orellana, 2020)

2.6.1. Tipo de Estructura.

Diferenciación.

En la Farmacia San Valentín la comunicación será de tipo lineal, desde la cabeza de mando hasta los niveles más bajos, facilitando la ejecución, control y supervisión de procesos, con el fin de satisfacer al cliente.

La estructura lineal se basa fundamentalmente en los niveles de autoridad y se maneja un sistema de decisión centralizada. Esta se estructura de forma piramidal, mientras más alta es la jerarquía disminuyen los puestos, pero aumenta en cada cargo el número de responsabilidades. (Quiroa, 2020)

La organización será de tipo jerárquico y está estructurada de la siguiente manera:

Nivel Gerencial

Nivel Operativo

Nivel Gerencial.

Gerente

Nivel Operativo.

Cajero - vendedor

Vendedor

2.6.2. Formalización.

La empresa se regirá a manuales de procesos, políticas, normas y estrategias basadas en la misión de esta, creada para su identificación, y en la búsqueda del cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente, cumplimiento de impuestos, cotizaciones a la seguridad social (para el propietario y sus empleados) y la legislación laboral.

Para su operación será legalmente constituida y cumplirá con las exigencias solicitadas por los entes de control legislativo y tributario, teniendo así el respectivo permiso de funcionamiento.

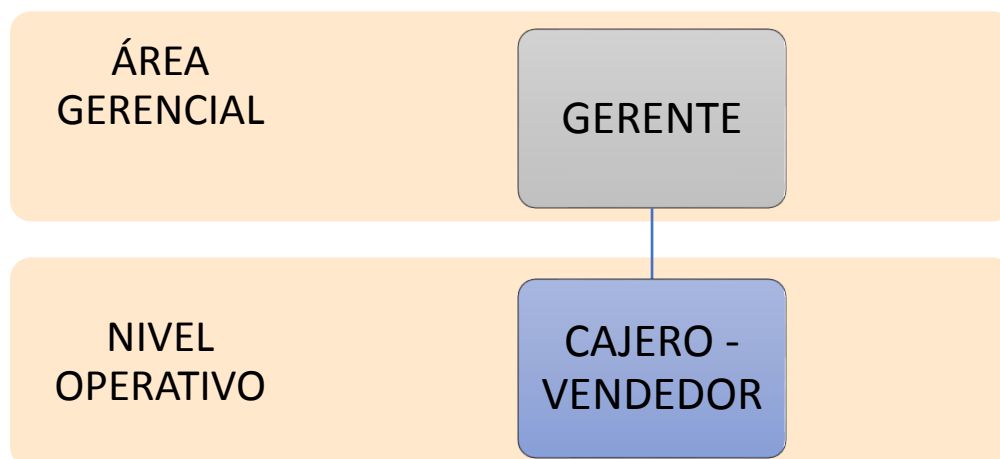
2.6.3. Integración.

La integración organizacional se basará en el sistema de gestión a través de los procesos de compras, ventas, este sistema permitirá llevar un control completo de entradas y salidas, identificando la interrelación entre éstos y a la vez tomando en cuenta que se debe llevar un registro de actividades, en las cuales participen todos los miembros de la empresa de manera equitativa e igualitaria.

2.7. Organigrama empresarial

Es un esquema organizacional que representa gráficamente la estructura interna de una empresa, permite visualizar rápidamente la jerarquía de la empresa. (Gutiérrez, 2021)

Ilustración 3. Organigrama empresarial Farmacia San Valentín



Carrillo, V. (2022). *Organigrama empresarial. Farmacia San Valentín*. Nueva Loja.

2.8. Funciones del personal

Tabla 1 Puesto de Gerente

Detalles generales del puesto de gerente.	
Empresa	Farmacia San Valentín
Unidad Administrativa	Área Gerencial.
Misión del puesto	Supervisar las funciones delegadas a los empleados en nómina para un manejo eficiente de las áreas existentes, toma de decisiones y solución de inconvenientes presentados interna y externamente de ser necesario, atender quejas que se presenten por parte de los empleados y clientes, administrar la tienda de manera responsable y equitativa en base la carga laboral de cada uno de los empleados
Denominación del puesto	Gerente
Rol del puesto	Administración y supervisión correctamente para alcanzar los objetivos de ventas
Remuneración	730,00 \$

Carrillo, V. (2022). puesto de gerente. Nuev Loja.

Méritos aspectos a considerar

Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, Gerente

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en administración o superior.	Mínima 1 año en el cargo a fin.	Marketing. Comercio. Dominio de procesos contables. Sistema Office avanzado	Liderazgo Responsabilidad Respeto Innovación Creatividad Trabajo en equipo.

Carrillo, V. (2022). *Méritos aspectos a considerar, gerente*. Nueva Loja.

Tabla 3 Puesto de cajero - vendedor

Detalles generales del puesto de cajero.	
Empresa	Farmacia San Valentín
Unidad Administrativa	Área operativa
Misión del puesto	Actividades relacionadas a cobranza de caja, ventas y otras actividades a fin
Denominación del puesto	Cajero - Vendedor
Rol del puesto	Atención al cliente, manejo de dinero, cobranza, Inventario de productos
Remuneración	450,00 \$

Carrillo, V. (2022). Puesto de Cajero - Vendedor. Nueva Loja.

Méritos aspectos a considerar

Tabla 4. Méritos aspectos a considerar, cajero

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Bachiller en contabilidad. Cursando estudios o profesional de administración o contabilidad.	Al menos 8 meses de experiencia.	Atención al cliente. Contabilidad. Ventas. Manejo de caja. Excel avanzado.	Responsabilidad Compromiso. Respeto. Puntualidad. Proactividad Iniciativa. Trabajo en equipo.

Carrillo, V. (2022). *Méritos aspectos a considerar, cajero*. Nueva Loja.

3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1. Objetivo de mercadotecnia

El objetivo de la mercadotecnia de la “Farmacia San Valentín” es Posicionar la marca en la mente del consumidor, en aquellas personas que requieren medicamentos para tratar enfermedades y productos de aseo y cuidado personal.

3.2. Investigación de mercado

La Farmacia San Valentín consideró realizar una investigación descriptiva, con el fin de obtener datos que permitan sustentar el presente trabajo investigativo, para ello se realizó una investigación documental, sociológica y generalidades del barrio San Valentín, ubicado en el sector noreste de la ciudad de Nueva Loja. Mediante la investigación documental se analizó fuentes primarias y secundarias, recolectando información sobre definición de vocabulario técnico, datos socioculturales del barrio San Valentín, bases teóricas y legales para la apertura de una microempresa; Se utilizó como herramienta el desarrollo de un cuestionario, mientras que como técnica se utilizó la encuesta.

3.3. Modalidad.

La investigación se realizó a través de encuestas en la plataforma Google forms, con el fin de recopilar datos informativos respecto a medicamentos, productos de cuidado y aseo personal que son requeridos por la población, la presente encuesta se realizó de

manera virtual debido a la situación actual que atraviesa el mundo a causa del Covid-19. Para la población de estudio se consideró el número de habitantes del barrio San Valentín, Según los datos facilitados por la presidente (Patricia Merino, 2022), del Barrio San Valentín hay 200 habitantes mayores de edad, se considera este público como objeto de estudio porque es un grupo social que en su mayoría tiene trabajo y tiene mayor libertad de decisión a diferencia de un menor de edad.

3.4. Plan de Muestreo

Una vez que se ha identificado la población mayor de edad del barrio San Valentín, se aplicó la fórmula probabilística para conocer la muestra con la que se va a trabajar en la investigación, a continuación, se describe la fórmula utilizada.

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

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 94% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{200 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (230 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{192}{1,4579}$$

$$\mathbf{n = 132}$$

Una vez aplicada la fórmula se determinó que la muestra de estudios es de 132 personas, a continuación, se presenta los datos obtenidos de las encuestas realizadas.

3.5. Análisis de las encuestas

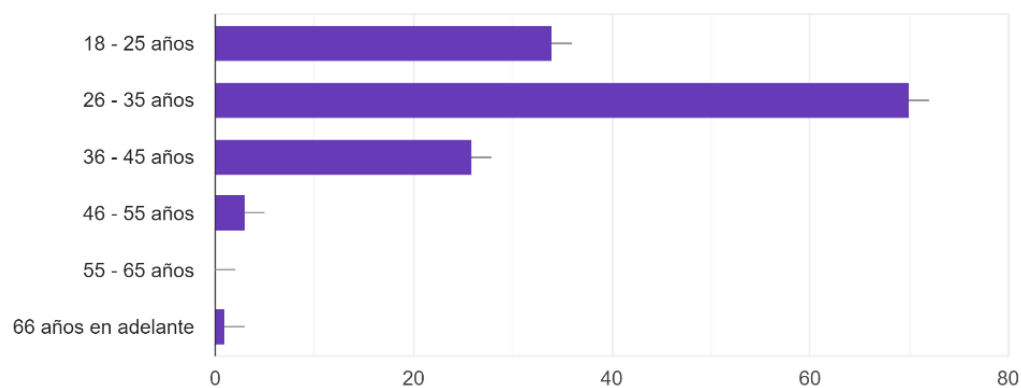
3.5.1. A. Edad promedio

Tabla 5 Edad promedio

Edad promedio				
Medio	Porcentaje	Cantidad	fr	%
18 - 25 años	25,8	34	0,25	25,37
26 - 35 años	53	70	0,52	52,24
36 - 45 años	19,7	26	0,19	19,40
46 - 55 años	2,3	3	0,02	2,24
55 a 65 años	0	0	0,00	0,00
66 años en adelante	0,8	1	0,01	0,75
TOTAL	101,6	134	1,00	100,00

Carrillo, V. (2022). *Edad promedio*. Nueva Loja

Ilustración 4 Edad promedio



Carrillo, V. (2022). *gráfico horizontal*. Nueva Loja.

Análisis: Se evidencia que la mayor cantidad de habitantes adultos del barrio San Valentín bordean una edad promedio de 26 a 36 años; seguido de 18 a 25 años, en tercera escala se tiene a personas de 46 a 55 años y un grupo minoritario de 66 años en adelante.

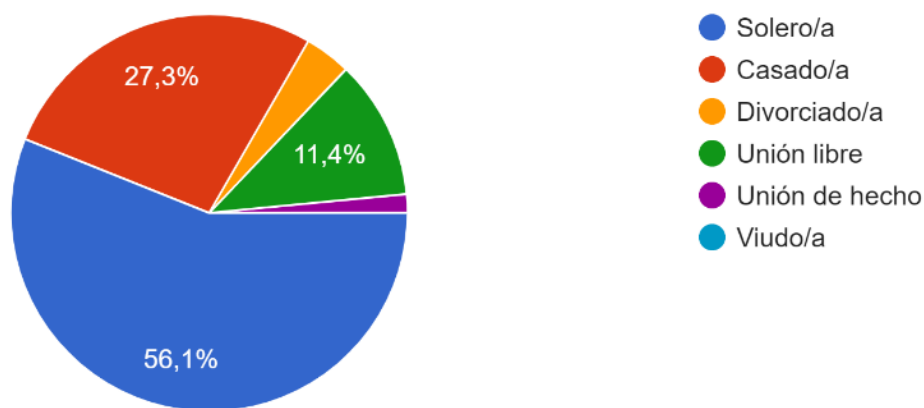
3.5.2. A. Estado civil

Tabla 6 estado civil

Estado civil		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Soltero/a	74	56,06%
Casado/a	36	27,27%
Divorciado/a	5	3,79%
Unión libre	15	11,36%
Unión de hecho	2	1,52%
Viudo/a	0	0,00%
TOTAL	132	100,00%

Carrillo, V. (2022). *Estado civil*. Nueva Loja.

Ilustración 5 Estado civil.



Carrillo, V. (2022). *Gráfico circular*. Nueva Loja.

Análisis: De las 132 personas encuestadas se constató que la mayor cantidad de la población es soltera representando un 56,1%; seguido de la población casada con un 27,3%, las personas que viven en unión libre representan el 11,4%, las personas que viven en unión libre el 3% y quienes viven en unión de hecho representan el 1%

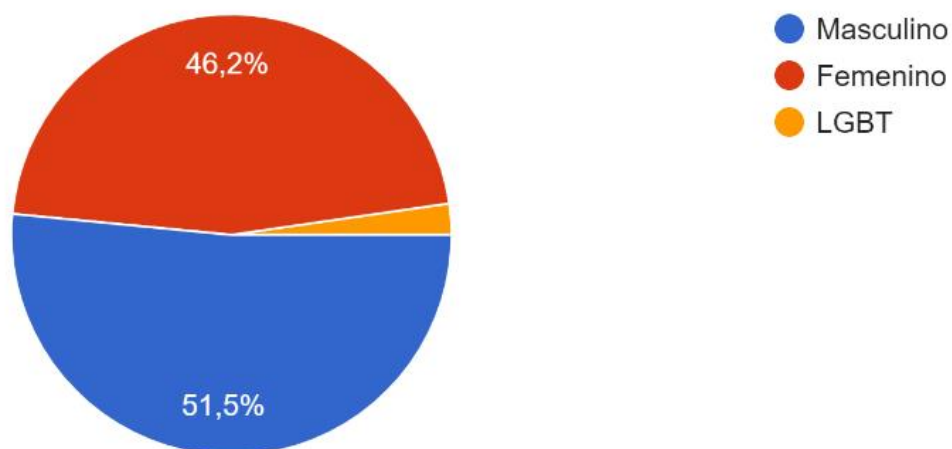
3.5.3. A. Género

Tabla 7. Género

Género		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Masculino	68	51,52%
Femenino	61	46,21%
LGBT	3	2,27%
TOTAL	132	100,0%

Carrillo, V.. (2022). *Género*. Nueva Loja.

Ilustración 6 Género



Carrillo, V. (2022). *Gráfico circular*. Nueva Loja.

Análisis: Del total de 132 encuestados se evidencia la mayor población adulta del barrio es masculino, representando el 51,52%, seguido del género femenino que representa el 46,21% y el 2,27% de personas que se identifican como GLBT.

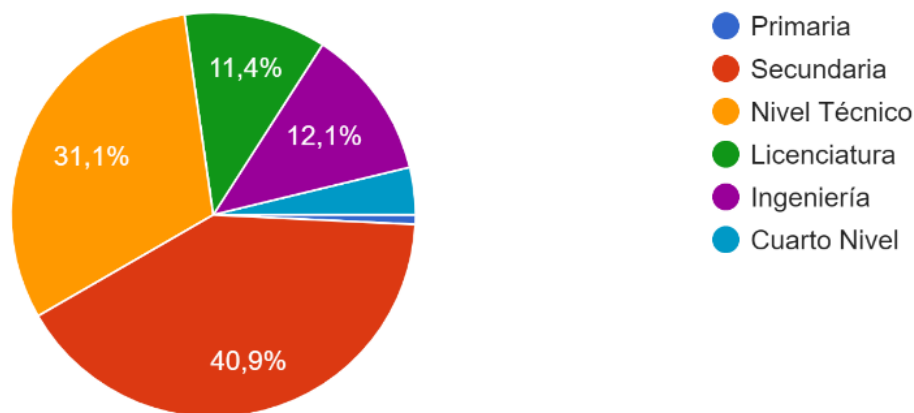
3.5.4. A. Nivel académico

Tabla 8. Nivel académico

Seleccione el nivel académico más alto obtenido		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Primaria	1	0,76%
Secundaria	54	40,91%
Nivel técnico	41	31,06%
Licenciatura	15	11,36%
Ingeniería	16	12,12%
Cuarto nivel	5	3,79%
TOTAL	132	100,00%

Carrillo, V. (2022). *Nivel Académico*. Nueva Loja.

Ilustración 7 Nivel académico



Carrillo, V. (2022). *Gráfico circular*. Nueva Loja.

Análisis: Se palpa que gran parte de la población del barrio San Valentín es alfabeta, la población más grande es bachiller que representa el 40,9% seguido de nivel técnico que representa el 31,1%, el 12,1% ingeniería el 11,4% licenciatura, el 3,9% cuarto nivel y el 0,76 solo cuenta con nivel de instrucción primaria.

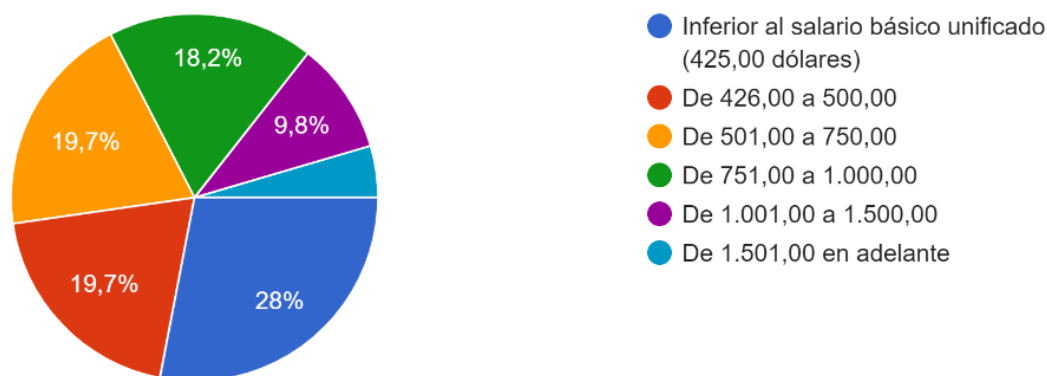
3.5.5. Promedio de ingreso mensual

Tabla 9. Promedio de ingreso mensual

Seleccione el nivel académico más alto obtenido		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Inferior al sueldo básico unificado 425,00)	37	28,03%
De 426,00 a 500,00	26	19,70%
De 501,00 a 750,00	26	19,70%
De 751,00 a 1.000,00	24	18,18%
De 1.001,00 a 1.500,00	13	9,85%
De 1.501,00 en adelante	6	4,55%
TOTAL	132	100,00%

Carrillo, V. (2022) *Nivel Académico*. Nueva Loja.

Ilustración 8. Promedio de ingreso mensual.



Carrillo, V. (2022) *Gráfico circular*. Nueva Loja.

Análisis: De las 132 persona encuestadas se evidencia que existe una diferencia de ingresos económicos donde el 28% percibe un sueldo inferior a 425,00; en igualdad de porcentaje de 19,7% que percibe un salario promedio de 426,00 a 500,00 y otro entre 501,00 a 750,00; seguido del 18,2% que percibe entre 751,00 a 1.000,00; el 9,8% percibe de 1.001,00 1.500,00 y el 4,5% de la población sobre los 1.501,00.

