



**Carrera de Administración**

**Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Tecnóloga  
en Administración**

**Título: Modelo de Negocios Canvas para la creación de Farmacia Su Economía  
Sector Martha Bucaram**

**Autor:**

**Patiño Gómez Francisco Javier**

**Tutor:**

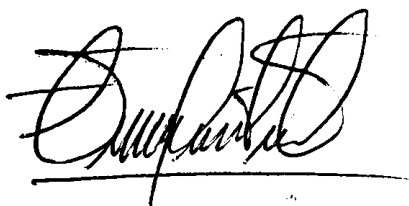
**Chimbo Auquilla Patricio**

**Quito, 2023**

## Derecho de Autor

Yo, Francisco Javier Patiño Gómez con cédula de ciudadanía Nro. 171542294-3 en calidad de autor del trabajo de grado descrito, cedo los derechos al Instituto Superior Tecnológico Honorable Consejo Provincial de Pichincha, para su publicación en el repositoriodigital institucional, como apoyo a la educación, de acuerdo a la Ley de Educación Superior artículo 144.

Quito, 10 de marzo del 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Francisco Patiño', written over a horizontal line.

Atentamente,

Nombre: Francisco Javier Patiño Gómez

C.C. 171542294-3

### **Constancia de Aprobación del Tutor**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, aprobado por el Honorable Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico “Honorable Consejo Provincial de Pichincha”

Certifico:

Que el Trabajo de Investigación Modelo de negocio Canvas para la creación de Farmacia Su Economía en el sector Martha Bucaram presentado por el estudiante Francisco Javier Patiño Gómez de la promoción 1-(4) TSADQ1, reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Titulación que el señor rector designe.

En la ciudad de Quito, Al 10 de marzo del 2023.

Atentamente,

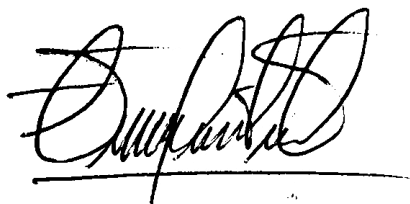
Chimbo Auquilla Patricio

C.C 110227491-5

## Declaratoria de Responsabilidad

Yo, Francisco Javier Patiño Gómez con cédula de ciudadanía 171542294-3, en calidad de egresado de la carrera de administración promoción 1-(4) TSADQ1, declaro que los contenidos de este Trabajo de Titulación, requisito previo a la obtención del Grado de Tecnólogo en Administración de empresas, son originales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, 10 de marzo del 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Francisco Patiño', written over a horizontal line.

Atentamente,

Patiño Gómez Francisco Javier

C.C 171542294-3

## **Dedicatoria**

Gracias a la inspiración que me dieron mis hijos y mi familia para poder llegar a culminar mis estudios con la entrega de este proyecto, a mis maestros por todas sus enseñanzas inculcadas, este trabajo es en base a todos mis conocimientos adquiridos durante todo el tiempo de estudio que lleva a cabo esta carrera.

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios por todas sus bondades, a mis hijos que son la inspiración y motivación para levantarme cada mañana y seguir adelante. A mis compañeros, docente tutor y en si al Instituto por brindarnos todas las facilidades para poder culminar nuestras metas y estar pendiente de cada detalle para que este proyecto sea todo un éxito.

## **Resumen Ejecutivo**

El aplicar el modelo de negocio Canvas en la creación de una Farmacia “Su Economía”, responde no solo a solventar la necesidad médica mediante el desarrollo de este emprendimiento, sino que garantiza la optimización de recursos tanto humanos como financieros generando una mayor comodidad en el sector y así sea un negocio rentable.

En el capítulo I del siguiente proyecto de investigación, se realizará una introducción al tema junto a la descripción del planteamiento del problema que se genera basado en el tema propuesto. Seguidamente, se describen los objetivos del proyecto junto a el marco teórico con las respectivas definiciones importantes para el desarrollo del trabajo antes citado. Con respecto al marco legal, información referente o que fundamenta la presente investigación.

El capítulo II está orientado, propuestas y todo el proyecto plasmado en un modelo Canvas, está orientado para desarrollar dudas sobre el sector y resolución de incógnitas planteadas en el primer capítulo

En el capítulo III está orientado a concluir con el estudio y análisis sobre el emprendimiento, en este capítulo desarrollamos el modelo de negocio Canvas y realizamos la estructura de cómo se va a realizar nuestro emprendimiento en función al modelo de negocio escogido.

***Palabras Claves:*** Canvas, proyecto, farmacia

### **Abstract**

Applying the Canvas business model in the creation of a Pharmacy "Your Economy", responds not only to solve the medical need through the development of this venture, but also guarantees the optimization of both human and financial resources generating greater comfort in the sector and thus be a profitable business.

In chapter I of the following research project, an introduction to the topic will be made along with the description of the problem statement that is generated based on the proposed topic. Next, the objectives of the project are described together with the theoretical framework with the respective important definitions for the development of the aforementioned work. With respect to the legal framework, information referring to or that substantiates the present investigation.