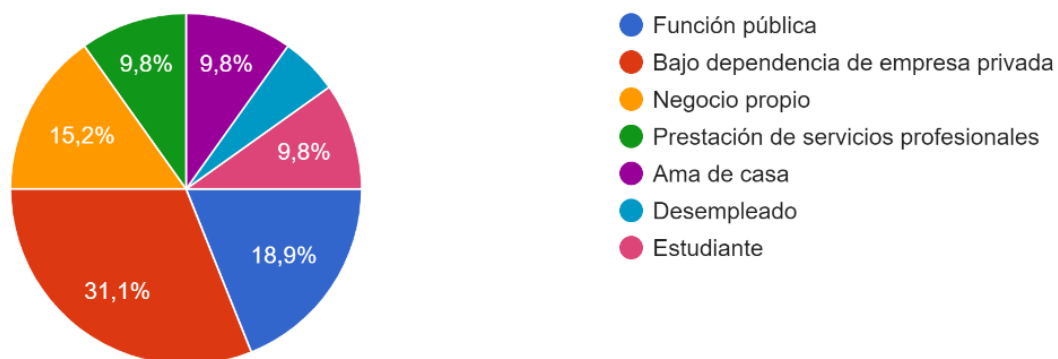
3.5.6. A. Ocupación laboral

Tabla 10. Pregunta N° 6

Seleccione su ocupación laboral		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Función pública	25	18,94%
Bajo dependencia de empresa privada	41	31,06%
Negocio propio	20	15,15%
Prestación de servicios profesionales	13	9,85%
Ama de casa	13	9,85%
Desempleado	7	5,30%
Estudiante	13	9,85%
TOTAL	132	100,00%

Carrillo, V. (2022) *Nivel Académico*. Nueva Loja.

Ilustración 9 Ocupación laboral



Carrillo, V. (2022). *Gráfico circular*. Nueva Loja.

Análisis: El 31.1% de los habitantes del barrio San Valentín laboran en empresa privada, el 18,91% en la función pública; el 15,2% tienen negocio propio; el 9,8% laboran como amas de casa, prestación de servicios profesionales y estudiantes; mientras que el 5,30% de la población menciona no tener empleo.

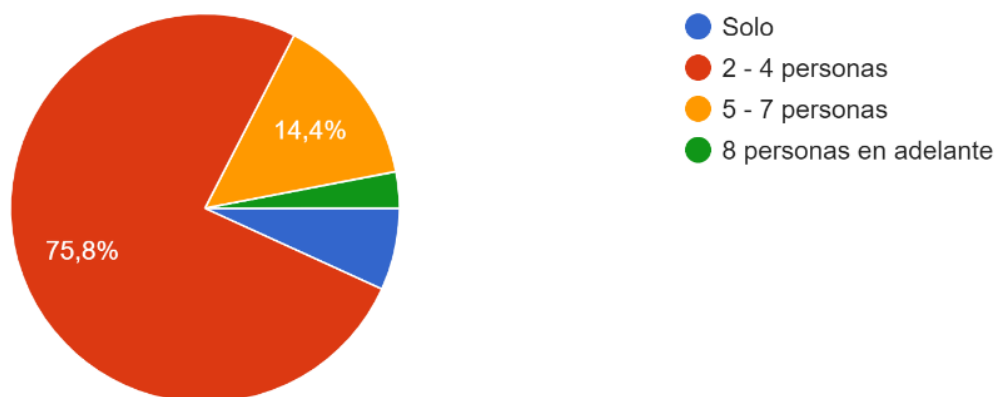
3.5.7. 1. Seleccione el promedio de personas con las que usted convive

Tabla 11. Pregunta 1

1. Seleccione el promedio de personas con las que usted convive		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Solo	9	6,82%
2 a 4 personas	100	75,76%
5 a 7 personas	19	14,39%
De 8 personas en adelante	4	3,03%
TOTAL	132	100,00%

Carrillo, V. (2022) *Seleccione el promedio de personas con las que usted convive*. Nueva Loja.

Ilustración 10. Pregunta N 1, gráfico circular.



Carrillo, V. (2022). *Pregunta 1, gráfico circular*. Nueva Loja.

Análisis: De los 132 encuestados el 75,8% menciona que vive en un grupo de 2 a 4 personas; el 14,4% menciona vivir en un grupo 5 a 7 personas; el 6,8 menciona que vive solo/a y el 3% vive en un grupo superior a 8 personas.

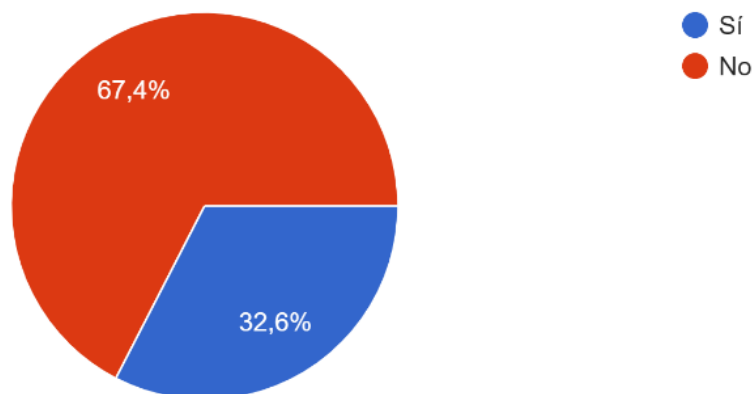
3.5.8. 2. ¿Usted o algún familiar suyo presenta alguna enfermedad que requiera la compra de medicamento continuo?

Tabla 12. Pregunta 2

2. ¿Usted o algún familiar suyo presenta alguna enfermedad que requiera la compra de medicamento continuo?		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	43	32,58%
No	89	67,42%
TOTAL	132	100,00%

Carrillo, V. (2022) *¿Usted o algún familiar suyo presenta alguna enfermedad que requiera la compra de medicamento continuo?* Nueva Loja.

Ilustración 11 Pregunta 8, gráfico circular.



Carrillo, V. (2022). *Pregunta 2, gráfico circular.* Nueva Loja.

Análisis: De los 132 encuestados el 67,4% menciona que si requiere medicamentos continuos debido a tratamientos médicos; mientras que el 32,6% menciona que no requiere medicamentos constantemente.

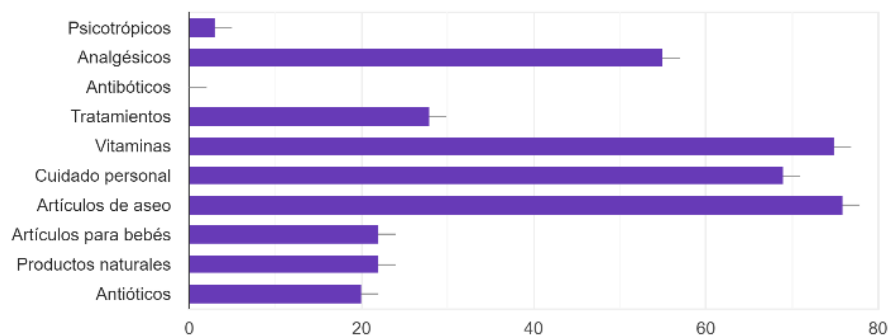
3.5.9. 3. Seleccione el tipo de productos médicos que usted suele comprar con más frecuencia

Tabla 13 Pregunta 3

3. Seleccione el tipo de productos médicos que usted suele comprar con más frecuencia				
Medio	Porcentaje	Cantidad	fr	%
Psicotrópicos	2,3	3	0,01	0,81
Analgésicos	41,7	55	0,15	14,86
Antibióticos	0	0	0,00	0,00
Tratamientos	21,2	28	0,08	7,57
Vitaminas	56,8	75	0,20	20,27
Cuidado personal	52,3	69	0,19	18,65
Artículos de aseo	57,6	76	0,21	20,54
Artículos para bebés	16,7	22	0,06	5,95
Productos naturales	16,7	22	0,06	5,95
Antióticos	15,2	20	0,05	5,41
TOTAL	280,5	370	1,00	100,00

Carrillo, V. (2022) 3. Seleccione el tipo de productos médicos que usted suele comprar con más frecuencia. Nueva Loja.

Ilustración 12 Pregunta 3, gráfico horizontal.



Aguilera, M. (2022). Pregunta 4, gráfico horizontal. Quito.

Análisis: De los 32 encuestados se evidencia que los productos más requeridos son Artículos de aseo, vitaminas, cuidado personal, tratamientos, artículos para bebés, productos naturales y antibióticos.

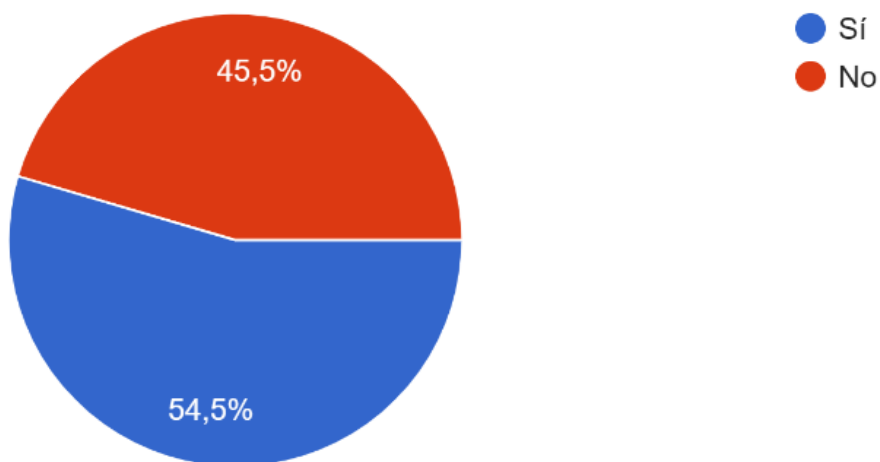
3.5.10. 4. ¿Ha tenido ocasiones donde usted no haya recibido algún medicamento en el Subcentro de Salud San Valentín u Hospital de la ciudad de Nueva Loja?

Tabla 14 Pregunta 4

4. ¿Ha tenido ocasiones donde usted no haya recibido algún medicamento en el Subcentro de Salud San Valentín u Hospital de la ciudad de Nueva Loja?		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	72	54,55%
No	60	45,45%
TOTAL	132	100,00%

Carrillo, V.(2022). *¿Ha tenido ocasiones donde usted no haya recibido algún medicamento en el Subcentro de Salud San Valentín u Hospital de la ciudad de Nueva Loja?* Nueva Loja.

Ilustración 13 Pregunta 4 gráfico circular.



Carrillo, V.(2022).. *Pregunta 4 gráfico circular.* Nueva Loja..

Análisis: El 54,5 de la población encuestada menciona que si ha recibido los medicamentos en el hospital o subcentro de salud San Valentín, mientras que el 45,5% menciona no haberlo recibido.

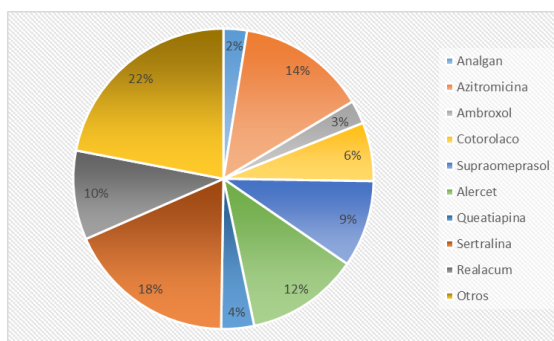
3.5.11. 5. Mencione el nombre de tres medicamentos que usted no suele encontrar con facilidad

Tabla 15. Pregunta 5

5. Mencione el nombre de tres medicamentos que usted no suele encontrar con facilidad		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Analgan	10	2,53%
Azitromicina	55	13,89%
Ambroxol	10	2,53%
Cotorolaco	25	6,31%
Supraomeprasol	37	9,34%
Alercet	48	12,12%
Queatiapina	14	3,54%
Sertralina	72	18,18%
Realacum	38	9,60%
Otros	87	21,97%
TOTAL	396	100,00%

Carrillo, V.(2022). *Mencione el nombre de tres medicamentos que usted no suele encontrar con facilidad.* Nueva Loja.

Ilustración 14. Pregunta 5, gráfico circular.



Carrillo, V.(2022). *Pregunta 5 gráfico circular.* Nueva Loja.

Análisis: Se evidenció que los medicamentos más solicitados en orden descendente son: Sertralina, azitromicina, alercet, ambroxol, supramomeprasol, cotorolaco, realacum y queatiapina, existen otros medicamentos que no se repiten con mucha frecuencia, por ello no se los describe.

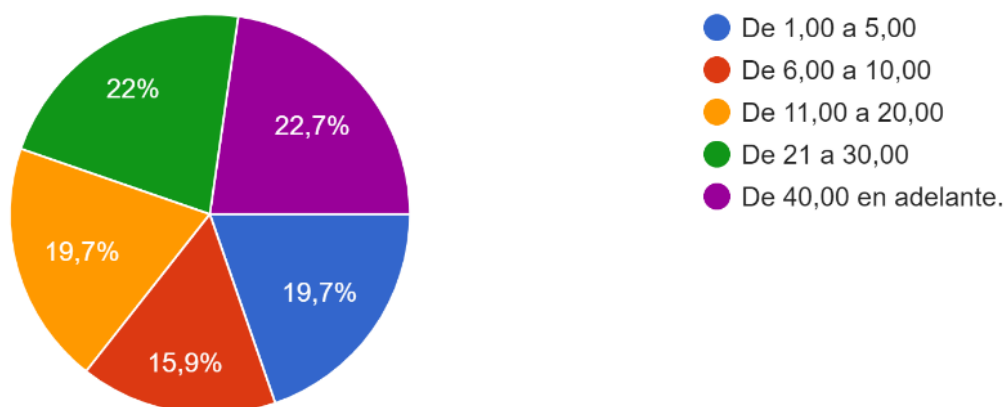
3.5.12. 6. ¿Cuánto suele gastar mensualmente en promedio en productos médicos?

Tabla 16 Pregunta 6

6. ¿Cuánto suele gastar mensualmente en promedio en productos médicos?		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Función pública	26	19,70%
Bajo dependencia de empresa privada	21	15,91%
Negocio propio	26	19,70%
Prestación de servicios profesionales	29	21,97%
Ama de casa	30	22,73%
TOTAL	132	100,00%

Carrillo, V.(2022). *¿Cuánto suele gastar mensualmente en promedio en productos médicos?.*
Nueva Loja.

Ilustración 15. Pregunta 6



Carrillo, V.(2022). *Pregunta 6 gráfico circular.* Nueva Loja.

Análisis: Se constata el promedio de gasto mensual por consumo de medicamentos donde el 22.7% gasta más de 40,00; el 22% de 21,00 a 30,00; el 19,7 gasta de 11,00 a 20,00 y otro 19,7 gasta de 1,00 a 5,00 y el 15,9% gasta de 6,00 a 10,00.

3.5.13. 7. ¿Qué servicio considera usted que una farmacia debería implementar?

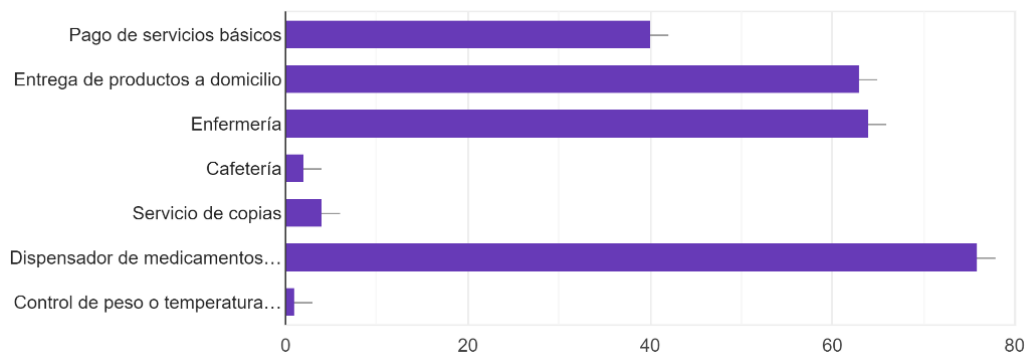
Tabla 15. Pregunta 7

7. ¿Qué servicio considera usted que una farmacia debería implementar?				
Medio	Porcentaje	Cantidad	fr	%
Pago de servicios básicos	30,3	40	0,16	16,00
Entrega de productos a domicilio	47,7	63	0,25	25,20
Enfermería	48,5	64	0,26	25,60
Cafetería	1,5	2	0,01	0,80
Servicio de copias	3	4	0,02	1,60
Dispensador de medicamentos 24 horas del día	57,6	76	0,30	30,40
Control de peso, temperatura y presi	0,8	1	0,00	0,40
TOTAL	189,4	250	1,00	100,00

Carrillo, V.(2022). ¿Qué servicio considera usted que una farmacia debería implementar?.

Nueva Loja.

Ilustración 16. Pregunta 7, gráfico horizontal.



Carrillo, V.(2022). Pregunta 7 gráfico horizontal. Nueva Loja.

Análisis: Las personas consideran que en una farmacia se debe implementar servicios complementarios como, dispensador de medicamentos las 24 horas del día, servicio de enfermería, entrega de productos a domicilio y pago de servicios básicos.

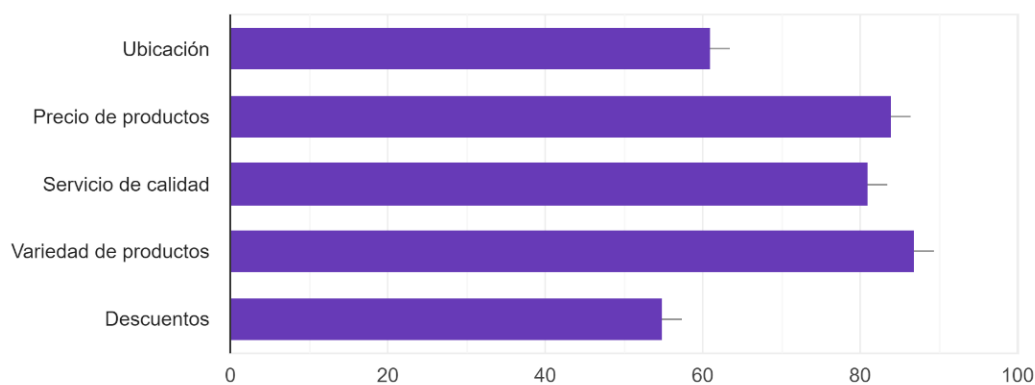
3.5.14. 8. Seleccione tres factores o elementos que usted considera más importante en una farmacia

Tabla 15. Pregunta 8

8. Seleccione tres factores o elementos que usted considera más importante en una farmacia				
Medio	Porcentaje	Cantidad	fr	%
Ubicación	46,2	61	0,17	16,58
Precio de productos	63,6	84	0,23	22,83
Servicio de calidad	61,4	81	0,22	22,01
Variedad de productos	65,9	87	0,24	23,64
Descuentos	41,7	55	0,15	14,95
TOTAL	278,8	368	1,00	100,00

Carrillo, V.(2022). *Seleccione tres factores o elementos que usted considera más importante en una farmacia*. Nueva Loja.

Ilustración 17 Pregunta 8, gráfico horizontal.



Carrillo, V.(2022). *Pregunta 8 gráfico horizontal*. Nueva Loja.