Chapter II is oriented, proposals and the entire project embodied in a Canvas model, is oriented to develop doubts about the sector and resolution of unknowns raised in the first chapter.

In chapter III is oriented to conclude with the study and analysis on entrepreneurship. Give recommendations to float the venture.

**Keywords:** Canvas, project, pharmacy



## INDICE

Derecho de Autor .....	II
Constancia de Aprobación del Tutor .....	III
Declaratoria de Responsabilidad.....	VI
Dedicatoria.....	VII
Agradecimiento.....	VIII
Resumen Ejecutivo .....	IX
Abstract .....	X
Introducción .....	16
Tema .....	17
Problema .....	17
Idea a defender .....	18
Líneas y Sub líneas de Investigación.....	19
Ejes de formación .....	19
Objetivos.....	21
Objetivo General .....	21
Objetivos Específicos .....	21
Justificación .....	22
Capítulo I .....	23
MARCO TEÓRICO.....	23
1.1 Bases teóricas.....	23
1.1.1 Modelo Canvas .....	23
1.1.2 Creador.....	23
1.1.3 Importancia del modelo Canvas.....	24
1.1.4 Lienzo como un modelo de negocio .....	24

1.1.5	Segmento de modelos Canvas .....	25
1.1.6	Beneficios de la aplicación de modelo Canvas.....	27
1.1.7	Participación de las farmacias en la industria médica .....	28
1.2	Marco conceptual.....	29
1.2.1	Análisis FODA.....	29
1.2.2	Competencia .....	29
1.2.3	Emprendimiento.....	29
1.2.4	Farmacia.....	29
1.2.5	Industria farmacéutica.....	30
1.2.6	Innovación.....	30
1.2.7	Modelo de negocios Canvas .....	30
1.2.8	Modelo de negocio.....	30
1.3	Marco legal .....	30
1.3.1	Constitución del Ecuador .....	30
Capítulo II.....		32
2	DIAGNOSTICO SITUACIONAL .....	32
2.1	Antecedentes .....	32
2.2	Reseña histórica de la parroquia .....	33
2.3	Geografía y territorio .....	34
2.4	Diseño de investigación .....	35
2.4.1	Método de investigación.....	35
2.4.2	Enfoque de la investigación.....	35
2.4.3	Tipos de investigación .....	35
2.4.4	Técnicas e instrumentos de investigación.....	36
2.4.5	Unidad de análisis .....	36
2.4.6	Encuesta Farmacia Su Economía.....	40
2.4.7	Resultados de la encuesta.....	41
CAPÍTULO III.....		45

3	PROPUESTAS DEL PROYECTO .....	45
3.1.1	Modelo Canvas Farmacia Su Economía .....	45
3.1.2	Descripción de la empresa .....	45
3.1.3	Nombre de la Empresa.....	46
3.1.4	Logotipo.....	46
3.1.5	Slogan1 .....	47
3.1.6	Misión .....	47
3.1.7	Visión.....	47
3.1.8	Objetivos.....	47
3.1.9	Análisis FODA.....	48
3.1.10	Estructura Organizacional.....	49
3.1.11	Descripción de funciones .....	49
3.1.12	Desarrollo de Modelo Canvas .....	50
3.1.13	Inversión inicial.....	66
3.1.14	Inversión fija .....	69
3.1.15	Capital de trabajo .....	71
3.1.16	Costos fijos.....	71
3.1.17	Depreciación.....	72
3.1.18	Crecimiento anual .....	73
	Conclusiones.....	74
	Recomendaciones .....	75
	Bibliografía .....	76
	ANEXO 1.....	78
	Encuesta .....	78
	ANEXO 2.....	79
	Distribución del local.....	79
	ANEXO 3.....	80
	Muebles y Enseres .....	80

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Árbol de problemas .....	18
<b>Figura 2</b> Módulos del modelo canvas .....	25
<b>Figura 3</b> Mapa Martha Bucaram .....	34
<b>Figura 4</b> Pregunta 1 .....	41
<b>Figura 5</b> Pregunta 2 .....	42
<b>Figura 6</b> Pregunta 3 .....	42
<b>Figura 7</b> Pregunta 4 .....	43
<b>Figura 8</b> Pregunta 5 .....	44
<b>Figura 9</b> Logo Farmacia Su Economía .....	46
<b>Figura 10</b> Organigrama farmacia Su Economía .....	49
<b>Figura 11</b> Propuesta de valor .....	52
<b>Figura 12</b> Canales .....	54
<b>Figura 13</b> Captación de clientes .....	55
<b>Figura 14</b> Variedad de productos .....	57
<b>Figura 15</b> Servicio al cliente .....	57
<b>Figura 16</b> Tecnoligás innovadoras .....	58
<b>Figura 17</b> Planes de fidelidad .....	58
<b>Figura 18</b> Colaboración en el mercado .....	59
<b>Figura 19</b> opiniones medicas .....	59
<b>Figura 20</b> Seguimiento de propuestas .....	60
<b>Figura 21</b> Recursos financieros .....	61
<b>Figura 22</b> Recursos físicos .....	62
<b>Figura 23</b> Páginas web .....	62
<b>Figura 24</b> Atención al cliente .....	63
<b>Figura 25</b> Laboratorios farmacéuticos .....	64
<b>Figura 26</b> Distribuidores farmacéuticos .....	64
<b>Figura 27</b> Muestra de farmacia .....	68
<b>Figura 28</b> Estructura de costes .....	68

<b>Figura 31</b> Tabla de crecimiento anual.....	73
<b>Figura 32</b> Modelo de encuesta.....	78
<b>Figura 33</b> Planos del Local .....	79
<b>Figura 34</b> Vitrinas y estanterías .....	80
<b>Figura 35</b> Vitrinas y estanterías .....	80
<b>Figura 36</b> Vitrinas y estanterías .....	81
<b>Figura 37</b> Vitrinas y estanterías .....	81
<b>Figura 38</b> Muebles de oficina .....	82
<b>Figura 39</b> Equipos de computo .....	82

### ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> .....	19
<b>Tabla 2</b> .....	19
<b>Tabla 3</b> Análisis de mercado.....	33
<b>Tabla 4</b> Datos de la población Martha Bucaram.....	37
<b>Tabla 5</b> Encuesta realizada a los moradores del sector Martha Bucaram .....	40
<b>Tabla 6</b> Modelo Canvas Farmacia Su Economía.....	45
<b>Tabla 7</b> Recursos Clave.....	61
<b>Tabla 8</b> Accionistas.....	65
<b>Tabla 9</b> Información de Proveedores .....	65
<b>Tabla 10</b> Costos Mixtos .....	69
<b>Tabla 11</b> Activos Fijos .....	69
<b>Tabla 12</b> Equipos de computación.....	70
<b>Tabla 13</b> Materiales directos .....	70
<b>Tabla 14</b> Capital de trabajo .....	71
<b>Tabla 15</b> Presupuesto Salarial .....	71
<b>Tabla 16</b> Presupuesto por contratos servicios profesionales.....	72
<b>Tabla 17</b> Total Inversión inicial .....	66
<b>Tabla 18</b> Depreciaciones .....	72

## **Introducción**

La salud es un derecho fundamental de todo ser humano y la industria farmacéutica es esencial para garantizarlo. En Ecuador, el sector farmacéutico ha experimentado un importante crecimiento en los últimos años, pero aún existen desafíos en términos de acceso a medicamentos y productos sanitarios a precios accesibles. En este contexto, se plantea la creación de una Farmacia Su Economía en el sector Martha Bucaram, con el objetivo de ofrecer productos y servicios de calidad a precios accesibles para la población.

Para lograr este objetivo, se requiere un modelo de negocio eficiente y sostenible que permita maximizar los beneficios y minimizar los costos. En este sentido, el Modelo de Negocios Canvas se presenta como una herramienta útil para el diseño y desarrollo de modelos de negocio innovadores y rentables.

Por ello, en el presente proyecto de investigación se desarrollará un Modelo de Negocios Canvas para la creación de Farmacia Su Economía en el sector Martha Bucaram, con el objetivo de diseñar un modelo de negocio eficiente y sostenible que permita ofrecer productos y servicios de calidad a precios accesibles para la población, analizando los componentes clave del negocio y las oportunidades y desafíos asociados.

## **Tema**

Modelo de negocios CANVAS para la creación de Farmacia Su Economía sector Martha Bucaram

## **Problema**

En el sector Martha Bucaram ubicado al sur de la ciudad de Quito existe una población significativa que demanda productos y servicios relacionados con la salud, sin embargo, no existen farmacias que brinden atención profesional y personalizada a sus clientes. A pesar de que existen algunas farmacias en la zona, estas no ofrecen un abastecimiento suficiente de medicamentos y otros productos esenciales para la salud.