Análisis: Se identifica los criterios de valoración de los encuestados donde se identifica que la variedad de productos, el precio de los productos y el servicio de calidad son más valorados por las personas al momento de comprar los medicamentos.

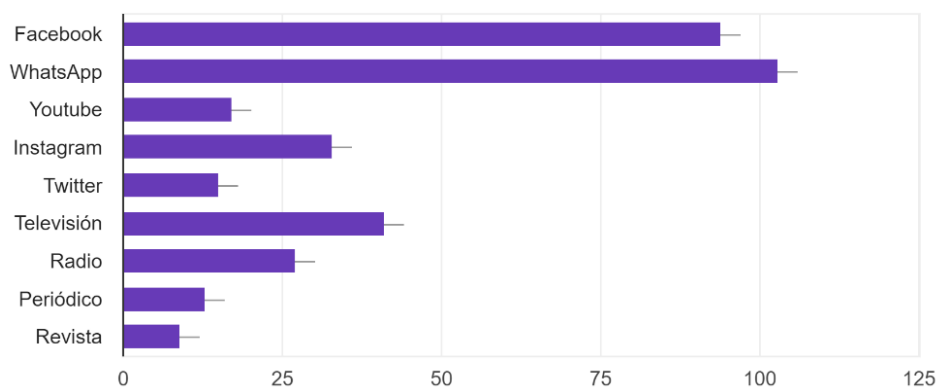
3.5.15. 9. Seleccione ¿En qué medios preferiría usted recibir información sobre productos médicos?

Tabla 17 Pregunta 9

9. Seleccione ¿En qué medios preferiría usted recibir información sobre productos médicos?				
Medio	Porcentaje	Cantidad	fr	%
Facebook	71,2	94	0,27	26,70
WhatsApp	78	103	0,29	29,26
YouTube	12,9	17	0,05	4,83
Instagram	25	33	0,09	9,38
Twitter	11,4	15	0,04	4,26
Televisión	31,1	41	0,12	11,65
Radio	20,5	27	0,08	7,67
Periódico	9,8	13	0,04	3,69
Revista	6,8	9	0,03	2,56
TOTAL	266,7	352	1,00	100,00

Carrillo, V.(2022). *Seleccione ¿En qué medios preferiría usted recibir información sobre productos médicos?. Nueva Loja.*

Ilustración 18 Pregunta 9, gráfico horizontal



Carrillo, V.(2022). *Pregunta 9 gráfico horizontal. Nueva Loja.*

Análisis: Se identifica que los medios más utilizados por los encuestados son:

WhatsApp (29,26%), Facebook (26,70), televisión (11,65%) e Instagram (9,38%)

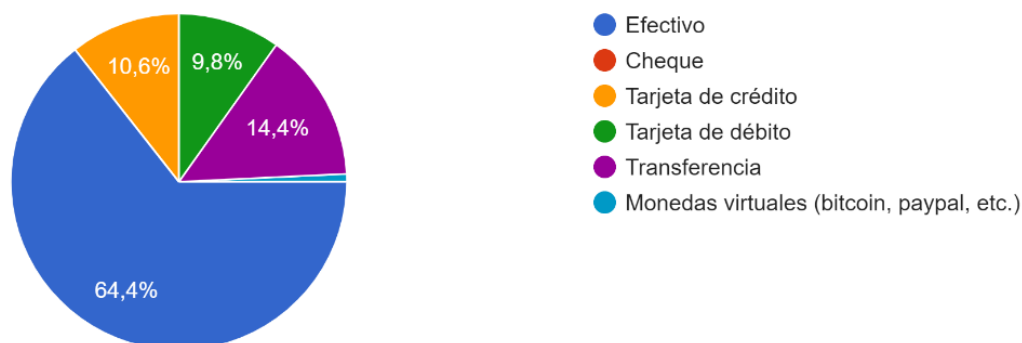
3.5.16. 10. Seleccione los métodos de pago que usted utiliza para pagar los medicamentos

Tabla 18 Pregunta 10

10. Seleccione los métodos de pago que usted utiliza para pagar los medicamentos		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Efectivo	85	64,39%
Cheque	0	0,00%
Tarjeta de crédito	14	10,61%
Tarjeta de débito	13	9,85%
Transferencia	19	14,39%
Monedas virtuales (Bitcoin, Paypal, etc.)	1	0,76%
TOTAL	132	100,00%

Carrillo, V.(2022). *Seleccione los métodos de pago que usted utiliza para pagar los medicamentos*. Nueva Loja.

Ilustración 19 Pregunta 10, gráfico circular



Carrillo, V.(2022). *Pregunta 10 gráfico circular*. Nueva Loja.

Análisis: Se identifica que el método de pago más utilizado es el dinero efectivo con el 64,4%, el 14,4% paga con transferencia; el 10,6%; tarjeta de crédito; el 9,8% paga con tarjeta de débito y el 0,76% utiliza monedas virtuales.

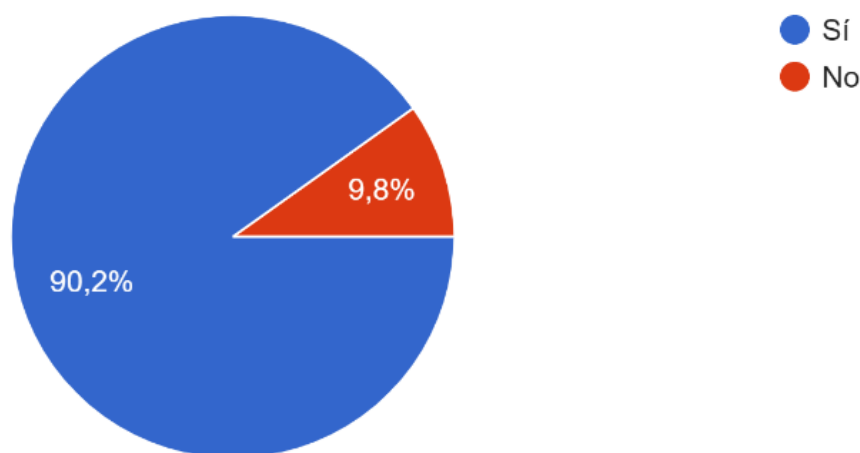
3.5.17. 11. Estaría usted dispuesto a comprar productos médicos y cuidado personal en una farmacia ubicada a dos cuadras del Centro de Salud San Valentín.

Tabla 19 Pregunta 11

11. Estaría usted dispuesto a comprar productos médicos y cuidado personal en una farmacia ubicada a dos cuadras del Centro de Salud San Valentín.		
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	119	90,15%
No	13	9,85%
TOTAL	132	100,00%

Carrillo, V.(2022). *Estaría usted dispuesto a comprar productos médicos y cuidado personal en una farmacia ubicada a dos cuadras del Centro de Salud San Valentín.* . Nueva Loja.

Ilustración 20 Pregunta 11, gráfico circular



Carrillo, V.(2022). *Pregunta 8 gráfico horizontal.* Nueva Loja.

Análisis: Se constata que el 90,2% de la población encuestada está de acuerdo con adquirir productos médicos a poca distancia del Subcentro de Salud San Valentín; mientras que el 9,8% de la población no está de acuerdo.

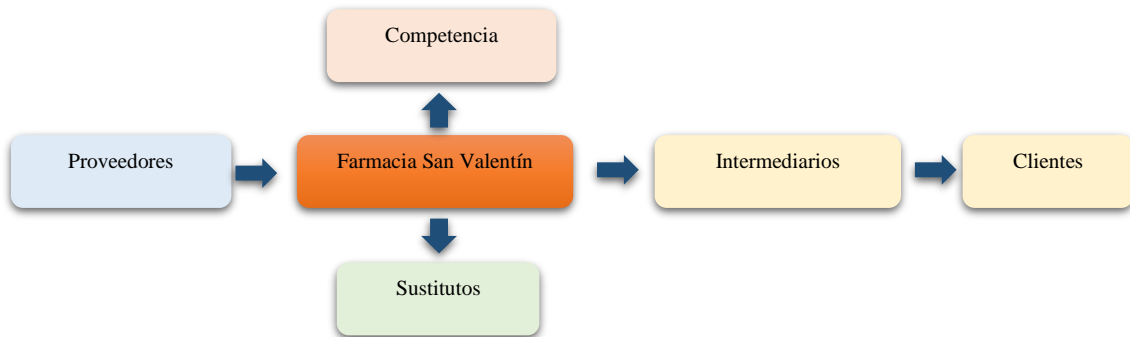
3.6. Entorno empresarial

“Es el conjunto de factores que influyen en la actividad de una compañía. Pueden tener un origen interno o externo y son de distinta naturaleza.” (Westreicher, 2020)

3.6.1. Microentorno.

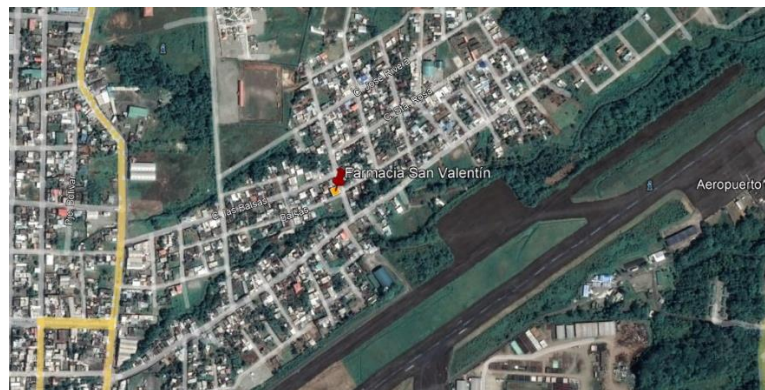
La Farmacia San Valentín considera su microentorno a todo aquello que le rodea sobre lo cual hay un control efectivo.

Ilustración 21 Esquema microentorno Farmacia San Valentín



Carrillo, V. (2022). *Esquema microentorno*. Nueva Loja.

Ilustración 22 Ubicación de la Farmacia San Valentín.



Google eart. (2022). Adaptación, ubicación geográfica barrio San Valentín

Competencia directa.

En el barrio San Valentín no existen Farmacias cercanas que vendan medicamentos o productos de aseo y cuidado personal.

Competencia indirecta.

Se podría considerar como competencia directa al subcentro médico San Valentín, mismo que provee medicamentos a los habitantes y usuarios que se hacen atender en el subcentro; también se puede considerar como competencia indirecta a tiendas que venden una variedad de productos entre ellos pastillas o analgésicos que se puede conseguir en cualquier tienda.

Sustitutos.

Se considera productos naturalistas que cumplen con la misma función que la medicina que se comercializa en la farmacia.

Como sustituto también se puede considerar al servicio de limpias que realizan algunas personas (curanderos) en el barrio San Valentín

Proveedores.

Como una de las prioridades que tiene la Farmacia San Valentín es entregar un producto de calidad a los clientes, trabaja con proveedores confiables y reconocidos a nivel mundial.

Tabla 20 Proveedores.

Tabla de proveedores		
Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Producto
Farmaenlace	Productos de calidad Variedad de productos Durabilidad del producto Precios bajos.	Analgésicos Tratamientos
Prodimedia	Productos garantizados	Tratamientos Productos de bebés Artículos de aseo
Distribuciones 2001	Posicionamiento en el mercado Productos de calidad	Artículos de aseo Tratamientos Productos naturales
Dsitrifarma		Analgésicos Tratamientos Vitaminas

Carrillo, V. (2022). *Proveedores*. Nueva Loja.

Intermediarios.

La Farmacia San Valentín comercializará sus productos de forma directa, por lo tanto, no necesitará de intermediarios para realizar esta actividad.

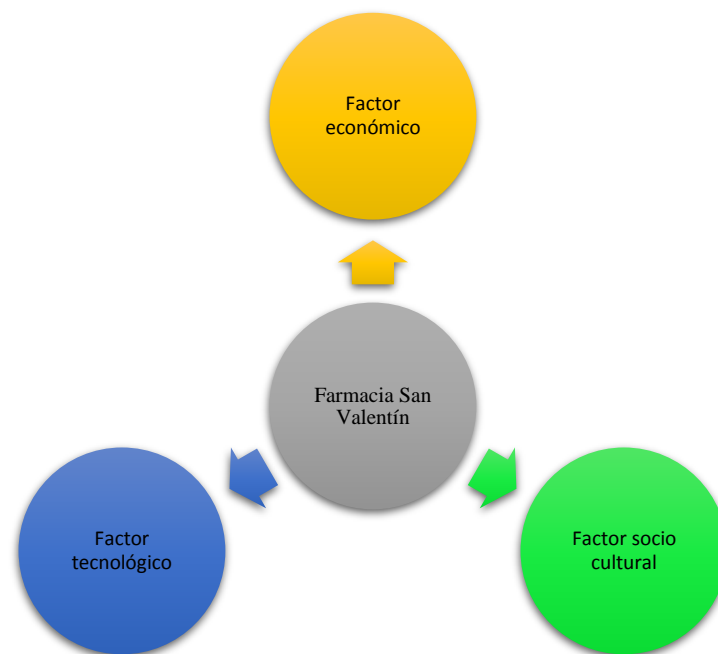
Clientes.

“Farmacia San Valentín” es un negocio dirigido a la población local del Barrio San Valentín y usuarios que se realizan chequeos médicos en el Subcentro del mismo nombre, mismos que no reciben medicamentos en el subcentro o a su vez requieren de productos complementarios al cuidado de la salud.

3.6.2. Macroentorno

Son aquellos factores sobre los que la Farmacia San Valentín no tiene control directo y que van a influir en el normal funcionamiento del negocio.

Ilustración 23. Esquema macroentorno Farmacia San Valentín



Carrillo, V. (2022). *Esquema macroentorno*. Nueva Loja.

Factor Económico.

Actualmente el Ecuador está pasando por un declive económico debido a la pandemia a nivel mundial, pandemia que tuvo al país en confinamiento por aproximadamente 3 meses, por lo que la mayoría de los negocios cerraron sus puertas obligadas a generar otro tipo estrategias de venta de su mercadería, causando desempleo y quedándose con el personal netamente necesario.

“Farmacia San Valentín” se sujeta al desarrollo económico que presenta el país actualmente con precios en sus productos que dependerá de la tasa inflacionaria anual y el estudio de mercado realizado.

Factor Sociocultural.

En cuanto a este factor “Farmacia San Valentín” ofrece una diversidad de productos afines al cuidado de la salud, entre ellos se tiene medicamentos, analgésicos, productos para bebés, productos de cuidado personal, tratamiento, vitaminas y productos naturales. Considerando la situación actual que atraviesa el país se busca comercializar productos de calidad a menor costo con el fin de proveer medicamentos que la población pueda adquirir y solvente la necesidad del cliente.

Factor Tecnológico.

El aprovechamiento de la tecnología es fundamental para implementarlo en su proceso comercial, administrativo y prestación de servicio.

En cuanto a la comercialización y administración del emprendimiento se busca trabajar con plataformas digitales que optimicen tiempo, recursos y permitan llevar un sistema financiero claro que ayude a agilizar los trámites contables

3.7. Producto y servicio

“Farmacia San Valentín” ofrece una gama de productos afines al cuidado de la salud, es por ello que se plantea comercializar analgésicos, productos para bebés, productos de cuidado personal, tratamiento, vitaminas y productos naturales.

3.7.1. *Producto Esencial.*

“Farmacia San Valentín” busca satisfacción las necesidades del cliente, mediante la oferta de productos médicos y artículos que mantengan en buen estado la salud de las personas.

3.7.2. *Producto real.*

“Farmacia San Valentín” comercializa una gran variedad de productos médicos y artículos de cuidado de la salud en general.

- Analgésicos: aquellos medicamentos que se puede vender al cliente sin necesidad de una descripción médica
- Artículos de Aseo; aquellos productos que tienen como fin asear y cuidar el cuerpo para evitar infecciones o enfermedades posteriores.
- Productos para bebés: productos exclusivos para bebés para su aseo y cuidado.
- Productos de cuidado personal: productos que tienen como fin evitar
- Tratamiento: productos médicos que son recetados y se deben consumir con frecuencia para mejorar o mantener estable su salud.
- Vitaminas: productos que ayudan a fortalecer el sistema inmune y las defensas del cuerpo.
- Productos naturales: productos que no requieren descripción médica y son de origen orgánico para mantener el cuerpo y organismo en buen estado

3.7.3. *Características.*

Para la venta de los productos la “Farmacia San Valentín”, aplicará innovación, creación y compromiso de cada uno de los empleados. Aplicando un servicio distintivo a cualquier otro al momento de vender el producto, implementando el respectivo

protocolo de bioseguridad, con el fin de brindar a los clientes la mejor atención satisfaciendo las necesidades y dudas al momento de seleccionar el producto.

3.7.4. *Calidad.*

Para la venta de los productos que ofrece la “Farmacia San Valentín” se considera algunos parámetros importantes de calidad al momento de invertir en la selección de un buen producto a ofrecer a los clientes ya que la calidad de los productos es realmente muy percibida por los consumidores, además se considera comercializar aquellos productos que cumplan con las normas de calidad.

3.7.5. *Estilo.*

La “Farmacia San Valentín” se presenta de manera formal y amigable

3.7.6. *Marca.*

La marca del emprendimiento se ha definido como “Farmacia San Valentín”; la farmacia hace referencia al tipo de negocio que comercializa medicamentos y productos afines a la salud; mientras que el nombre “San Valentín” está basado en el barrio y Subcentro que llevan el mismo.

3.7.7. *Producto aumentado.*

Lo que identifica a la “Farmacia San Valentín”, es la innovación, creatividad y la implementación de dispensadores médicos las 24 horas del día.

3.7.8. *Plan de introducción al mercado*

Distintivos y Uniformes

Área Gerencial.

El gerente como dueño del negocio Farmacia San Valentín usará el uniforme distintivo del establecimiento, dicho uniforme constará de:

- Camisa blanca manga corta, logo de la microempresa al costado izquierdo
- Pantalón negro
- Zapatos formales color negro

Gerente.

Ilustración 24. Diseño uniforme Gerente



Carrillo, V. (2022). *Diseño uniforme gerente*. Nueva Loja

Área Operativa.

Tanto el cajero/ vendedor - vendedora usarán el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos de este, dichos uniformes constarán de:

- Bata blanca unisex, logo de la microempresa al costado izquierdo
- Pantalón jean (hombre y mujer)

Cajero y vendedor

Ilustración 25 Uniforme Cajero - Vendedor



Carrillo, V. (2022). *Uniforme Cajero - vendedor*. Nueva Loja

3.7.9. Materiales de identificación.

Imagotipo.

Ilustración 26. Imagotipo Farmacia San Valentín.

Farmacia San Valentín



Salud y bienestar

Carrillo, V. (2022). *Imagotipo*. Nueva Loja.

Elementos para destacar:

Nombre de la microempresa Farmacia San Valentín.

El logotipo de la “Farmacia San Valentín”

La imagen de un corazón con un estetoscopio”

Los colores usados:

- Fondo de color blanco que representa pureza y sencillez.
- Color rojo que significa dinamismo y fuerza.
- Color turquesa que significa serenidad, equilibrio, calma y seguridad.

Tarjetas de presentación.

En el anverso puede apreciarse el Isotipo de la empresa

Ilustración 27 Anverso tarjeta de presentación



Carrillo, V. (2022). *Anverso tarjeta de presentación*. Nueva Loja.

En el reverso se encuentra datos de la microempresa

Ilustración 28 Reverso tarjeta de presentación

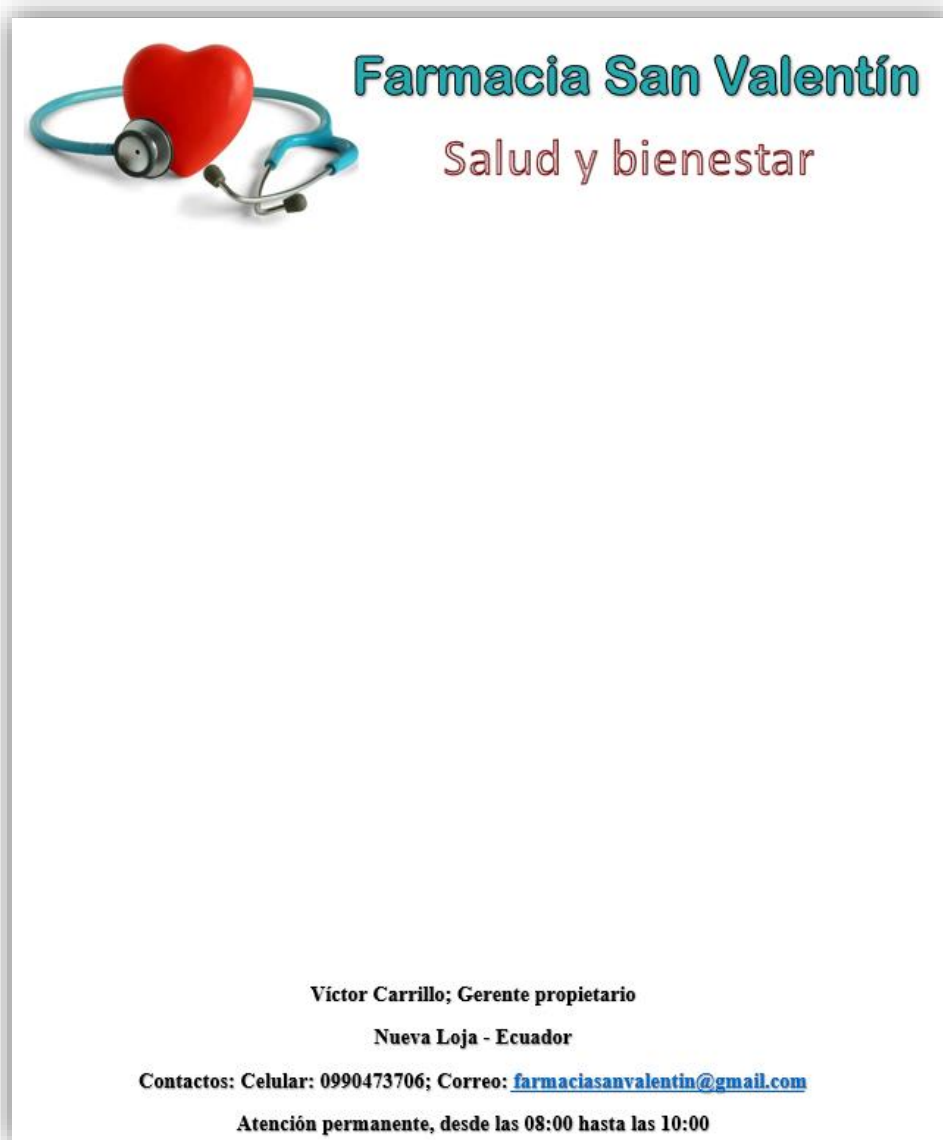


Carrillo, V. (2022). *Reverso tarjeta de presentación*. Nueva Loja.

Hoja membretada.

La hoja membretada es un elemento más de la identidad del negocio, se utilizará para usar en asuntos oficiales de la empresa internos o externos, como oficio, memorando o cartas, misma que se indica el modelo a continuación:

Ilustración 29. Hoja membretada



Carrillo, V. (2022). *Hoja membretada*. Nueva Loja.

3.7.10. Canal de distribución y puntos de ventas

El canal de distribución y punto de venta físico de la Farmacia San Valentín es su establecimiento ubicado en la ciudad de Nueva Loja, barrio San Valentín, calle Las Balsas y Zaruma.

Promoción.

Canal de promoción serán las redes sociales Facebook, Instagram y WhatsApp todo por internet según investigación de mercado.

Una vez el negocio esté mejor posicionado en el mercado, se optará por medios de promoción tradicionales como prensa, radio o vallas publicitarias.

Contacto.

- Tarjetas de presentación.
- E-mail.
- WhatsApp.
- Facebook.

Correspondencia.

- A través de mail de la Farmacia San Valentín.

Negociación.

- Forma directa con los clientes
- A través de telemarketing con proveedores

Financiamiento.

Tabla 21 Financiamiento publicidad y uniformes

Tarjetas de presentación	100 unidades	\$10,00
Hojas Membretadas	100 unidades	\$10,00
Publicidad en Faceook bussines	4 veces por cada mes	\$8,00
TOTAL =====		\$28,00
TOTAL ANUAL =====		\$336,00

Carrillo, V. (2022). *Financiamiento y publicidad*. Nueva Loja.

3.7.11. Riesgo y oportunidades del negocio

El riesgo más importante que actualmente enfrenta, es el COVID 19 a nivel mundial, por esta razón el establecimiento cuenta con todas las medidas de bioseguridad, con el fin de velar por la seguridad de los clientes y sobre todo por la visita de los más pequeños al negocio; la Farmacia San Valentín, debe cumplir con las medidas necesarias de bioseguridad, en todo el proceso que involucra la adquisición de los productos para la venta, donde los empleados cumplen estrictamente esta responsabilidad.

La oportunidad más grande que tiene la Farmacia San Valentín es la de posicionarse en un mercado donde no hay competidores y además se encuentra cerca del subcentro de salud donde no suele entregarse todos los medicamentos necesarios al usuario.

Otra oportunidad con la que se cuenta en la actualidad es el desarrollo de la tecnología, misma que se puede utilizar para la comercialización de productos y mejorar el sistema administrativo de la microempresa.

3.8. Fijación de Precios

3.8.1. Fijación de precios estándar de medicamentos.

Los precios que se presentan a continuación han sido calculados considerando todos los gastos de comercialización desde el momento de la compra hasta la venta del mismo producto es decir se le suma ciertos porcentajes de diversos factores que intervienen para ser revendidos, por ejemplo:

- Imprevistos
- Gastos administrativos
- Utilidad

Se detalla los productos que la Farmacia San Valentín va a comercializar, incluyendo el precio unitario y el porcentaje de los valores que intervienen desde el momento de la compra de los productos a proveedores y define el precio final de venta al público.

A continuación, se presentan los productos:

- Medicamentos
- Analgésicos
- Productos para bebés
- Productos de cuidado personal
- Tratamiento
- Vitaminas

Productos.

Tabla 22 Análisis de costes de productos.

Descripción	Costo individual	10% Imprevistos	Total Neto	Gasto Administrativo 10%	25% Utilidad	TOTAL
DAYAMINERAL JBE FCO*240ML /ABBOTT _ multivitaminico y minerales	\$8,80	\$0,88	\$9,68	\$0,97	\$2,42	\$13,07
DUSPATALIN RTD CAP LIB PROL 200MG CAJ*30/ ABBOTT _ mebeverina	\$0,51	\$0,05	\$0,57	\$0,06	\$0,14	\$0,76
Egogyn vit e cap bld 1000ui caj*30 / abbott	\$0,36	\$0,04	\$0,40	\$0,04	\$0,10	\$0,54
Egogyn vit e cap bld 400ui caj*30 / abbott	\$0,21	\$0,02	\$0,24	\$0,02	\$0,06	\$0,32
IRUXOL UNGUENTO X 30GR * 1 /ABBOTT _ colagenasa	\$20,81	\$2,08	\$22,89	\$2,29	\$5,72	\$30,90
PEDIALYTE 30 SOL ORAL COCO FCO*500ML_ suero	\$3,06	\$0,31	\$3,37	\$0,34	\$0,84	\$4,54
PEDIALYTE 30 SOL ORAL MANZANA FCO*500ML_ suero	\$3,06	\$0,31	\$3,37	\$0,34	\$0,84	\$4,54
PEDIALYTE 45 SOL ORAL FRESA FCO*500ML_ suero	\$3,06	\$0,31	\$3,37	\$0,34	\$0,84	\$4,54
Pedialyte 60 max sol oral coco fco*500ml	\$3,00	\$0,30	\$3,30	\$0,33	\$0,82	\$4,45
PEDIALYTE 60 MAX SOL ORAL FRESA *500ML_ suero	\$3,01	\$0,30	\$3,31	\$0,33	\$0,83	\$4,47
Pedialyte 60 max sol oral manz fco*500ml	\$3,01	\$0,30	\$3,31	\$0,33	\$0,83	\$4,47
Tace 1 1.5mg x 1 tableta /abbott _ dia depues	\$2,93	\$0,29	\$3,22	\$0,32	\$0,80	\$4,34
SIMEPAR CAP CAJ*40 70mg/ACINO _silimarina+vitamina	\$0,32	\$0,03	\$0,35	\$0,04	\$0,09	\$0,48
Uvamin rtd cap 100mg caj*20/ nitrofurantoina / acino	\$0,21	\$0,02	\$0,24	\$0,02	\$0,06	\$0,32
4-derm crema tubo*15g/acromax	\$3,37	\$0,34	\$3,71	\$0,37	\$0,93	\$5,01
ABANIX SUSP 100MG/5ML PED FCO*30ML/ACROMAX _nitazoxanida	\$2,33	\$0,23	\$2,56	\$0,26	\$0,64	\$3,46
ABANIX SUSP 100MG/5ML PED FCO*60ML /ACROMAX _nitazoxanida	\$4,66	\$0,47	\$5,13	\$0,51	\$1,28	\$6,92
ABANIX TAB REC 500MG CAJ*6/ACROMAX _nitazoxanida	\$1,00	\$0,10	\$1,10	\$0,11	\$0,28	\$1,49
Acro b1-6-12 sol iny fco*2ml/acromax	\$0,71	\$0,07	\$0,78	\$0,08	\$0,20	\$1,06

Acrobronquiol jbe 4mg/5ml fco*120ml/acromax	\$1,86	\$0,19	\$2,05	\$0,20	\$0,51	\$2,76
ACROCEF SOL INY 1G I.M. PACK CAJ*1/ACROMAX _ceftriaxona	\$7,55	\$0,75	\$8,30	\$0,83	\$2,08	\$11,21
ACROCEF SOL INY 1G I.V. CAJ*1/ACROMAX _ceftriaxona	\$8,82	\$0,88	\$9,70	\$0,97	\$2,43	\$13,10
Acromizol crema 2% tubo*20g/acromax	\$0,98	\$0,10	\$1,08	\$0,11	\$0,27	\$1,46
ACROMONA OVU 500MG/100.000UI CAJ*10/ACROMAX _metronidazol+nistatina	\$0,29	\$0,03	\$0,32	\$0,03	\$0,08	\$0,43
ACRONISTINA SUSP 100000UI/ML FCO*120ML/ACROMAX _nistatina	\$4,01	\$0,40	\$4,41	\$0,44	\$1,10	\$5,95
ACRONISTINA SUSP 100000UI/ML FCO*30ML/ACROMAX _nistatina	\$1,46	\$0,15	\$1,61	\$0,16	\$0,40	\$2,17
ACROSIN B SOL INY FCO*2ML/ACROMAX _complejo B	\$1,41	\$0,14	\$1,55	\$0,16	\$0,39	\$2,10
Farmanova sol agua oxigenad 10vol *120ml	\$0,61	\$0,06	\$0,67	\$0,07	\$0,17	\$0,91
Farmanova sol alcohol 70 *1000ml	\$2,81	\$0,28	\$3,09	\$0,31	\$0,77	\$4,17
Farmanova sol alcohol 70 *120ml	\$0,69	\$0,07	\$0,75	\$0,08	\$0,19	\$1,02
Farmanova sol spr alcohol 70 *1000ml	\$3,37	\$0,34	\$3,71	\$0,37	\$0,93	\$5,01
Farmanova sol spr alcohol 70 *120ml	\$1,02	\$0,10	\$1,13	\$0,11	\$0,28	\$1,52
Farmanova sol spr alcohol 70 *250ml	\$1,66	\$0,17	\$1,82	\$0,18	\$0,46	\$2,46
BENZATINA AMP 1.200.000 *1 /G.M _penicilina + benzatinica	\$2,34	\$0,23	\$2,57	\$0,26	\$0,64	\$3,47
BENZATINA AMP 2.400.000 *1 / bencilpenicilina / LAB.G.M	\$2,79	\$0,28	\$3,07	\$0,31	\$0,77	\$4,14
COMPLEXIGEME SOL INY FCO*10ML /GM_ complejo B	\$2,34	\$0,23	\$2,57	\$0,26	\$0,64	\$3,47
Hidrocortif 500mg amp *1 / genamerica	\$3,92	\$0,39	\$4,31	\$0,43	\$1,08	\$5,82
HIDROCORTIF SOL INY 100MG +JER CAJ*1 /GENAMERICA _hidrocortisona	\$2,03	\$0,20	\$2,23	\$0,22	\$0,56	\$3,01
Metoclox comp 10mg caj*100 /genamerica	\$0,02	\$0,00	\$0,02	\$0,00	\$0,01	\$0,03
Metoclox sol iny 10mg/2ml caj*10 /genamerica	\$0,35	\$0,03	\$0,38	\$0,04	\$0,10	\$0,52
Aceite angelino aloe vera y algodón 100ml (12uxcj)	\$0,99	\$0,10	\$1,09	\$0,11	\$0,27	\$1,48
Acondicionador salon in 300 ml curls y waves	\$3,57	\$0,36	\$3,93	\$0,39	\$0,98	\$5,30
Acondicionador salon in 300 ml hydra repair	\$3,57	\$0,36	\$3,93	\$0,39	\$0,98	\$5,30
Acondicionador salon in 300 ml keratin ultra force	\$3,57	\$0,36	\$3,93	\$0,39	\$0,98	\$5,30
Acondicionador salon in 300 ml liss control	\$3,57	\$0,36	\$3,93	\$0,39	\$0,98	\$5,30
Aplicador mad x 25 dbl / cotonete	\$0,24	\$0,02	\$0,26	\$0,03	\$0,07	\$0,36

Aplicador mad x 50 dbl / cotonete	\$0,33	\$0,03	\$0,36	\$0,04	\$0,09	\$0,49
Aplicador pls x 100 / cotonete	\$0,31	\$0,03	\$0,34	\$0,03	\$0,09	\$0,46
Aplicador pls x 25 / cotonete	\$0,18	\$0,02	\$0,19	\$0,02	\$0,05	\$0,26
Aplicador pls x 50 / cotonete	\$0,24	\$0,02	\$0,26	\$0,03	\$0,07	\$0,36
Aretes argollas perlas	\$0,85	\$0,08	\$0,93	\$0,09	\$0,23	\$1,26
Aretes argollas1	\$0,10	\$0,01	\$0,11	\$0,01	\$0,03	\$0,15
Aretes argollas2	\$0,10	\$0,01	\$0,11	\$0,01	\$0,03	\$0,15
Aretes argollas3	\$0,10	\$0,01	\$0,11	\$0,01	\$0,03	\$0,16
Aretes argollas4	\$0,13	\$0,01	\$0,14	\$0,01	\$0,03	\$0,19
Aretes flores y mariposas	\$1,56	\$0,16	\$1,72	\$0,17	\$0,43	\$2,32
ARETES JEWELRY (fundita el par)	\$0,51	\$0,05	\$0,56	\$0,06	\$0,14	\$0,75
Aretes jewelry surtidos	\$0,89	\$0,09	\$0,98	\$0,10	\$0,25	\$1,33
Aretes surtidos _ fashion jeswelry	\$0,07	\$0,01	\$0,08	\$0,01	\$0,02	\$0,11
Argollas aretes doradas	\$0,67	\$0,07	\$0,74	\$0,07	\$0,18	\$0,99
Babys biberon economico *9 oz	\$1,33	\$0,13	\$1,46	\$0,15	\$0,36	\$1,97
Babys biberon estam c/aga *9 oz	\$1,84	\$0,18	\$2,03	\$0,20	\$0,51	\$2,74
Babys biberon estampado 8/9 oz s/a	\$1,21	\$0,12	\$1,33	\$0,13	\$0,33	\$1,79
Babys chupon silicon flujo reg.x 3 c.estandar	\$1,29	\$0,13	\$1,42	\$0,14	\$0,36	\$1,92
Babys cortauñas niños	\$2,59	\$0,26	\$2,85	\$0,28	\$0,71	\$3,85
BABYS ENTRETENEDOR CON TAPA Y CLIP X 1 chupon de niño	\$4,46	\$0,45	\$4,91	\$0,49	\$1,23	\$6,63
Banandas doradas arcoiri	\$0,40	\$0,04	\$0,44	\$0,04	\$0,11	\$0,60
Bebelac gold 1 polvo 0-6 mes lata*400g	\$9,75	\$0,97	\$10,72	\$1,07	\$2,68	\$14,47
Bebelac gold 2 polvo 6-12 mes lata*400g	\$9,30	\$0,93	\$10,22	\$1,02	\$2,56	\$13,80
Bebelac gold 3 polvo 12+ mes lata*400g	\$8,60	\$0,86	\$9,45	\$0,95	\$2,36	\$12,76
Carlitos biberon b/st *2 oz	\$1,37	\$0,14	\$1,51	\$0,15	\$0,38	\$2,03
Carlitos biberon b/st *5 oz	\$1,46	\$0,15	\$1,60	\$0,16	\$0,40	\$2,16
Carlitos biberon b/st *9 oz	\$1,66	\$0,17	\$1,82	\$0,18	\$0,46	\$2,46
Carlitos biberon c/agarradera *5 oz	\$1,74	\$0,17	\$1,91	\$0,19	\$0,48	\$2,58
Carlitos biberon c/agarradera *9 oz	\$1,87	\$0,19	\$2,06	\$0,21	\$0,51	\$2,77
Carlitos extractor de leche *1	\$2,35	\$0,23	\$2,58	\$0,26	\$0,65	\$3,49
Carlitos tetinas silic antigot b/st *1	\$0,44	\$0,04	\$0,48	\$0,05	\$0,12	\$0,65