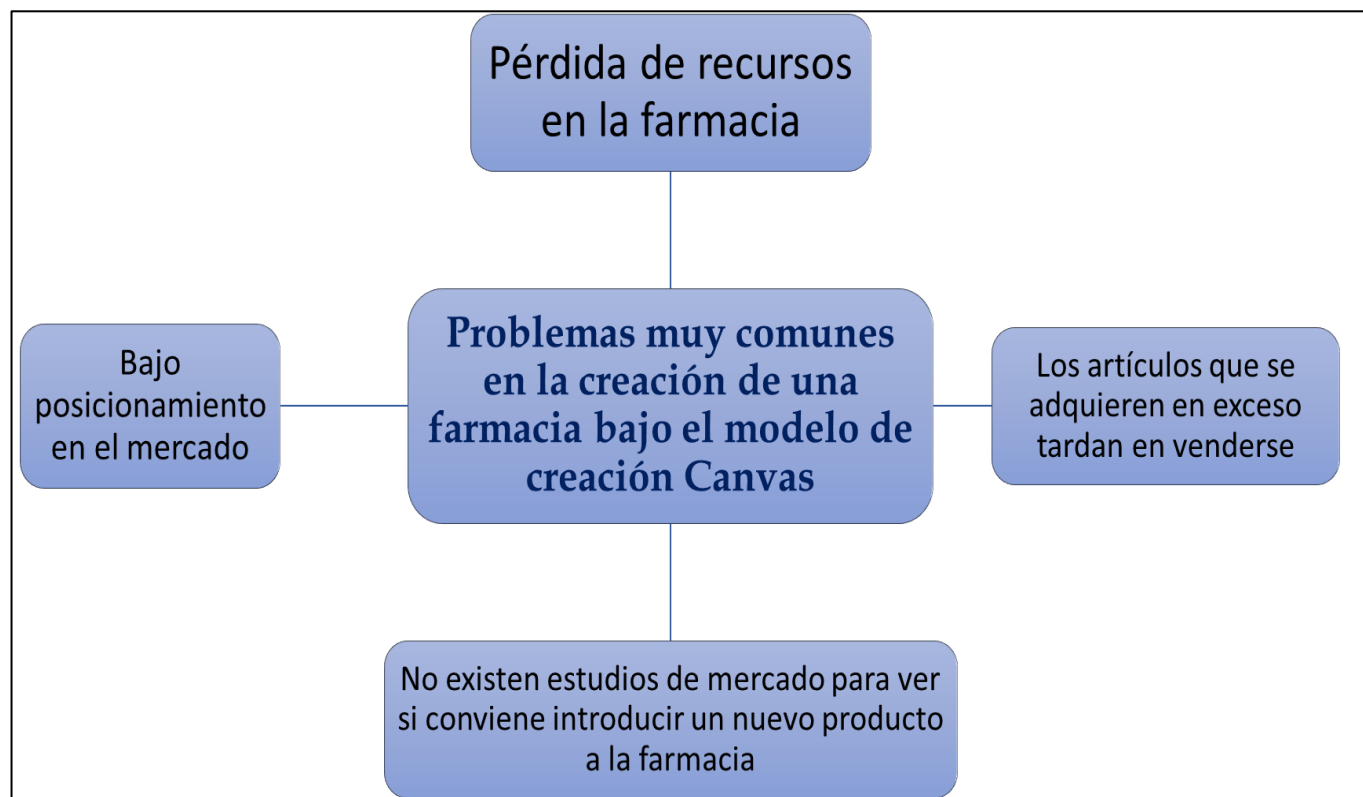
La Encuesta Nacional de Satisfacción de Usuarios en Salud realizada en el año 2016 en algunos países de Latinoamérica indica que la mayoría de usuarios se encuentran insatisfechos con los servicios públicos de salud debido a los tiempos de espera para ser atendidos y la falta de atención personalizada.

Esta situación genera insatisfacción para la población, ya que no tiene acceso a los productos y servicios que necesita para su bienestar. Además, al no contar con una atención profesional y personalizada en la adquisición de medicamentos, los clientes pueden no estar recibiendo el tratamiento adecuado para su condición de salud.

Por otro lado, la falta de abastecimiento de medicamentos en las farmacias existentes en el sector Martha Bucaram puede generar una situación de escasez y aumento de precios, lo que afecta negativamente el poder adquisitivo de la población.

Ante esta problemática, surge la necesidad de crear una farmacia que brinde atención profesional y personalizada, y que además cuente con un abastecimiento suficiente de medicamentos y otros productos esenciales para la salud. Para lo cual, se propone la utilización del modelo de negocios CANVAS, que permitirá la estructuración y organización de los recursos necesarios para la creación y operación de la farmacia.

*Figura 1* Árbol de problemas



**Elaborado por:** Patiño F. febrero 2023

### **Idea a defender**

El beneficio de la creación de una farmacia con atención profesional y personalizada en el sector Martha Bucaram, utilizando el modelo de negocios CANVAS, puede mejorar significativamente la calidad de vida de las personas al brindarles acceso a servicios de atención médica y farmacéutica de calidad. Además, esta iniciativa podría contribuir a la generación de empleo y a la dinamización de la economía local.



## Líneas y Sub líneas de Investigación

**Tabla 1**

*Líneas y sub líneas de investigación*

<b>Tema de Investigación</b>	Modelo de negocios CANVAS para la creación de Farmacia Su Economía sector Martha Bucaram
<b>Línea de Investigación</b>	Promover una sociedad participativa.
<b>Sublínea de Investigación</b>	Emprendimiento e innovación

*Nota:* Información Recopilada en el ITSHCPP

## Ejes de formación

**Tabla 2**

*Ejes de formación*

	<b>MATERIAS INTEGRADORAS</b>	<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJES</b>
<b>Eje de formación.</b>	<b>Competencias laborales</b>	Identifica y aplica principios, técnicas y métodos de la gestión por competencias en recursos humanos.
	<b>Gestión integral del talento humano</b>	Comprende el proceso y los roles de gestión de recursos humanos en el ámbito estratégico y operativo considerando su contribución a los resultados de la empresa, además reconoce los procesos de la administración de recursos humanos, con enfoque sistemático.
	<b>Desarrollo organizacional</b>	Identifica y utiliza herramientas modernas de gestión del cambio organizacional, aplicando los principios y procesos para planificar, diseñar, administrar y controlar modelos de

---

	gestión empresarial; así como también para innovar, formular y desarrollar soluciones orientadas al cambio y mejora organizacional para satisfacer las necesidades de la organización.
<b>Salud y seguridad ocupacional</b>	Desarrolla la gestión del cuidado frente a problemas de salud ocupacional; mejorando el nivel de la salud de los trabajadores llevando a cabo procedimientos destinados a reducir y eliminar riesgos laborales para la salud de los trabajadores, organizando y gestionándolos programas y actividades dedicados a la prevención y la promoción de la salud, recuperación y rehabilitación, favoreciendo ambientes de trabajo saludables.
<b>Escritura e informes académicos</b>	Aplica la metodología de la investigación científica en la elaboración de un proyecto y en el análisis de informes en el marco de la Gestión del Talento Humano
<b>Psicología organizacional</b>	Aplica técnicas para analizar, describir y elaborar estructuras salariales y un sistema de compensación, orientado a crear un ambiente favorable para la actividad laboral.
<b>Compensaciones laborales</b>	Maneja un conjunto de técnicas e instrumentos conceptuales y prácticos básicos sobre higiene y seguridad laboral que le permite al estudiante proporcionar ambientes de bienestar integran en el contexto socio laboral del personal a su dirección.

---

---

**Condiciones y ambiente en el trabajo**

Aplica los conocimientos de la gestión del talento humano y de la administración de salarios en coherencia con la descripción de puestos para proponer una adecuada valoración de los cargos empresariales.

---

**Liquidación de nómina**

Aplica los conocimientos de la gestión del talento humano y de la administración de salarios en coherencia con la descripción de puestos para proponer una adecuada valoración de los cargos empresariales.

---

*Nota:* Información Recopilada en el ISTHCPP

## Objetivos

### Objetivo General

Crear una farmacia con atención profesional y personalizada en el sector Martha Bucaram mediante el uso del modelo de negocio CANVAS para mejorar el acceso a servicios de salud y farmacéuticos de calidad, generando empleo y dinamizando la economía local.

### Objetivos Específicos

- Identificar las teorías y conceptos relevantes que se aplican en el modelo de negocios CANVAS, y comprender las estrategias específicas que se aplican en la creación de la farmacia Su Economía en el sector Martha Bucaram.
- Realizar un diagnóstico situacional del sector Martha Bucaram mediante el uso de técnicas de investigación que permitan identificar las necesidades de la población para identificar las necesidades de la población y problemas de acceso a servicios farmacéuticos.

- Diseñar una propuesta de valor que permita ofrecer un servicio de atención farmacéutica personalizada y un abastecimiento adecuado de medicamentos en Farmacia Su Economía en el sector Martha Bucaram.

### **Justificación**

La necesidad de realizar un modelo de negocio para la creación de una Farmacia en el sector de la Martha Bucaram sur de Quito Martha Bucaram nace de la problemática existente de no disponer de un local de distribución farmacéutica cercana para las personas lo que implica no poder obtener sus medicamentos de forma óptima e inmediata.

La falta de farmacias alrededor del sector desemboca en la desesperación del pueblo por conseguir sus medicamentos ha motivado al desarrollo de este proyecto para cumplir con las necesidades de los mismos.

Dentro del ámbito social, esta idea innovadora facilitara en el trascurso del cumplimiento del objetivo planteado que los clientes se afiancen a nosotros y logremos cumplir las expectativas de ellos, así como todas sus necesidades. En este sentido, fortalecer la estabilidad laboral, la fidelización, el compromiso, el empoderamiento en el sector antes mencionado.

Los conocimientos adquiridos durante el proceso de enseñanza aprendizaje en el Tecnológico Pichincha ayudan a la interacción adjudican la viabilidad del modelo de negocio para la creación de una farmacia en el sector de la Martha Bucaram. De igual manera, el cumplir un objetivo personal motiva de manera sustancial a seguir construyendo este proyecto a corto plazo y si es posible lograr su expansión en un futuro.

## Capítulo I

### MARCO TEÓRICO

#### 1.1 Bases teóricas

##### *1.1.1 Modelo Canvas*

El modelo de negocios Canvas es una plantilla que nos ayuda a desarrollar estratégicamente un proyecto, nuevos modelos de negocios. Es compuesto de nuevo elementos muy importantes que se encuentra interconectadas para permitir ejecutar cambios que garantizan éxitos en el negocio y rentabilidad sostenible.

El modelo Canvas es una herramienta para convertir una idea en un plan de negocio. Permite plasmar nuestra idea de manera organizada y flexible, para que pueda ser adaptada a medida que se va desarrollando y surgen nuevas ideas. En resumen, es una forma de estructurar y visualizar nuestro proyecto empresarial en constante evolución (Crespo, 2022).