Carlitos tetinas silic antigot b/st *3	\$1,20	\$0,12	\$1,33	\$0,13	\$0,33	\$1,79
Carlitos tetinas silic antigot rn *2	\$0,81	\$0,08	\$0,89	\$0,09	\$0,22	\$1,20
Cepillo colgate colores (cerdas medio)	\$0,54	\$0,05	\$0,59	\$0,06	\$0,15	\$0,80
Cepillo colgate kids 5 años	\$0,51	\$0,05	\$0,56	\$0,06	\$0,14	\$0,76
Cepillo dental de niño "ragel"	\$0,31	\$0,03	\$0,34	\$0,03	\$0,09	\$0,46
Cepillo masajeador de encias para bebe	\$1,45	\$0,15	\$1,60	\$0,16	\$0,40	\$2,15
Chupon carlitos silicon boca ancha	\$1,14	\$0,11	\$1,25	\$0,13	\$0,31	\$1,69
CHUPON CARLITOS SILICON _ pomo venta por unidad	\$0,34	\$0,03	\$0,37	\$0,04	\$0,09	\$0,50
Chupon con cadena _ zart	\$1,58	\$0,16	\$1,74	\$0,17	\$0,44	\$2,35
Chupon entretenimiento con tapa _ mommytos	\$1,05	\$0,11	\$1,16	\$0,12	\$0,29	\$1,56
Colgate cep dent ext clean duro x2 *1	\$1,82	\$0,18	\$2,00	\$0,20	\$0,50	\$2,70
Colgate cep dent extra clean duro *1	\$1,10	\$0,11	\$1,21	\$0,12	\$0,30	\$1,63
Colgate cep dent extra clean medio *3	\$2,48	\$0,25	\$2,72	\$0,27	\$0,68	\$3,68
Colgate cep dent value dr. Rabbit 2+*1 *	\$0,55	\$0,05	\$0,60	\$0,06	\$0,15	\$0,82
Colgate hilo dent encerado *25m	\$2,64	\$0,26	\$2,90	\$0,29	\$0,73	\$3,92
Colgate hilo dent fluor y menta *25m	\$2,64	\$0,26	\$2,90	\$0,29	\$0,73	\$3,92
Colgate past dent menta pura *60ml	\$0,75	\$0,07	\$0,82	\$0,08	\$0,21	\$1,11
Colgate past dent ta xtr blanc *60ml	\$0,91	\$0,09	\$1,00	\$0,10	\$0,25	\$1,35
Colgate past dent triple acc *22ml	\$0,39	\$0,04	\$0,43	\$0,04	\$0,11	\$0,59
Colgate past dent triple acc *60ml	\$0,91	\$0,09	\$1,00	\$0,10	\$0,25	\$1,35
Colgate past dent triple acc *75ml	\$1,25	\$0,13	\$1,38	\$0,14	\$0,34	\$1,86
Colonia angelino niña sonrisas de hada 200ml (12uxcj)	\$2,41	\$0,24	\$2,66	\$0,27	\$0,66	\$3,58
Colonia angelino niño travesuras de angel 100ml (12uxcj)	\$1,53	\$0,15	\$1,68	\$0,17	\$0,42	\$2,27
Colonia personi baby 100 ml.	\$1,65	\$0,17	\$1,82	\$0,18	\$0,45	\$2,45
Deo colonia ella radiance / hnd	\$21,43	\$2,14	\$23,57	\$2,36	\$5,89	\$31,82
Deo colonia h men icy 75ml / hnd	\$20,89	\$2,09	\$22,98	\$2,30	\$5,74	\$31,02
Preserv.super luxe caja x 300	\$0,05	\$0,00	\$0,05	\$0,01	\$0,01	\$0,07
PRESERVATIVO SENSEX GRANEL ANATOMICO x UND	\$0,07	\$0,01	\$0,08	\$0,01	\$0,02	\$0,11
Preservativos eros profilacticos und	\$0,12	\$0,01	\$0,13	\$0,01	\$0,03	\$0,18
Prestobarba bic rasuradora desech.soleil mujer p5 l16 und	\$0,73	\$0,07	\$0,80	\$0,08	\$0,20	\$1,08
Prestobarba bic sensitive shaver plancha p24l126	\$0,27	\$0,03	\$0,29	\$0,03	\$0,07	\$0,40

Prestobarba gillette 3h.pl x 10	\$0,87	\$0,09	\$0,95	\$0,10	\$0,24	\$1,29
Prestobarba schick xtreme3 tropic	\$0,89	\$0,09	\$0,98	\$0,10	\$0,25	\$1,33
Pro active gel dental carbon activado	\$4,02	\$0,40	\$4,42	\$0,44	\$1,11	\$5,97
Prot diarios largos nosotras x10+prot mult x5 (48ucj)	\$0,92	\$0,09	\$1,01	\$0,10	\$0,25	\$1,37
Prot diarios normal x15 (36ucj)	\$1,18	\$0,12	\$1,30	\$0,13	\$0,32	\$1,75
Prot diarios normal x15+prot diarios x5 (36ucj)	\$1,18	\$0,12	\$1,29	\$0,13	\$0,32	\$1,75
Protex jab liq avena doypak *500ml	\$2,85	\$0,29	\$3,14	\$0,31	\$0,78	\$4,23
TOTAL =====	\$273,38	\$27,34	\$300,72	\$30,07	\$75,18	\$405,97

Carrillo, V . (2022). *Productos que comercializa la farmacia San Valentín*. Nueva Loja.

3.9. Implementación del negocio

3.9.1. Arriendo del local.

Tabla 23 Arriendo del local

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$175,00	\$1.050,00	\$2.100,00

Carrillo, V. (2022). Arriendo del local. Nueva Loja.

3.9.2. Equipos industriales de seguridad

Tabla 24 Equipos industriales

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Aire acondicionado	1	\$540,00	\$540,00
Equipos Data POS	1	\$270,00	\$270,00
Lector código de barra	1	\$29,00	\$29,00
Kit Cámara de vigilancia	1	\$116,00	\$116,00
Caja registradora	1	\$53,00	\$53,00
Contenedores biodegradables	4	\$59,00	\$236,00
TOTAL =====			\$1.244,00

Carrillo, V. (2022). Equipos industriales. Nueva Loja.

3.9.3. Equipos de computación.

Tabla 25 Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Laptop Portatil Hp Intel Core I7 10ma 16gb 1000gb 14" I3/i5	2	\$954.00	\$1908.00
Impresora Epson Wf2860 Multifunción Tinta Continua L3210-I3250	1	\$270.00	\$270.00
TOTAL =====			\$2178.00

Carrillo, V. (2022). Equipos de computación. Nueva Loja.

3.9.4. *Muebles y enseres.*

Tabla 26 Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escritorio moderno	1	\$150,00	\$150,00
Estantería metálica	9	\$85,00	\$765,00
Librero archivador de oficina	2	\$95,00	\$190,00
Vitrinas	2	\$300,00	\$600,00
Sillas de oficina	5	\$49,50	\$247,50
Sillas ancada de espera	2	\$149,00	\$298,00
TOTAL =====			\$2.250,50

Carrillo, V. (2022). Muebles y enceres. Nueva Loja.

3.9.5. *Equipos industriales de seguridad.*

Tabla 27 Equipos industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor recargable 10 Lb	1	\$45,26	\$46,26
Sensor desinfectante de manos	2	\$5.75	\$5.75
Detector de gas GLP	1	\$22.00	\$24.64
Rótulos de señalética (baño, entrada salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo y uso de mascarilla)	7	\$2.00	\$14.00
TOTAL =====			\$92,76

Carrillo, V. (2022). Equipos industriales de seguridad. Nueva Loja.

3.9.6. Suministros de oficina.

Tabla 28 Suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Papel bond xerox, 1 resma	1	5,00	\$5,00
Grapadora	1	4,35	\$4,35
Grapas (caja)	1	0,50	\$0,50
Esferos BIC (rojo, azul, negro)	1	1,90	\$1,90
Perforadora	1	6,95	\$6,95
Libreta	2	0,57	\$1,14
Carpeta doble anillo	1	2,05	\$2,05
Tijera	1	2,55	\$2,55
TOTAL			\$24,44
TOTAL ANUAL =====			\$293,28

Carrillo, V. (2022). Suministros de oficina. Nueva Loja.

1.1.1. Servicios básicos.

Tabla 29 Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	15
Luz	23
Teléfono	17
Internet	23
TOTAL =====	\$78,00
TOTAL ANUAL =====	\$936,00

Carrillo, V. (2022). Servicios básicos. Nueva Loja.

3.9.7. *Materiales de limpieza.*

Tabla 30 Material de limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba plumable grande	1	\$3,40	\$3,40
Trapeador de microfibra	1	\$2,80	\$2,80
Papel higiénico familia	4	\$7,12	\$28,48
Jabón líquido clean de durazno	1	\$2,40	\$2,40
Toalla de papel bio	1	\$2,19	\$2,19
Fundas basura domesticas (10 unidades)	1	\$1,25	\$1,25
Lavavajillas crema de 450gr	1	\$1,54	\$1,54
Cloro limón 500MI	1	\$0,91	\$0,91
gel antiséptico gel clean 350 ml	1	\$0,94	\$0,94
TOTAL =====			\$37,71
TOTAL ANUAL =====			\$452,52

Carrillo, V. (2022). Materiales de limpieza. Nueva

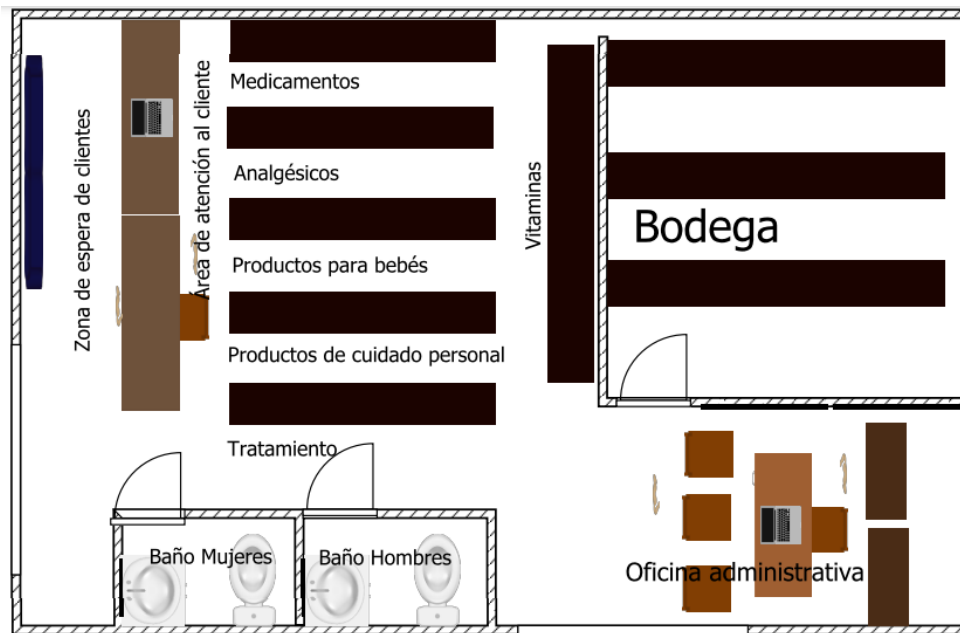
3.10. **Estudio arquitectónico**

Se contempla en el diseño de la Farmacia San Valentín la capacidad para el número de trabajadores (Administrador y cajero/vendedor)

Se cuenta con una oficina para el gerente donde se mantendrá reuniones, una caja de cobro, dos baños; uno para hombres y otro para mujeres, un espacio de atención al cliente, sala de espera, perchas específicas para cada producto solicitado por el cliente y una bodega.

3.11. Estructura interna del establecimiento.

Ilustración 30 Estructura de la farmacia



Carrillo, V. (2022). Estructura de la farmacia. Nueva Loja.

Ilustración 31 Vista superior de la farmacia San Valentín



Carrillo, V. (2022). Vista superior de la farmacia. Nueva Loja.

4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

“Otorgar derechos, prerrogativas, deberes, prohibiciones y obligaciones, garantizando colaboración armónica y convivencia pacífica entre empresas, Sociedades y Estados”.
(Barrera, 2021)

En cumplimiento con las disposiciones legales del estado ecuatoriano, para la comercialización de medicamentos, analgésicos, productos para bebés, productos de cuidado personal, tratamiento y vitaminas, la Farmacia San Valentín realizará los trámites y procesos pertinentes para crear el establecimiento y ejecutar la actividad económica que plantea desarrollar.

Considerando que la Farmacia San Valentín abrirá sus puertas bajo la figura legal “persona natural”, es necesario conocer los requisitos y obligaciones a los que está sujeto el emprendimiento.

“Como persona natural, el emprendedor ejerce derechos y contrae obligaciones por sus propios derechos, es decir que asume directa y personalmente la responsabilidad sobre las obligaciones y deudas que genere la empresa.” (Mora, s.f.)

4.1. Pasos para abrir la microempresa como persona natural

- a. Disponer de un establecimiento físico
- b. Obtener el RUC o el RISE de la persona natural en el SRI

- c. Obtener la patente de la persona natural en el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito
- d. Imprimir facturas

4.2. Requisitos tributarios

La obtención del Registro Único de Contribuyentes, RUC, en el SRI es la primera obligación tributaria si se pretende ejercer actividades económicas en el país. La función de este documento es registrar e identificar a los contribuyentes, naturales o jurídicas, frente a la Administración Tributaria, a efectos del pago de impuestos por el ejercicio de alguna actividad económica en el país, permanente o temporal. (Mora, s.f.)

4.2.1. RUC para Persona Natural

- a) Formulario 01-A debidamente lleno y suscrito por el contribuyente.
- b) Original y copia de cédula de ciudadanía y certificado de votación del contribuyente.
- c) Planilla de servicio básico de los últimos tres meses, del lugar en donde operará el establecimiento, a nombre del contribuyente, cónyuge, padres, hermanos o hijos.
- d) Contrato de arrendamiento inscrito, si es el caso, o carta de uso gratuito de inmueble, en caso de que el local esté a nombre de terceros.
- e) Copia de cédula y certificado de votación del propietario del inmueble.

Si el proceso es realizado por tercera persona, debe presentarse además una carta de autorización, y la cédula original de la persona que realiza el trámite.

Si la inscripción en el RUC es gestionada por un artesano calificado; debe adjuntarse, además, original y copia de la calificación artesanal emitida por la Junta Nacional de Defensa del Artesano. (Mora, s.f.)

4.3. Requisitos municipales para personas naturales

La primera obligación municipal del emprendedor es obtener su registro de patente, mediante la inscripción del Registro de Actividades Económicas Tributarias (RAET), que no es más que el número de patente otorgado por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito al contribuyente natural o jurídico, para efectos de cumplir con las declaraciones del sistema impositivo municipal.

Los requisitos para obtener la patente por primera vez son:

- Formulario de declaración de patente para persona natural, debidamente lleno y firmado
- Copia de cédula y certificado de votación
- Copia del RUC
- Acuerdo de responsabilidad de uso de medios electrónicos

Si el trámite es realizado por tercera persona deberá adjuntarse también, una carta simple de autorización, así como original y copia de la cédula del autorizado.

Si el emprendedor es un artesano calificado, debe adjuntarse copia de la calificación artesanal vigente, emitida por la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

Si el emprendedor es una persona con discapacidad, deberá adjuntar además una copia del carné del CONADIS o del Ministerio de Salud, vigente.

Si la actividad a emprender es de transporte, deberá adjuntarse además una copia de la licencia de conducir categoría profesional. (Mora, s.f.)

4.3.1. Formularios que debe presentar

- Formulario de inscripción y actualización del registro de actividades económicas para personas naturales no obligadas a llevar contabilidad
- Formulario de inscripción y actualización del registro de actividades económicas para personas naturales obligadas a llevar contabilidad
- Acuerdo de responsabilidad de uso de medios electrónicos. (Mora, s.f.)

4.3.2. Requisitos generales para la emisión del permiso de funcionamiento a personas naturales:

- Formulario único de solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas - LUAE, debidamente lleno y suscrito por el titular del RUC.
- Copia del RUC
- Copia de cédula o pasaporte y certificado de votación de la persona natural.
(Mora, s.f.)

4.4. Patente Municipal

La patente municipal se paga una vez por año y su valor está calculado por el Gobierno Autónomo Descentralizado Lago Agrio.

Los requisitos que se debe cumplir para la apertura de un negocio son facilitados en la ventanilla de información del municipio, siendo estos los siguientes.

- Copia de cedula y papeleta de votación. \$0,50
- Copia del RUC o RISE. \$0,50
- Copia del pago de impuesto predial. \$0,25
- Copia del permiso de bomberos. \$0,25
- Copia de guía de buenas prácticas ambientales. (GAD Lago Agrio, 2021)

La patente municipal tiene un costo de \$60,00 dólares americanos de Estados Unidos.

4.5. IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)

El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social es una entidad, cuya organización y funcionamiento se fundamenta en los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiariedad y suficiencia. Se encarga de aplicar el Sistema del Seguro General Obligatorio y el Seguro Social Campesino que forman parte del Sistema Nacional de Seguridad Social.

La institución tiene como misión proteger a la población urbana y rural que se encuentre afiliada al IESS, ya sea con relación de dependencia laboral o sin ella, contra

las contingencias de enfermedad, maternidad, riesgos de trabajo, discapacidad, desempleo, invalidez, vejez y muerte, de acuerdo al plan contratado. (IESS, 2022)

El Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral, se lo obtiene en el IESS y sin ningún costo

- Ingresar a la página web del IESS www.iess.gob.ec.
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- Acercarse a las agencias del IESS o hacerlo en línea
- Cedula de identidad
- Solicitud de clave
- Acuerdo de uso de información (IESS, 2021)

4.6. Ministerio de Trabajo

Es la Institución rectora de políticas públicas de trabajo, empleo y del talento humano del servicio público, que regula y controla el cumplimiento a las obligaciones laborales mediante la ejecución de procesos eficaces, eficientes, transparentes y democráticos enmarcados en modelos de gestión integral, para conseguir un sistema de trabajo digno,

de calidad y solidario para tender hacia la justicia social en igualdad de oportunidades.

(Ministerio de Trabajo, 2022)

4.7. Servicio de Rentas Internas / SRI

En esta entidad obtener el RISE (Régimen Impositivo Simplificado) no tiene ningún costo (SRI, 2020).

El Régimen Impositivo Simplificado (RISE), es un régimen de inscripción voluntaria, que reemplaza el pago del IVA y del Impuesto a la Renta a través de cuotas mensuales y tiene por objeto mejorar la cultura tributaria en el país.

Pueden inscribirse pequeños negocios con ventas anuales inferiores a \$60.000 y con menos de 10 empleados. Pequeños negocios cuyos propietarios, además, perciban ingresos anuales en relación de dependencia, menores a la fracción básica del Impuesto a la Renta y, que, en conjunto con las ventas del negocio, no superen los \$60.000 anuales.

4.7.1. Lugar de la inscripción

Las inscripciones se recibirán en las ventanillas de las agencias del SRI en todo el país.