##### *1.1.2 Creador*

“Alexander Osterwalder es el creador del Business Modelo Canvas, nació en Suiza, en 1974, está considerado uno de los mayores expertos en innovación empresarial” (Vega, 2018).

El modelo Canvas surgió en 2010, como resultado de la publicación del libro "Business Model Generation" (Generación de modelos de negocio), el cual fue escrito por dos teóricos, Alexander Osterwalder e Ives Pigneur (Vega, 2018).

La herramienta del modelo Canvas es popular porque es fácil de entender y utilizar. Se presenta como un diagrama dividido en nueve partes, que ayuda a visualizar y organizar los diferentes aspectos de un negocio de forma clara y ordenada. Esta estructura es muy útil para que los emprendedores y empresarios puedan comprender rápidamente cómo funciona su negocio y cómo mejorarlo (Vega, 2018).

### ***1.1.3 Importancia del modelo Canvas***

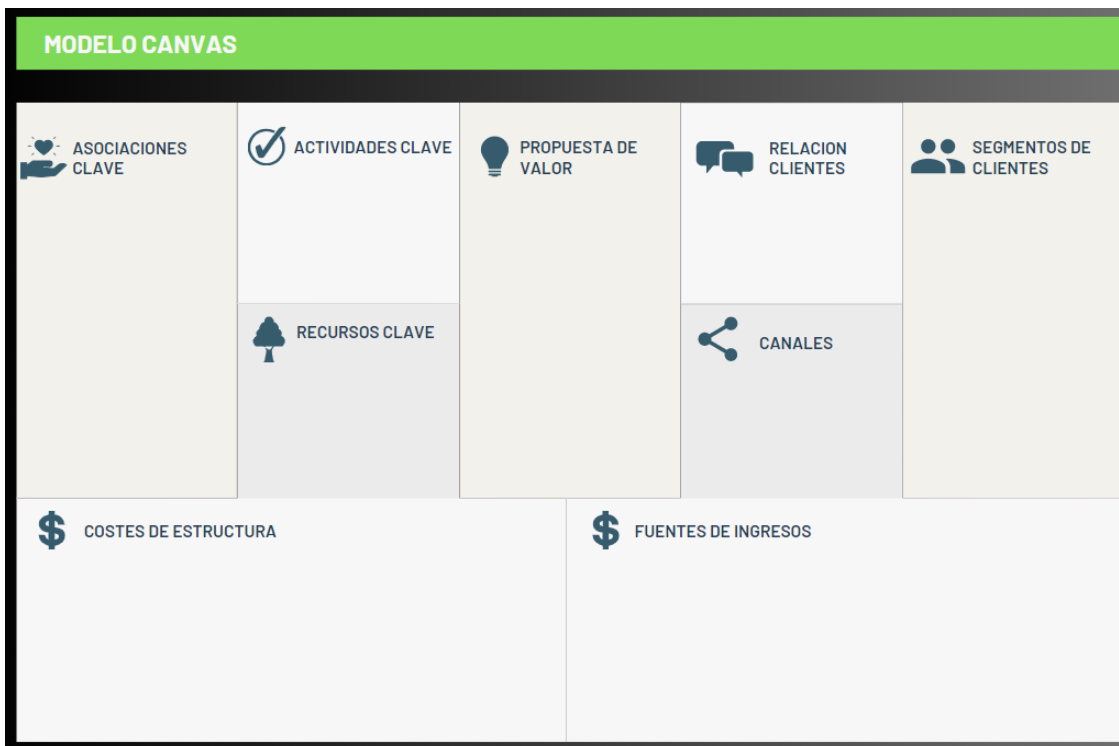
El modelo Canvas tiene los beneficios de ser visual, bajo costo y colaborativa. Además, proporciona un lenguaje común para describir, visualizar y también adaptar modelos de negocio en un solo cuadro.

El modelo Canvas es una herramienta muy útil para entender de manera clara y estructurada cómo funciona un modelo de negocio. Al utilizarlo, es posible visualizar fácilmente información clave como los clientes a los que se dirige la empresa, las propuestas de valor que ofrece, los canales a través de los cuales se llega a los clientes, y cómo la empresa genera sus ingresos. En resumen, el modelo Canvas es una herramienta eficaz para comprender y analizar de manera detallada las diferentes áreas y aspectos de un modelo de negocio (Vega, 2018).

### ***1.1.4 Lienzo como un modelo de negocio***

El modelo Canvas es como un lienzo en el que se puede dibujar un modelo de negocio. Es una herramienta útil que fomenta la comprensión, la creatividad y el análisis. Sin embargo, para una evaluación completa del modelo de negocio, se deben utilizar también otras herramientas cuantitativas que permitan el manejo de datos y números. En otras palabras, el modelo Canvas es una herramienta valiosa, pero se debe combinar con otras herramientas para obtener una evaluación completa y precisa del modelo de negocio (Broitman, 2019).

*Figura 2 Módulos del modelo canvas*



**Elaborado por:** Patiño F.; **Fuente:** (Vega, 2018)

### *1.1.5 Segmento de modelos Canvas*

El segmento del modelo Canvas es una sección importante del modelo que se centra en el público objetivo o los clientes a los que se dirige la empresa. Es fundamental identificar las necesidades, deseos, características demográficas y comportamientos de los clientes para poder satisfacer sus necesidades de manera efectiva.