4.7.2. Requisitos de la inscripción

- Cédula de identidad.
- Certificado de votación actualizado

- Documentos para justificar el domicilio y sucursal tales como: planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono); factura de telefonía fija o móvil, internet o televisión pagada; predio urbano o rural; estado de cuenta bancaria o tarjeta de crédito; notas de crédito o débito emitidas por servicios básicos; contrato o factura de arrendamiento; contrato de comodato; certificado del registro de la propiedad; escritura de compra-venta del inmueble; documento emitido por la entidad pública en el que conste la dirección; patente municipal; permiso de bomberos; certificaciones de uso de locales u oficinas; certificado de domicilio otorgado por la Junta Parroquial más cercana;

4.7.3. Responsabilidad del contribuyente

- Actualizar la información cuando supere o reduzca sus ingresos registrados al momento de inscribirse en el RISE.
- Pagar su cuota mensual puntualmente o prepagar el año.
- Emitir comprobantes de venta autorizados, exclusivamente, por las transacciones propias del contribuyente. (SRI, 2022)

4.8. Régimen RIMPE

Personas naturales y jurídicas con ingresos brutos anuales de hasta USD 300.000 (al 31 de diciembre del año anterior).

Personas naturales con ingresos brutos anuales de hasta USD 20.000 (al 31 de diciembre del año anterior).

4.8.1. Actividades no sujetas al RIMPE

No estarán sujetos a este régimen los ingresos provenientes de:

- Actividades relacionadas a contratos de construcción y actividades de urbanización, lotización y otras similares (Arts. 28 y 29 de la Ley de Régimen Tributario Interno).
- Actividades profesionales, mandatos y representaciones.
- Actividades de transporte.
- Actividades agropecuarias.
- Actividades de comercializadoras de combustible.
- Actividades en relación de dependencia.
- Rentas de capital.
- Regímenes especiales.
- Inversión extranjera directa y actividades en asociación pública-privada.
- Sector de hidrocarburos, minería, petroquímica, laboratorios médicos y farmacéuticas, industrias básicas, financiero, seguros y Economía Popular y Solidaria.
- Además, tampoco estarán sujetos a este régimen quienes hayan recibido ingresos brutos superiores a USD 300.000 en el año anterior, ni quienes se encuentren inscritos en el RUC sin actividad económica registrada.

4.8.2. Comprobantes de Emprendedores

- Los contribuyentes sujetos al régimen RIMPE deberán emitir facturas, documentos complementarios, liquidaciones de compra de bienes y prestación de servicios, así como comprobantes de retención en los casos que proceda.
- Los contribuyentes que a la fecha de incorporación al RIMPE tengan facturas autorizadas y vigentes podrán seguir emitiéndolas siempre y cuando incorporen la leyenda “Contribuyente Régimen RIMPE” de forma manual, mediante sello o cualquier forma de impresión.

- Los contribuyentes que hayan estado en el RISE, pero no sean catalogados como negocios populares y que a la fecha de incorporación al RIMPE tengan notas de venta autorizadas y vigentes, podrán emitir las desglosando el IVA, sin enmendaduras ni tachones; además, deberán incorporar la leyenda “Contribuyente Régimen RIMPE” de forma manual, mediante sello o cualquier forma de impresión.
- Los nuevos contribuyentes catalogados como RIMPE deberán informar al establecimiento gráfico autorizado por el SRI que incluya la leyenda “Contribuyente Régimen RIMPE” en los comprobantes de venta autorizados. El establecimiento gráfico podrá verificarlo en el listado referencial publicado en el portal web institucional. De no encontrarse aún en el listado referencial, se deberá colocar mediante sello o cualquier otra forma de impresión la leyenda indicada en los documentos autorizados, una vez que conste en el mismo.
- Los contribuyentes que emiten comprobantes de venta, retención y documentos complementarios en el esquema electrónico y que pertenezcan al RIMPE deberán incluir la leyenda “Contribuyente Régimen RIMPE” en la sección de Información Adicional del comprobante electrónico, posteriormente, se incorporará la leyenda en la sección del esquema que el SRI establezca.

4.8.3. *Impuesto a la renta*

- Para calcular la base imponible considerarán los ingresos brutos gravados, provenientes de las actividades acogidas a este régimen y se restarán las devoluciones o descuentos; adicionalmente se sumarán o restarán, los ajustes de generación y/o reversión por efecto de aplicación de impuestos diferidos.
- Son aplicables los beneficios tributarios relacionados con los ingresos previstos en la normativa legal.
- La declaración y pago del Impuesto a la Renta se efectuará de forma anual.
- La tarifa impositiva de este régimen no estará sujeta a rebaja o disminución alguna.

- La declaración se efectuará de manera obligatoria, aunque no existieren valores de ingresos, retenciones o crédito tributario durante el período fiscal anual.

4.8.4. IVA

- La declaración y pago del IVA en forma semestral y acumulada por las transacciones generadas en actividades acogidas o no a este régimen.
- Sin perjuicio de la obligación semestral de IVA, el contribuyente podrá presentar declaraciones mensuales en los períodos que así lo requiera.

4.8.5. Retenciones

- No son agentes de retención del Impuesto a la Renta, excepto en los casos en los que el SRI así lo disponga mediante la respectiva calificación; y, en los casos previstos en el numeral 2 del art. 92 del Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno:
 - a. En la distribución de dividendos.
 - b. En la enajenación de derechos representativos de capital.
 - c. En los pagos y reembolsos al exterior.
 - d. En los pagos por concepto de remuneraciones, bonificaciones, comisiones a favor de sus trabajadores en relación de dependencia.
- No son agentes de retención del IVA, excepto en en los casos en los que el SRI así lo disponga mediante la respectiva calificación; y, en los casos previstos en el numeral 2 del artículo 147 del RLRTI:
- En la importación de servicios; y en general, cuando emitan liquidaciones de compras de bienes y prestación de servicios.
- IVA presuntivo.
- Las entidades del sistema financiero, por los pagos que realicen, amparados en convenios de recaudación o de débito.

- Las retenciones en la fuente del Impuesto a la Renta e IVA realizadas serán declaradas y pagadas de manera semestral.
- Son sujetos a retención del 1% por los bienes y servicios de las actividades económicas sujetas a este régimen.

4.8.6. Impuesto a los Consumos Especiales

La declaración y pago del ICE se deberá realizar de manera mensual.

4.8.7. Vigencia

Este régimen será de aplicación obligatoria por el plazo de 3 años contados desde la primera declaración del Impuesto a la Renta, siempre que cumplan con las condiciones para pertenecer a este régimen. (S.R.I., 2022)

4.9. Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria / ARCSA

El Permiso de Funcionamiento es el documento otorgado por la ARCSA a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente, a excepción de los establecimientos de servicios de salud.

4.9.1. Procedimiento de Obtención de Permiso de Funcionamiento:

- Ingresar al sistema informático de la ARCSA www.permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec con su usuario y contraseña; en caso de no contar con el usuario, deberá registrarse aquí.

- Una vez registrado, usted podrá obtener el permiso de funcionamiento, en base a las siguientes instrucciones: Obtención Permiso de funcionamiento (descarga PDF).
- Llenar el formulario (adjuntar los requisitos de acuerdo a la actividad del establecimiento).
- Emitida la orden de pago, usted podrá imprimir y después de 24 horas de haberse generado la orden de pago proceder a cancelar su valor.

La cuenta habiente para el pago de permisos de funcionamiento es:

– Cuenta del ARCSA – Banco del Pacífico N° 07465068.

– RUC del ARCSA: 1768169530001.

El banco del Pacífico remitirá la información de pago a la agencia, por lo que la orden de pago Generada y pagada, NO tendrá que ser escaneada ni cargada en la página de permisos.

Si su pago fue realizado en BANECUADOR B.P. donde no exista una agencia del Banco Pacífico, usted deberá escanear la papeleta del depósito y subir la información de su pago al Sistema Automatizado de Permisos de Funcionamiento.

Validado el pago, usted podrá imprimir su permiso de funcionamiento y factura.

Recuerde que los siguientes requisitos serán verificados en línea con las instituciones pertinentes, por lo que no requiere adjuntar la siguiente documentación:

- Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- Registro Único de Contribuyentes.
- Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad, si fuera el caso. (ARCSA, 2022)

5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

5.1. Objetivo de área

En términos generales se identifica que la actividad comercial genera un impacto ambiental diverso, puesto que esto estará determinado por los productos o bienes que se fabriquen o comercialicen, la Farmacia San Valentín al ser una microempresa que comercializa medicamentos, analgésicos, productos para bebés, productos de cuidado personal, tratamiento y vitaminas; mismos que son elaborados por distintas empresas se determina que el impacto ambiental generado por la farmacia San Valentín estará mayormente determinado por el uso de transporte y algunos elementos que se usan en el local de venta para la atención del cliente.

Si bien se considera que la Farmacia San Valentín al ser una microempresa que solamente comercializa bienes y no los fabrica, es consciente que las empresas que los producen o elaboran si ejercen un impacto ambiental en el suelo, aire y tierra, por ello Farmacia San Valentín plantea comercializar productos que cuenten con la certificación de calidad ambiental.

La Farmacia San Valentín propone utilizar materiales amigables con el ambiente, mismos que son utilizados para realizar el mantenimiento de las instalaciones; el uso de fundas, cartones y envolturas para que el cliente lleve sus compras realizadas.

La Farmacia San Valentín será una microempresa que aplique las buenas prácticas ambientales, donde se optimice el uso de los recursos y se evite su desperdicio, para ello se colocará señalética informativa en el local donde se mencione respecto al uso de agua en los baños, uso adecuado de energía, importancia de aplicar las tres “R” (reducir, reutilizar y reciclar.)

5.2. Impacto ambiental

Identificación de impactos ambientales que pueda ocasionar Farmacia San Valentín

Los problemas de tipo medioambiental que la Farmacia San Valentín identifica en el sector comercial son:

- **Basura:** es generada durante el proceso de comercialización de compra y venta de medicamentos, analgésicos, productos para bebés, productos de cuidado personal, tratamiento y vitaminas, además de ello se considera como basura en tiempo posterior a las facturas, empaques, frascos, plásticos y entre otros elementos que se su utilizan como envoltura de los productos. Para reducir el impacto generado por la basura la Farmacia San Valentín se utilizará tachos de basura con colores distintivos para la separación de materiales reciclables, no reciclables y entre otros.
- **Agua:** el consumo de agua utilizada para la limpieza de las instalaciones y menaje del local. Para disminuir el impacto se utilizará material informativo en los baños donde se sugiera cerrar la llave cuando no se utilice el agua.

- **Energía:** la energía consumida para mejorar las condiciones del local para atender al cliente, sin embargo, para evitar el desgaste de energía se aprovechará en gran medida la luz natural del día mediante la implementación de ventanas grandes que permitan la iluminación del lugar, al igual que al momento de finalizar el día desactivar o desconectar equipos que no son necesarios como aire acondicionado, dispensador de agua y entre otros.
- **Mantenimiento y limpieza:** se considera aquellos productos utilizados para realizar la limpieza del lugar tales como detergentes, desinfectantes, ambientales y entre otros que permiten mantener limpias las instalaciones y enseres del local, se considera este punto debido que algunos artículos de limpieza suelen ser altamente contaminantes por ello la Farmacia San Valentín utilizará aquellos artículos que sean amigables con el ambiente.

Medidas para contrarrestar los impactos generados por la Farmacia San Valentín.

Mediante la señalética informativa se pretende concienciar a las familias que tienen niños menores de 5 años sobre el uso adecuado del agua, la energía, y la importancia de reducir, reutilizar y reciclar los artículos cuanto más se pueda para minimizar el impacto ambiental.

- Utilizar reguladores en el lavamanos
- Control en inspección de fugas de agua
- Evitar el uso innecesario de agua

- Capacitar y concientizar al personal para garantizar una correcta reducción de agua y energía eléctrica innecesaria
- Reducir, reciclar y reutilizar en cuanto a los residuos
- Separación de residuos en tachos de basura
- Apagar los equipos electrónicos al finalizar la jornada laboral
- Aprovechar la luz natural

5.3. Impacto social

5.3.1. Igualdad de género

La igualdad de género es un principio constitucional que estipula que hombres y mujeres son iguales ante la ley, lo que significa que todas las personas, sin diferencia alguna tienen los mismos derechos y deberes frente al Estado y la sociedad en su conjunto.

En definitiva, la igualdad de género implica que hombres y mujeres, niños y niñas deben recibir los mismos derechos y beneficios, por tanto, todos deben ser tratados con el mismo respeto, por esta razón la Farmacia San Valentín fomentará normas internas de trabajo, donde se ponga en acción el respeto mutuo entre compañeros de trabajo; se valore el esfuerzo y dedicación de cada persona considerando sus habilidades, conocimientos que aportan a la empresa sin llegar a menospreciar la función de cada colaborador y menos aún se atente contra su género.

5.3.2. Retroalimentación constante a empleados

Como una de las políticas de la Farmacia San Valentín, es capacitar semestralmente a los empleados para brindar una mejor atención al cliente e información sobre los productos a ofrecer y sea notable ante el consumidor y por ende su bienestar laboral sea satisfecho.

5.3.3. Protocolo de bioseguridad

La Farmacia San Valentín al ser una microempresa responsable para con sus clientes y trabajadores aplicará las normas sugeridas por la OMS (Organización mundial de la Salud), MSP (Ministerio de Salud Pública) con el fin de contribuir a disminuir los riesgos de contagio y propagación del COVID 19 que aún no ha sido erradicado.

6. PROCESO FINANCIERO

6.1. Introducción

En el siguiente capítulo se detalla el análisis financiero de la empresa, mismo que fueron utilizadas las siguientes herramientas, con el fin de analizar la viabilidad económica financiera del negocio “Farmacia San Valentín”.

6.2. Activos Fijos

El activo no corriente o activo fijo de una empresa está formado por todos los activos de la sociedad que no se hacen efectivos en un periodo superior a un año. Es una parte del activo, dentro del balance de situación de una empresa

Los activos fijos son poco líquidos ya que se necesita tiempo para convertirlos en efectivo. Son un elemento importante en la estructura financiera de la empresa, pero no sirven para respaldar la liquidez o necesidad de dinero en efectivo de la empresa en el corto plazo (Sevilla, 2016), sumando como total de activos fijos para la empresa se tiene: \$5.765,26. (Ver tabla 31).

Tabla 31 Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	
Edificio	\$0,00
Vehículo	\$0,00
Equipos Industriales y Seguridad	\$1.336,76
Equipos de Computación	\$2.178,00
Muebles - enseres	\$2.250,50
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$5.765,26

Carrillo, V. (2022). Activos fijos. Nueva Loja

6.3. Activos diferidos

Un activo diferido es como se conoce a aquel bien o servicio por el que ya se ha realizado un pago, pero del que no se ha disfrutado su uso (Sanchez, 20219) en este caso los gastos o inversión para la creación de la Farmacia San Valentín, los gastos legales serán de \$50,00, el permiso de funcionamiento de \$100 y las patentes municipales de \$60,00; lo que da un total de activos diferidos de \$210,00. Doscientos diez dólares de norte América con 00/100 centavos (*Ver tabla 32*).

Tabla 32. Activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos legales	\$50,00
Permisos funcionamiento	\$100,00
Patentes municipales	\$60,00
Total =====	\$210,00

Carrillo, V. (2022). Activos diferidos. Nueva Loja

6.4. Capital de trabajo

Es vital para trabajar para arrancar el negocio, es el dinero que se requiere para iniciar hasta que empiece a llegar las ventas y poder tener una liquides.

El capital de trabajo es una magnitud contable referida a aquellos recursos económicos con los que cuenta una empresa dentro de su patrimonio para afrontar compromisos de pago en el corto plazo y relacionados con su actividad económica (Westreicher, 2020)

En lo que concierne al establecimiento, trimestralmente calculando por concepto de sueldos a empleados a pagar tenemos el valor de \$16.572,32 dieciséis mil quinientos setenta y dos con treinta y dos centavos; de servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de \$936,00 novecientos treinta y seis dólares; de material de oficina (papel bond, grapadora, grapas, Esferos BIC (rojo, azul, negro), perforadora, libretas, carpeta doble anillo tijera), el valor de \$293,28 doscientos noventa y tres dólares con veinte ocho centavos; de material de limpieza (escoba, trapeador. Papel higiénico etc.) el valor de \$ 452,52; de alquiler de local el valor de \$2.100,00 dos mil cien dólares; por publicidad el valor de \$336,00 trescientos treinta y seis dólares; por sistemas \$2.178,00 dos mil ciento setenta y ocho dólares; por adquisición de materia prima el valor de \$2500,00, dos mil quinientos dólares; por gastos de financiamiento el valor de \$1.400,00 mil cuatrocientos dólares dando un total de gasto de \$26.768,12 veintiséis mil setecientos sesenta y ocho dólares con doce centavos (*Ver tabla 33*).

Tabla 33. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos	\$16.572,32
Servicios Básicos	\$936,00
Material oficina	\$293,28
Material limpieza	\$452,52
Servicio auto	\$0,00
Alquiler local	\$2.100,00
Publicidad	\$336,00
Sistemas	\$2.178,00
Adquisición productos / Materia prima	\$2.500,00
Gastos financieros	\$1.400,00
TOTAL INVERSIÓN ANUAL =====	\$26.768,12

Carrillo, V. (2022). Capital de trabajo. Nueva Loja

La inversión total son todos los gastos que se efectúan, teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo para un año de la empresa es de \$32.440,86. (Ver tabla 34).

Tabla 34. Detalles de inversión

TOTAL DE INVERSIÓN	
Capital trabajo	\$26.465,60
Activos fijos	\$5.765,26
Activos diferidos	\$210,00
TOTAL DE INVERSIÓN	\$32.440,86

Carrillo, V. (2022). Total de inversión. Nueva Loja

6.5. Sueldos

El salario o sueldo es la remuneración recibida por una persona como pago por su trabajo. De esta forma, el empleado puede beneficiarse de su contribución en tiempo y esfuerzo a la empresa que lo contrata. De la misma forma que puede ver traducida esa aportación en términos monetarios (Caballero, 2015)

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales, incluido el aporte al IESS, con valores mensuales y anuales (Ver tablas 35, 36 y 37).

Tabla 35. Sueldos.

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Administrador	\$730,00	\$8.760,00	\$827,82	\$1.064,34	\$8.996,52
Cajero/vendedor	\$450,00	\$5.400,00	\$510,30	\$656,10	\$5.545,80
TOTAL	\$1.180,00	\$14.160,00	\$1.338,12	\$1.720,44	\$14.542,32

Carrillo, V. (2022). sueldos. Nueva Loja

Tabla 36 Décimos

PERSONAL	SUELDOS	DECIMO 4°	DECIMO 3°	TOTAL, DECIMOS
Administrador	\$730,00	\$425,00	\$730,00	\$1.155,00
Cajero vendedor	\$450,00	\$425,00	\$450,00	\$875,00
TOTAL	\$1.180,00	\$850,00	\$1.180,00	\$2.030,00

Carrillo, V. (2022). decimos. Nueva Loja

Tabla 37 Sueldo total anual

TOTAL SUELDOS	TOTAL DECIMOS	TOTAL ANUAL
\$14.542,32	\$2.030,00	\$16.572,32

Carrillo, V. (2022). Sueldo total anual. Nueva Loja

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$16.572,32 anualmente.