Al comprender esto, se pueden diseñar propuestas de valor y estrategias adecuadas para llegar a estos clientes a través de los canales adecuados y generar ingresos para la empresa. (Montes, 2021).

#### **1.1.5.1 Propuesta de valor**

Este módulo se centra en el producto o servicio que ofrece la empresa y cómo éste satisface las necesidades del cliente. Aquí se describe de forma clara y concisa la propuesta de

valor de la empresa y se identifican los beneficios que ofrece al cliente. La propuesta de valor debe ser única y destacarse frente a la competencia (Vega, 2018).

#### **1.1.5.2 Segmento de clientes**

Este módulo se centra en el público objetivo o los clientes a los que se dirige la empresa. Aquí se identifica el grupo de clientes que la empresa desea atender y se describe sus características, necesidades y preferencias. Es importante entender bien a los clientes para poder ofrecer una propuesta de valor que les resulte atractiva (Vega, 2018).

#### **1.1.5.3 Canales**

Este módulo se centra en cómo se entregará la propuesta de valor a los clientes. Aquí se describen los canales de distribución que se utilizarán para llegar a los clientes y se identifican los puntos de contacto que la empresa tendrá con ellos. Los canales pueden ser físicos o digitales, y deben ser eficientes y efectivos para llegar al público objetivo (Vega, 2018).

#### **1.1.5.4 Relación con clientes**

Este módulo se centra en cómo se establecerá y mantendrá la relación con los clientes. Aquí se describen las estrategias que se utilizarán para atraer, retener y fidelizar a los clientes. Es importante entender las necesidades y preferencias de los clientes para poder establecer una relación sólida y duradera con ellos (Vega, 2018).

#### **1.1.5.5 Fuentes de ingresos**

Este módulo se centra en cómo la empresa generará ingresos a partir de la propuesta de valor. Aquí se describen las diferentes fuentes de ingresos que la empresa tendrá y se identifican los precios que se cobrarán por los productos o servicios. Es importante establecer una estrategia de precios adecuada para que la empresa pueda generar ingresos de forma sostenible (Vega, 2018).



### **1.1.5.6 Recursos clave**

Este módulo se centra en los recursos necesarios para ofrecer y entregar la propuesta de valor. Aquí se identifican los recursos clave que la empresa necesita para funcionar, como el equipo humano, las instalaciones, la tecnología, entre otros. Es importante asegurarse de contar con los recursos necesarios para ofrecer una propuesta de valor eficiente y efectiva (Vega, 2018).

### **1.1.5.7 Actividades clave**

Este módulo se centra en las actividades necesarias para ofrecer y entregar la propuesta de valor. Aquí se describen las actividades clave que la empresa debe realizar para ofrecer su propuesta de valor, como la producción, la logística, el marketing, entre otras. Es importante asegurarse de contar con las actividades necesarias para ofrecer una propuesta de valor eficiente y efectiva (Vega, 2018).

### **1.1.5.8 Asociaciones clave**

Este módulo se centra en las alianzas estratégicas con otras empresas para ofrecer y entregar la propuesta de valor. Aquí se identifican las empresas o instituciones con las que se pueden establecer alianzas estratégicas para mejorar la oferta y el valor de la empresa. Estas alianzas pueden ser con proveedores, distribuidores, socios tecnológicos, entre otros (Vega, 2018).

## ***1.1.6 Beneficios de la aplicación de modelo Canvas***

### **1.1.6.1 Visión clara y organizada del modelo de negocio**

Permite visualizar en un solo cuadro todos los elementos clave de un modelo de negocio, lo que facilita su comprensión y comunicación tanto interna como externa. Al tener una visión clara y organizada del modelo de negocio, se pueden identificar rápidamente áreas de mejora y oportunidades de innovación (Broitman, 2019).

### **1.1.6.2 Enfoque en las necesidades del cliente**

Enfatiza en las necesidades del cliente y en la oferta de soluciones personalizadas y adecuadas a sus necesidades. Al entender detalladamente las necesidades de los clientes, se pueden crear propuestas de valor más efectivas y relevantes para ellos (Broitman, 2019).

### **1.1.6.3 Identificación de oportunidades y áreas de mejora**

Gracias a su visión completa y organizada de los elementos clave del negocio, permite enfocar los recursos en las áreas más relevantes y mejorar la eficacia del negocio (Broitman, 2019).

### **1.1.6.4 Fomento de la colaboración**

Permite que los miembros participen en la creación o mejora del modelo de negocio. Al contar con perspectivas y enfoques diferentes, se pueden generar soluciones más innovadoras y efectivas (Broitman, 2019).

### **1.1.6.5 Adaptación a los cambios en el mercado**

Al tener una visión clara y organizada del modelo de negocio, es posible identificar fácilmente los cambios necesarios para adaptarse a las nuevas tendencias y necesidades del mercado (Broitman, 2019).