6.6. Depreciación activos fijos.

La depreciación es la pérdida de valor de un bien como consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo. Se relaciona con la contabilidad de un bien, dado que es muy importante dotar provisiones en una empresa para que sus gestores tengan en cuenta la pérdida que se produce año tras año del valor en libros de ese activo (Vazquez, 2016)

En la tabla N° 38 se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: equipos industriales 10%, equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de \$1.084,65, (mil ochenta y cuatro dólares de Norte América con sesenta y cinco centavos)

Tabla 38 Depreciación de activos fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
	VALOR DE BIENES	% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Industriales	\$1.336,76	10%	\$133,68
Equipos de Computación	\$2.178,00	33,33%	\$725,93
Muebles y Enseres	\$225,05	\$225,05	\$225,05
TOTAL, DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS =====			\$1.084,65

Carrillo, V. (2022). Depreciación de activos fijos. Nueva Loja

6.7. Amortizaciones

En economía, se denomina amortización a la depreciación o disminución de valor de un activo o pasivo (Pedrosa, 2016)

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a \$42,00, ya que el monto por constitución equivale a \$210,00 (*Ver tabla 39*)

Tabla 39. Porcentaje Amortización

AMORTIZACIONES			
PORCENTAJE AMORTIZACIÓN			
Gastos de Constitución	210\$	20%	42

Carrillo, V. (2022). Porcentaje amortización. Nueva Loja

6.8. Tabla de amortización

La tabla de amortización es un documento que contiene el vencimiento e importe de cada una de las parcialidades, siendo estas los importes que el contratante deberá de

pagar, es decir el desglose de los importes y fechas en las cuales deberán de cumplir la obligación de pago contratado en la obtención de un crédito (Duarte, 2020).

A continuación, se presenta la tabla de amortización, que incluye el valor de \$10.000,00 que se pedirá a una entidad bancaria, calculando el pago en 5 años, con una tasa de interés del 14%. (Ver tabla 40).

Tabla 40. Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
MONTO	\$10.000 ,00			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERÉS	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	10.000,00
1	\$2.912,84	\$1.400,00	\$1.512,84	\$8.487,16
2	\$2.912,84	\$1.188,20	\$1.724,63	\$6.762,53
3	\$2.912,84	\$946,75	\$1.966,08	\$4.796,45
4	\$2.912,84	\$671,50	\$2.241,33	\$2.555,12
5	\$2.912,84	\$357,72	\$2.555,12	\$0,00

Carrillo, V. (2022). Tabla de amortización. Nueva Loja

La tabla indica el manejo de pago de la suma de 10.000,00 llegando al año 5, el pago de interés de \$357,72 y a su vez el pago capital de \$2.555,12 para que al final del periodo establecido dé un saldo de cero dólares.

6.9. Estructura capital

Una organización puede financiarse con recursos propios (capital) o con recursos pedidos en préstamo (pasivos). La proporción entre una y otra cantidad es lo que se conoce como estructura de capital, esta es la mezcla específica de deuda a largo plazo y de capital que la empresa utiliza para financiar sus operaciones. (Esparza, s.f.).

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$22.743,38 que equivale a una estructura del 69%; costo 12% con una tasa de descuento de 8,3%; por consiguiente el Capital Financiero es de \$10.000,00 con una estructura del 31% , el costo es del 14% que otorga el 4,3% de tasa de descuento; con un total de inversión de \$32.743,38 que en la suma total nos da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 12,6% valor indicador de la factibilidad de la empresa (*Ver tabla 41*)

Tabla 41. Estructura de capital.

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	\$22.743,38	69%	12%	8,3%	
Capital Financiero	\$10.000,00	31%	14%	4,3%	
TOTAL INVERSIÓN	\$32.743,38	100%		12,6%	TMAR

Carrillo, V. (2022). Estructura de capital. Nueva Loja

6.10. Punto de equilibrio

En la siguiente tabla N° 42, se aprecian los costos fijos que va a tener la empresa y son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos (Peñaloza, 2008). El valor se calculó con los valores de arriendo, sueldos y servicios básicos divididos para los 12 meses, el valor total mensual es de \$1.842,36 (*Ver tabla 42*)

Tabla 42. Costos fijos

COSTOS FIJOS- MENSUAL	
Materia prima	\$208,33
Arriendo	\$175,00
Sueldos	\$1.381,03
Ser. Básicos	\$78,00
TOTAL COSTO FIJO	\$1.842,36

Carrillo, V. (2022). Activos costos fijos. Nueva Loja

El margen de contribución es el resultado de restar los costes variables al precio de venta, es decir son los beneficios de una compañía sin considerar los costos fijos.

Para la Farmacia San Valentín se tomó en cuenta el costo bruto promedio de venta de todos los productos que se va a comercializar y el costo de venta promedio, entonces el valor del promedio de venta de los productos sería \$405,97, el valor promedio del costo sería \$273,38 por lo que el margen de contribución será de \$132,59 (Ver tabla 43).

Tabla 43. Margen de contribución

Productos	Total Producto	
Precio venta	\$405,97	VALOR BRUTO
Costo compra.	\$273,38	
Ganancia	\$132,59	

Carrillo, V. (2022). Margen de contribución. Nueva Loja

El punto de equilibrio es uno de los elementos centrales en cualquier tipo de negocio pues nos permite determinar el nivel de ventas necesario para cubrir los costes totales, es decir es la cantidad de producto o servicio que se debe vender para recuperar

el dinero que se invirtió al iniciar el negocio, sin recibir ganancias. Una vez que la empresa alcanza el equilibrio entre los costos totales y los ingresos totales, tendrá posibilidades de ser rentable y empezará a producir ganancias (Moreno, 2021).

En la tabla N° 44, se puede observar que la farmacia deberá realizar 14 ventas mensuales, es decir 0,5 ventas diarias para que el negocio tenga su punto de equilibrio y no se gane ni se pierda y en la tabla N° 45 se puede observar las ventas proyectadas, donde se determina que la farmacia deberá realizar 30 ventas.

Tabla 44. Punto de equilibrio

VENTA	\$14	\$405,97	\$5.641,04
COSTO	\$14	\$273,38	\$3.798,68
GASTO			\$1.284,36
PUNTO DE EQUILIBRIO =====			0

Carrillo, V. (2022). Punto de equilibrio. Nueva Loja

Tabla 45. Ventas /costos

VENTAS PROYECTADAS			
VENTA MENSUAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	
\$30,00	\$12.179,09	\$146.149,09	Ventas
\$30,00	\$8.201,41	\$98.416,89	Costo

Carrillo, V. (2022). Ventas /costos. Nueva Loja

6.11. Costo de ventas

El costo de ventas es el valor directo que supone haber fabricado un producto o servicio comercializado en un periodo determinado. (Llamas, 2020)

El costo de venta se basa en un periodo de cinco años en el mismo que tendremos las ventas proyectadas para conocer los valores del primer año. La tabla N° 46 es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$15.628,58 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$18464,26.

Tabla 46. Costo de ventas.

COSTO DE VENTAS						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		146149,09	150548,17	155079,67	159747,57	164555,97
COSTO DE VENTAS		98416,89	101379,24	104430,76	107574,12	110812,10
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		47732,19	49168,93	50648,92	52173,45	53743,87
GASTOS ADMINISTRATIVOS		16572,32	17071,15	17584,99	18114,30	18659,54
SERVICIOS BASICOS		936,00	964,17	993,20	1023,09	1053,89
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA		745,80	768,25	791,37	815,19	839,73
ALQUILER		2100,00	2163,21	2228,32	2295,40	2364,49
PUBLICIDAD		336,00	346,11	356,53	367,26	378,32
DEPRECIACIONES		1084,65	1084,65	1084,65	1084,65	1084,65
AMORTIZACIONES		42,00	42,00	42,00	42,00	42,00
UTILIDAD OPERATIVA		25915,42	26729,39	27567,85	28431,56	29321,26
GASTOS FINANCIEROS		1400,00	1188,20	946,75	671,50	357,72
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		24515,42	25541,18	26621,10	27760,05	28963,54
BASE IMPOSITIVA		8886,84	9258,68	9650,15	10063,02	10499,28
UTILIDAD NETA		15628,58	16282,50	16970,95	17697,03	18464,26

Carrillo, V. (2022). Costo de ventas. Nueva Loja

6.12. Flujo de caja

El flujo de caja se refiere a la información sobre los recursos que genera una empresa, tanto los flujos de entrada como de salida, en un periodo de tiempo específico, brinda la información sobre los ingresos y gastos, permitiendo determinar la solvencia y liquidez que posee la empresa (Esparza, s.f.)

Para el primer año la Farmacia San Valentín tendrá un flujo neto de caja de \$15.242,40, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$17.035,79 ya que en este año se recupera el capital de trabajo (*Ver tabla 47*)

Tabla 47. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		25915,42	26729,39	27567,85	28431,56	29321,26
DEPRECIACION		1084,65	1084,65	1084,65	1084,65	1084,65
AMORTIZACION		42,00	42,00	42,00	42,00	42,00
- BASE IMPOSITIVA		8886,84	9258,68	9650,15	10063,02	10499,28
- GASTOS FINANCIEROS		1400,00	1188,20	946,75	671,50	357,72
- PAGO CAPITAL		1.512,84	1.724,63	1.966,08	2.241,33	2.555,12
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICION DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	-32743,38	15.242,40	15.684,53	16.131,52	16.582,36	17.035,79

Carrillo, V. (2022). Flujo de caja. Nueva Loja

6.13. Cálculo del TIR y el VAN

Para finalizar el análisis financiero tenemos el último paso que es el del cálculo del VAN y el TIR que consiste en:

6.13.1. VAN (*Valor Actual Neto*)

El VAN es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un VAN traer el valor presente todas las proyecciones obtenidas en el flujo de caja menos la inversión; el VAN es bueno cuando es mayor a cero; por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$2.894,41; por lo tanto, el negocio es factible.

6.13.2. TIR (*Tasa Interna de Retorno*)

La Tasa Interna de Retorno (TIR), es el porcentaje de beneficio o pérdida que conllevará cualquier inversión y está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN) es igual a cero. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. (Software DELSOL, s.f.)

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 39,13% que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 12,61% con el TMAR (*Ver tabla N°48*).

Tabla 48. VAN/ TIR

CALCULO DEL TIR Y EL VAN	
VAN	\$23.765,87
TIR	39,13%
TMAR	12,61%

Carrillo, V. (2022). VAN/TIR. Nueva Loja

CONCLUSIONES

Mediante el estudio de mercado se ha conocido el tipo de medicamentos más frecuentados por los habitantes del barrio San Valentín, además se ha identificado el consumo de productos de aseo, tratamiento, cuidado personal, vitaminas y productos para bebés. Con estos datos obtenidos se analiza que la Farmacia debe considerar comercializar aquellos medicamentos y productos afines a la salud.

Mediante el estudio realizado se ha logrado identificar el presupuesto promedio que la población del barrio “San Valentín” que se destina para la adquisición del producto y la frecuencia con la que es compra cada producto, con ello se determina que existe un mercado que consume los productos que ofrecerá “la Farmacia San Valentín”.

Con el análisis interno de la microempresa se identificó que es necesaria la capacitación continua del personal de trabajo debido que existen cambios sociales, tecnológicos y legales, todos estos factores cambian la situación de una población y más aún si se trata de una actividad que involucra la salud, por tanto, es necesario comercializar únicamente productos que cuenten con las normas de calidad y seguridad sanitaria.

Mediante el análisis de mercado y estudio financiero desarrollado se concluye que la implementación de la farmacia en el Barrio San Valentín es viable, puesto que existe un mercado consumidor y los resultados económicos obtenidos del VAN, TIR y TMAR determinan el resultado económico favorable.

RECOMENDACIONES

La Farmacia San Valentín debe realizar estudios continuos respecto a medicamentos y productos afines a la salud, para ello es necesario que se esté evaluando continuamente los cambios que se producen en la sociedad y el ambiente puesto que estos dos elementos son necesarios para conocer aquellos productos que se requieren con mayor urgencia para el cuidado de la salud.

Si bien el estudio se ha enfocado en conocer las necesidades del mercado y la rentabilidad económica del negocio es imperativo que la Farmacia realice planes de capacitación para sus trabajadores e incluso para el mismo propietario, dado que la sociedad cambia constantemente, por tanto, la farmacia debe mantearse actualizada en cuanto a servicios, productos, automatización e incluso temas tributarios y gestión del negocio.

La “Farmacia San Valentín” debe realizar esfuerzos por crear convenios directos con las empresas que fabrican los productos para lograr agilizar el proceso de comercialización y disminuir los costos de los mismos, considerando que mientras más intermediarios hay, el costo se eleva.

REFERENCIAS

- ARCSA. (2022). *Emisión de Permisos de Funcionamiento*. Obtenido de Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria: <https://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>
- Caballero, F. (31 de 12 de 2015). *Economipedia.com* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/salario-o-sueldo.html>
- Duarte. (22 de 07 de 2020). *Credenz servicios financieros* . Obtenido de www.credenz.com.mx/que-es-la-tabla-de-amortizacion/
- EAE Business School. (21 de Enero de 2022). *¿Qué es la organización empresarial y cómo aplicarla a mi empresa?* Obtenido de Supply Chain: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/que-es-la-organizacion-empresarial-y-como-aplicarla-a-mi-empresa/>
- Esparza, J. (s.f.). *Estructura de capital*. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <http://web.uqroo.mx/archivos/jlesparza/acpef140/3.3a%20Estructura%20capital.pdf>
- Espinosa, R. (2020). *Roberto Espinosa*. Obtenido de <https://robertoepinosa.es/2019/06/09/piramide-de-maslow/>
- GoogleMaps. (2022).
- Gutiérrez, R. (29 de Diciembre de 2021). *Organigrama de empresa, qué tipos existen y para qué sirven*. Obtenido de Factorial: <https://factorialhr.es/blog/que-es-organigrama-empresa-tipos-plantillas/>

IESS. (11 de 01 de 2021). *IESS*. Obtenido de <https://www.iess.gob.ec/home-preguntas-frecuentes/>

IESS. (2022). *Competencia*. Obtenido de Intituto Ecuatoriano de Seguridad Social: <https://www.gob.ec/iess#:~:text=La%20instituci%C3%B3n%20tiene%20com%20misi%C3%B3n,de%20acuerdo%20al%20plan%20contratado.>

Llamas. (16 de 04 de 2020). *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/costo-de-ventas.html>

Master. (08 de Septiemre de 2020). *La filosofía empresarial*. Obtenido de Blog Activo, Servicios de Marketing: <https://activosm.com/la-filosofia-empresarial/#:~:text=La%20filosof%C3%ADa%20de%20una%20empresa,los%20valores%20de%20la%20compa%C3%B1%C3%ADa.>

Ministerio de Traajo. (2022). *Competencia*. Obtenido de Ministerio de Trabajo: <https://www.gob.ec/mt#:~:text=Somos%20la%20Instituci%C3%B3n%20rectora%20de,modelos%20de%20gesti%C3%B3n%20integral%2C%20para>

Montagud, N. (2021). *Políticas de empresa: qué son, tipos y características*. Obtenido de Psicología y Mente: <https://psicologiaymente.com/organizaciones/politicas-de-empresa>

Mora, P. (s.f.). *Manual práctico para emprendedores*. Obtenido de Cámara de Comercio de Quito: <https://ccq.ec/wp-content/uploads/2019/01/Instructivo-legal-pra%CC%81ctico-para-emprendedores-DEF..pdf>

Moreno, M. (2021). *El Punto de Equilibrio del negocio y su importancia estratégica*. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de

<https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-punto-de-equilibrio-y-su-importancia-estrategica>

Patricia Merino. (2022). Habitantes adultos del barrio San Valentín. *Secretaría de socios del barrio San Valentín*.

Pedrosa. (09 de 06 de 2016). *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/amortizacion.html>

Peñaloza, M. (2008). *Administración del capital de trabajo*. Recuperado el 23 de Agosto de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942157009.pdf>

Quiroa, M. (28 de Mayo de 2020). *Estructura Organizacional*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/estructura-organizacional.html>

Raeburn, A. (01 de Julio de 2021). *FODA*. Obtenido de Asana: <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>

Sanchez, G. (02 de 08 de 2019). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/activo-diferido.html>

Sevilla, A. (11 de 05 de 2016). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/activo-fijo.html>

Software DELSOL. (s.f.). *Tasa interna de retorno (TIR)*. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <https://www.sdelsol.com/glosario/tasa-interna-de-retorno-tir/>

SRI. (16 de 12 de 2020). *SRI*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/regimen-impositivo-simplificado-rise>

SRI. (2022). *RÉGIMEN IMPOSITIVO SIMPLIFICADO (RISE)*. Obtenido de RISE:

<https://www.sri.gob.ec/regimen-impositivo-simplificado-rise#%C2%BFqu%C3%A9-es>

Vazquez, B. (02 de 03 de 2016). *Economipedia.com* . Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/depreciacion.html>


Westreicher, G. (17 de 08 de 2020). Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/capital-de-trabajo.html>

Westreicher, G. (30 de Mayo de 2020). *Entorno empresarial*. Obtenido de

Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/entorno-empresarial.html>

ANEXOS

		Identificación de reporte de similitud: oid:11830:163079948	
NOMBRE DEL TRABAJO	AUTOR		
TESIS COMPLETA_VICTOR CARRILLO.do CX	Victor Carrillo		
RECuento DE PALABRAS	RECuento DE CARACTERES		
16586 Words	92614 Characters		
RECuento DE PÁGINAS	TAMAÑO DEL ARCHIVO		
128 Pages	10.1MB		
FECHA DE ENTREGA	FECHA DEL INFORME		
Aug 29, 2022 10:19 PM GMT-5	Aug 29, 2022 10:35 PM GMT-5		
<p>● 9% de similitud general</p> <p>El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos</p> <ul style="list-style-type: none"> • 9% Base de datos de Internet • Base de datos de Crossref • 1% Base de datos de publicaciones • Base de datos de contenido publicado de Crossref 			
<p>● Excluir del Reporte de Similitud</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bloques de texto excluidos manualmente 			
Resumen			

EQUIPOS DE OFICINA


Curso: Eli Camiseta Toddler G Baby Na G teleshop Amazon D Dresses - Bebermun bebito col ORDEN D Orden D Impres X

← → ↻ 🏠 <https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-506501187-impresora-epson-wf2860-multifunc-tinta-continua-l3210-l3250-ji>

Categorías Historial Vender Ayuda Crea tu cuenta Ingresar Mis compras

También puede interesarte: monitor pc - computadora - computadoras portátiles - regulador de voltaje - rig minería

Volver al listado | Computación > Impresoras y Accesorios > Impresoras Compartir | Vender uno igual



IMPORTADORA WORLD.NET - ECUADOR

EPSON WF-2860
EXCEED YOUR VISION

Impresora - Escaner - Copiadora
Duplex + wifi+ ADF

Impresora a DOBLE CARA

Nuevo | 604 vendidos

Impresora Epson Wf2860 Multifunc Tinta Continua L3210-L3250

U\$S 270

Ver los medios de pago

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Quito
[Ver costos de envío](#)

Color: Negro

Cantidad: 1 unidad (385 disponibles)

Al navegar en este sitio aceptas las cookies que utilizamos para mejorar tu experiencia. [Más información.](#) Entendido

Escribe aquí para buscar

14°C 19:16 8/2/2022

Curso: Eli Camiseta Toddler G Baby Na G teleshop Amazon D Dresses - Bebermun bebito col ORDEN D Orden D Laptop X


← → ↻ 🏠 <https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-505474938-laptop-portatil-hp-intel-core-i7-10ma-16gb-1000gb-14-i3i5-jm1>

mercado libre

Categorías Historial Vender Ayuda Crea tu cuenta Ingresar Mis compras

También puede interesarte: monitor pc - computadora - computadoras portátiles - regulador de voltaje - rig minería

Volver al listado | Computación > Notebooks y Accesorios > Notebooks Compartir | Vender uno igual



mercado Lider gold

INCLUYE IVA

intel CORE i7 10TH GEN

Nuevo | 103 vendidos

Laptop Portátil Hp Intel Core i7 10ma 16gb 1000gb 14" I3/I5

U\$S 954

Ver los medios de pago

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Quito
[Ver costos de envío](#)

Color: Negro

Al navegar en este sitio aceptas las cookies que utilizamos para mejorar tu experiencia. [Más información.](#) Entendido

Escribe aquí para buscar

14°C 19:17 8/2/2022

MATERIAL DE ASEO

supermercados
SANTA MARÍA

¡Hola!, ¿Qué estás buscando?

Iniciar sesión Lista de compras

Marcas

Filtro Por Precio
Min: \$0 Max: \$18

Familia Papel Higiénico Extragrande
AcolchaMAX EXTRA GRANDE
1 \$10.29
Desde 4 Unidades \$9.78
Añadir al carrito

Familia Papel Higiénico Extragrande
AcolchaMAX EXTRA GRANDE
1 \$3.62
Desde 4 Unidades \$3.44
Añadir al carrito

Familia Papel Higiénico Grande 12
AcolchaMAX EXTRA GRANDE
1 \$7.12
Desde 4 Unidades \$6.77
Añadir al carrito

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Escribe aquí para buscar

SUMINISTROS DE OFICINA

Curso: EMPRENDIMIENTO II (T... Camiseta Niño Spiderman - Pol... Tu búsqueda para RESMAS DE P...

RESMAS DE PAPEL

Mi lista Carrito Hola Empecemos

Caja De Resmas De Papel Bond Xerox A4 75g - 10 Resmas XEROX
\$42.30
VER MÁS COMPRAR

Resma De Papel Bond Xerox A4 75g - 500 Hojas XEROX
\$5.00
VER MÁS COMPRAR

Papel Bond Inen A4 Blanco 75g - 50 Hojas
JUAN MARCET
\$0.75
VER MÁS COMPRAR

Escribe aquí para buscar

supermercados SANTA MARIA

Hola, ¿Qué estás buscando?

Iniciar sesión Lista de compras

Categorías

Marcas

Filtro Por Precio
Min: \$0 Max: \$4

Mundial Escoba Fibra Pequeña Uni \$2.75
Desde 4 Unidades \$2.61

Mundial Escoba Plumable Grande Uni \$3.40
Desde 4 Unidades \$3.23

Prodelso Escoba Plástica Suave ... \$2.19
Desde 4 Unidades \$2.08

Escribe aquí para buscar

juanmarceit

grapadora

Mi lista Carrito Hola Empecamos

15% 15% 15%

Grapadora Metálica Deli 25 Hojas - Colores Surtidos DELI \$4.35

Grapadora Deli 25 Hojas - Colores Surtidos DELI \$2.90

Grapadora Deli 15 Hojas - Colores Surtidos DELI \$2.95

VER MÁS COMPRAR

Escribe aquí para buscar

The screenshot shows the website for Supermercados Santa María. The header is yellow with the logo and a search bar containing the text "¡Hola!, ¿Qué estás buscando?". There are buttons for "Iniciar sesión" and "Lista de compras". The main content area displays three mop products in a grid:

- Estrella Trapeador Industrial Con ...**: Price \$2.30, Desde 4 Unidades \$2.19. Button: "Añadir al carrito".
- Click Trapeador De Microfibra Con ...**: Price \$2.80, Desde 4 Unidades \$2.66. Button: "Añadir al carrito".
- Master Green Trapeador De ...**: Price \$2.85, Desde 4 Unidades \$2.71. Button: "Añadir al carrito".

At the bottom, there is a Windows taskbar and a notification for "Activar Windows". The footer indicates "Mostrando productos 1-9 de 9".

The screenshot shows the website for Juanmarcet. The header is red with the logo and a search bar containing the text "caja de grapas". There are buttons for "Mi lista", "Carrito", and "Hola Empecemos". The main content area displays three stapler products in a grid:

- Grapadora Mini Set Con Grapas DI Grapas N. 10. DELI**: Price \$2.50. A red circle indicates a 15% discount.
- Caja De Grapas 26/6 Deli 1000pcs Plateadas DELI**: Price \$0.55. A red circle indicates a 15% discount.
- Caja De Grapa Deli 24/6 - 1000pcs DELI**: Price \$0.50. A red circle indicates a 15% discount.


At the bottom, there is a Windows taskbar and a notification for "Activar Windows". The footer indicates "Mostrando productos".

Curso: EMPRENDIMIENTO II (TI) X Camiseta Niño Spiderman - Po... X Tu búsqueda para esferos - Ju... X

https://juanmarcet.com/?s=esferos&post_type=product&type_aws=true&id=1&filter=1


esferos

Mi lista Carrito Hola Empecemos




Bolígrafo Faber Castell Tri Style - 4
Colores
FABER CASTELL
\$0.95

VER MÁS COMPRAR



Bolígrafo Bic Fino Azul/Negro/Rojo - 4
Unidades
BIC
\$1.90

VER MÁS COMPRAR



Bolígrafo Faber Castell Trilux Surtido Punta Media - 5...
FABER CASTELL
\$1.60

VER MÁS COMPRAR

Activar Windows

https://juanmarcet.com/producto/boligrafo-faber-castell-trilux-surtido-punta-media-5-unidades/

Escribe aquí para buscar


9°C 8/2/2022

Curso: EMPRENDIMIENTO II (TI) X Camiseta Niño Spiderman - Po... X Tu búsqueda para calculadora - X

https://juanmarcet.com/?s=calculadora&post_type=product&type_aws=true&id=1&filter=1


calculadora

Mi lista Carrito Hola Empecemos




Calculadora Casio Científica Fx-82la Plus-Bu Azul
CASIO
\$17.05

VER MÁS COMPRAR



Calculadora De Escritorio Casio Mx-12v
CASIO
\$10.95

VER MÁS COMPRAR



Calculadora De Escritorio Casio Mx-12b
CASIO
\$9.70

VER MÁS COMPRAR

Ve a Configuración para activar Windows

Escribe aquí para buscar

9°C 8/2/2022


Curso: EMPRENDIMIENTO II (T) X Camiseta Niño Spiderman - Po: X Tu búsqueda para perforadora X

https://juanmarcet.com/?s=perforadora&post_type=product&type_aws=true&id=1&filter=1

perforadora

Mi lista Carrito Hola Empecemos


15%



Perforadora Metálica Deli 10 Hojas – Colores Surtidos DELI \$3.60

VER MÁS COMPRAR


15%



Perforadora Deli 25 Hojas – Colores Surtidos DELI \$6.95

VER MÁS COMPRAR

15%



Perforadora Deli 150 Hojas – Negro DELI \$79.70

VER MÁS COMPRAR

Activar Windows

Escribe aquí para buscar

9°C 8/2/2022


Curso: EMPRENDIMIENTO II (T) X Camiseta Niño Spiderman - Po: X Tu búsqueda para tijera - Juan I X

https://juanmarcet.com/?s=tijera&post_type=product&type_aws=true&id=1&filter=1

tijera


Mi lista Carrito Hola Empecemos

Mostrando productos




Tijera Staedtler Hobbie Noris 17 Cm STAEDTLER \$2.55

VER MÁS COMPRAR



Tijera Deli Varios Colores Tamaño 19 Cm DELI \$3.95

VER MÁS COMPRAR



Tijera Deli Varios Colores Tamaño 19.5 Cm DELI \$2.55

VER MÁS COMPRAR

Activar Windows

Escribe aquí para buscar

8°C 8/2/2022

The screenshot shows a web browser window with the URL https://juanmarcet.com/?s=carpetas+benec&post_type=product&type_aws=true&id=1&filter=1. The page displays three office folders (carpetas) for sale:

- Carpeta Oficio 2x 25 Doble Anillo – Negra** by PLASTIAZUL, priced at \$2.05.
- Carpeta Oficio 2x 25 Doble Anillo – Azul** by PLASTIAZUL, priced at \$2.05.
- Carpeta Oficio 2x25 Doble Anillo – Turquesa** by BESTER, priced at \$2.05.

Each product listing includes a 'COMPRAR' (Buy) button and a 'VER MÁS' (View more) button. The website header features the Juanmarcet logo, a search bar with 'carpetas benec' entered, and navigation icons for 'Mi lista', 'Carrito', and 'Hola Empecemos'.

MATERIAL DE SEGURIDAD

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://listado.mercadolibre.com.ec/extintor>. The page displays search results for 'extintor' (fire extinguisher) on the Mercado Libre website:

- Extintor Co2 Recargable 10libras** priced at U\$S 45²⁶.
- Centralita De Gas Extintores Venta Recarga Quito Calderón** with a price of 'Precio a convenir' (Price to be agreed).

The search results include a sidebar with filters, such as 'Envío gratis' (Free shipping) and a list of categories like 'Hogar y Muebles', 'Accesorios para Vehículos', and 'Seguridad Laboral'. The website header features the Mercado Libre logo, a search bar with 'extintor' entered, and navigation icons for 'Categorías', 'Historial', 'Vender', and 'Ayuda'.

Curso: EMPRENDIMIENTO II (T) x Camiseta Niño Spiderman - Po... x Bomba De Mano Desinfectante x

https://listado.mercadolibre.com.ec/bomba-de-mano-desinfectante#D(A:bomba de mano desinfectante)

Quito (1)
Guayaquil (1)

Precio
Hasta US\$5 (8)
US\$5 a US\$10 (18)
Más de US\$10 (21)

Mínimo Máximo

Detalles de la publicación
Mejores vendedores (18)

Jgo. Bomba De Vacío De Mano Bp
U\$S 31
Envío gratis

Sensor Desinfectante De Manos Dispensador Automático De J
U\$S 57⁵

Mini Bomba Aire Manual Bicicleta Gratis Aguja Balon Y Otros
U\$S 15

Al navegar en este sitio aceptas las cookies que utilizamos para mejorar tu experiencia. [Más información.](#) Entendido

Escribe aquí para buscar

Curso: El... Camiseta... Toddler G... Baby Nav... G teleshop... Amazon... Dresses... Bebemun... bebito co... ORDEN D... Orden De... Santa María x

https://tienda.supermercadosantamaria.com/msaec/home/consulta/nombre/jabon liquido

supermercados
SANTA MARIA

Hola!, ¿Qué estás buscando?

Iniciar sesión Lista de compras

Para Mi Bebé Jabón Líquido ...
\$2.76
Desde 4 Unidades \$2.62
Añadir al carrito

Para Mi Bebé Jabón Líquido ...
\$2.76
Desde 4 Unidades \$2.62
Añadir al carrito

Hand Clean Jabón Líquido Durazno ...
\$2.40
Desde 4 Unidades \$2.28
Añadir al carrito

Sugerencias

Escribe aquí para buscar

The screenshot shows the website's header with the logo 'supermercados SANTA MARIA' and a search bar containing the text '¡Hola!, ¿Qué estás buscando?'. There are buttons for 'Iniciar sesión' and 'Lista de compras'. On the left, there is a 'Marcas' section and a 'Filtro Por Precio' slider ranging from \$0 to \$3. The main product is 'Bio Toalla De Papel Z Blancas 150un', priced at \$2.19, with a note 'Desde 4 Unidades \$2.08' and an 'Añadir al carrito' button. The Windows taskbar at the bottom shows the time as 21:52 on 8/2/2022.

The screenshot shows a grid of three products under the search term 'fundas de basura'. Each product has a quantity selector (set to 1), a price, and an 'Añadir al carrito' button. The products are: 'La Dura Funda De Basura Grande ...' for \$4.15 (from \$3.94), 'La Dura Funda De Basura Grande ...' for \$3.70 (from \$3.52), and 'La Dura Funda De Basura Domestica ...' for \$1.25 (from \$1.19). The Windows taskbar at the bottom shows the time as 21:54 on 8/2/2022.

The screenshot shows the website interface for Supermercados Santa Maria. The header is yellow with the logo and a search bar containing the text "¡Hola!, ¿Qué estás buscando?". There are buttons for "Iniciar sesión" and "Lista de compras". The main content area displays three product cards for Lava dish soap. Each card includes an image of the product, a heart icon, a list icon, a quantity selector (set to 1), and a price. The first product is "Lava Crema Lavavajilla Flora Uva 1" priced at \$2.69. The second is "Lava Crema Lavavajilla ..." priced at \$1.54. The third is "Lava Crema Lavavajilla ..." priced at \$2.69. Each card has an "Añadir al carrito" button. A "Sugerencias" button is on the right, and a Windows activation watermark is at the bottom.

Product Name	Price	Desde 4 Unidades
Lava Crema Lavavajilla Flora Uva 1	\$2.69	\$2.56
Lava Crema Lavavajilla ...	\$1.54	\$1.46
Lava Crema Lavavajilla ...	\$2.69	\$2.56

The screenshot shows the website interface for Supermercados Santa Maria. The header is yellow with the logo and a search bar containing the text "¡Hola!, ¿Qué estás buscando?". There are buttons for "Iniciar sesión" and "Lista de compras". The main content area displays three product cards for Clorox disinfectant. Each card includes an image of the product, a heart icon, a list icon, a quantity selector (set to 1), and a price. The first product is "Clorox Cloro Limon 500 MI." priced at \$0.91. The second is "Clorox Cloro Regular 1 Lt" priced at \$1.43. The third is "Clorox Cloro Limon 1 Lt." priced at \$1.50. Each card has an "Añadir al carrito" button. A "Sugerencias" button is on the right, and a Windows activation watermark is at the bottom.

Product Name	Price	Desde 4 Unidades
Clorox Cloro Limon 500 MI.	\$0.91	\$0.86
Clorox Cloro Regular 1 Lt	\$1.43	\$1.36
Clorox Cloro Limon 1 Lt.	\$1.50	\$1.43

The screenshot shows the website interface for Supermercados Santa María. The header is yellow with the logo and a search bar containing the text "¡Hola!, ¿Qué estás buscando?". There are buttons for "Iniciar sesión" and "Lista de compras". A sidebar on the left shows "Marcas" and a "Filtro Por Precio" slider ranging from \$0 to \$13. The main content area displays three product cards for antibacterial gels:

- Dr Clean Gel Antibacterial Para ...**: Price \$2.94, Desde 4 Unidades \$2.79.
- Menticoil Gel Antibacterial Cool ...**: Price \$3.38, Desde 4 Unidades \$3.21.
- Menticoil Gel Antibacterial Cool ...**: Price \$1.71, Desde 4 Unidades \$1.62.

Each card includes a quantity selector (set to 1), a heart icon, and an "Añadir al carrito" button. A Windows watermark is visible at the bottom of the page.

MUEBLES

The screenshot shows a product listing on Mercado Libre for "Escritorios Modernos Para Pc, Laptop, Hogar U Oficina". The listing includes a main image of a modern desk with a white top and black base, and a vertical gallery of smaller images on the left. The product details are as follows:

- Estado:** Nuevo | 32 vendidos
- Título:** Escritorios Modernos Para Pc, Laptop, Hogar U Oficina
- Precio:** U\$S 150
- Entrega:** Entrega a acordar con el vendedor (Calderon (Carapungo), Quito)
- Color:** Blanco
- Cantidad:** 1 unidad (16 disponibles)
- Botón:** Comprar ahora

A Windows watermark is visible at the bottom of the page.


(1349) YouTube | (3) WhatsApp | Impresora, Celular, Scanner Data

articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-516966216-impresora-celular-scanner-data-pos-punto-de-venta-sumni-v2_JM?searchVariation=17489125...

También puede interesarte: monitor pc - computadora - computadoras portátiles - regulador de voltaje - tableta grafica

Volver al listado | Computación > Impresoras y Accesorios > Impresoras

Compartir | Vender uno igual



Nuevo | 2 vendidos

Impresora, Celular, Scanner Data Pos Punto De Venta Sumni V2

U\$S 270

Hasta 1 cuotas
VISA
Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Guayaquil, Guayaquil
[Ver costos de envío](#)

Color: Negro

Cantidad: 1 unidad (5 disponibles)

Comprar ahora

Compre Protegida, recibe el producto que

Windows taskbar: 12:05 12/8/2022

(1349) YouTube | (3) WhatsApp | Kit 2 Cámaras Dahua 1080p Domo

articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-516376133-kit-2-camaras-dahua-1080p-domo_JM#position=19&search_layout=stack&type=item&tracki...

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Quito


Categorías Historial Vender Ayuda

Crea tu cuenta Ingresar Mis compras

También puede interesarte: air fryer - tanque de gas - waflera - dispensador de agua - juegos de ollas royal prestige

Volver al listado | Hogar y Muebles > Hogar, Muebles y Jardín > Seguridad para el Hogar > Sistemas de Monitoreo > Kits de Seguridad

Compartir | Vender uno igual



Nuevo

Kit 2 Cámaras Dahua 1080p Domo

U\$S 115³⁰

Hasta 1 cuotas
VISA
Más información

Entrega a acordar con el vendedor
QUITO, Pichincha
[Ver costos de envío](#)

¡Última disponible!

Comprar ahora

Compre Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.


Windows taskbar: 12:07 12/8/2022

(1349) YouTube x (3) WhatsApp x Caja Registradora Automática M x +

articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-516655705-caja-registradora-automatica-metalica-cajon-mediana-grande-_JM#position=3&search_layout...

También puede interesarte: monitor pc - computadora - computadoras portátiles - regulador de voltaje - tableta grafica

Volver al listado | Computación > Otros Compartir | Vender uno igual



Características principales

Nuevo | 1 vendido

Caja Registradora Automática Metálica Cajón Mediana Grande

U\$S 54⁹⁹

Hasta 1 cuotas
VISA
Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Rumiñahui, Pichincha
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad (199 disponibles)

[Comprar ahora](#)

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Windows taskbar: 12:08 12/8/2022