### **1.1.6.6 Bajo costo y accesible para cualquier tipo de negocio**

Es una herramienta económica y accesible que no demanda de grandes inversiones o habilidades especializadas para utilizarla. Además, está disponible para cualquier tipo de empresa, desde pequeñas startups hasta grandes compañías multinacionales (Broitman, 2019).

## ***1.1.7 Participación de las farmacias en la industria médica***

La industria farmacéutica se distingue de otras por su fuerte inversión en tecnología y conocimiento, y por su objetivo final de mejorar la salud de la población. Sus productos han generado cambios radicales en la vida de las personas y la sociedad es por tanto que, tienen un papel importante en la industria médica como proveedores de medicamentos y otros productos sanitarios. Además, las farmacias pueden ofrecer servicios de atención primaria y prevención de enfermedades, como la realización de pruebas diagnósticas y la promoción de estilos de vida

saludables. También pueden colaborar con servicios de atención profesional y personalizada, para garantizar una atención integral y de calidad a los pacientes. En general, las farmacias son una pieza clave en el sistema de salud y desempeñan un papel vital en la promoción de la salud y el bienestar de la población (Herrera, 2019).

## **1.2 Marco conceptual**

### ***1.2.1 Análisis FODA***

El proceso conocido como análisis FODA, que también se denomina análisis DAFO o DOFA, implica la evaluación de las fortalezas, debilidades a nivel interno de una organización y oportunidades y amenazas externas de una empresa, de ahí su nombre (Thompson, 1998).

### ***1.2.2 Competencia***

La competencia es cuando muchas personas quieren comprar o vender un bien o servicio y tratan de obtener la mejor oferta posible. En esta situación, los precios son determinados por lo que la gente está dispuesta a pagar y lo que los vendedores están dispuestos a ofrecer (Gil, 2020).

### ***1.2.3 Emprendimiento***

Un emprendimiento es un negocio que una o varias personas inician y llevan a cabo por su cuenta, sin la ayuda de entidades externas. Estas personas se llaman emprendedores y son quienes lideran y dirigen el proyecto (Calviño, 2022).

### ***1.2.4 Farmacia***

Una farmacia es un emprendimiento dedicado a la venta de medicamentos, productos de cuidado personal y otros artículos relacionados con la salud. Para llevar a cabo un emprendimiento de este tipo es necesario cumplir con una serie de requisitos legales y obtener las licencias y permisos necesarios. Además, es importante tener conocimientos en cuanto a la gestión de inventarios, contabilidad y marketing, para asegurar el éxito del negocio.

### ***1.2.5 Industria farmacéutica***

La industria farmacéutica es el área que se encarga de producir y vender medicamentos para tratar o prevenir enfermedades. Las empresas farmacéuticas investigan y desarrollan nuevos tratamientos para mejorarlos y así obtener ganancias económicas (Jara, 2015).

### ***1.2.6 Innovación***

La innovación significa usar los conocimientos adquiridos para crear una nueva forma de llegar a una meta determinada. Cada vez que innovamos, es diferente y específico para cada situación y es difícil tener un método definido para hacerlo (Palaci, 2015).

### ***1.2.7 Modelo de negocios Canvas***

El BMC (Business Model Canvas) es una herramienta estratégica utilizada para definir y organizar el modelo de negocio de una empresa, permite visualizar y estructurar los elementos clave del negocio de manera clara y sencilla (Alcalde, 2020).

### ***1.2.8 Modelo de negocio***

Un modelo de negocio es una idea que describe cómo una empresa ofrecerá sus productos o servicios al mercado. Se representa por escrito y es como el esqueleto de la empresa, porque muestra cómo se estructurará la actividad empresarial y cómo se generará valor. Es como un plan de negocios que determinará el éxito de la empresa (Peiró, 2020).

## **1.3 Marco legal**

### ***1.3.1 Constitución del Ecuador***

En el artículo 2 de la constitución del Ecuador, menciona lo siguiente:

Las farmacias son establecimientos farmacéuticos autorizados para la dispensación y expendio de medicamentos de uso y consumo humano, especialidades farmacéuticas, productos naturales procesados de uso medicinal, productos biológicos, insumos y dispositivos médicos, cosméticos, productos dentales, así como para la preparación y venta de fórmulas oficinales y

magistrales. Deben cumplir con buenas prácticas de farmacia. Requieren para su funcionamiento la dirección técnica y responsabilidad de un profesional químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico (CRE , 2008, art. 2)

Por su parte, el artículo 4 menciona que, “Las direcciones provinciales de salud se exhibirá para conocimiento de los interesados, el estudio de sectorización aprobado por el Proceso de Control y Mejoramiento en Vigilancia Sanitaria, documento en el cual constarán los sectores en donde se podrá autorizar el funcionamiento y traslado de farmacias y botiquines” (CRE, 2008, art. 4)

Mientras que el artículo 10, dictamina los requisitos para la instalación y funcionamiento de una farmacia el interesado iniciará el trámite de:

- a) Solicitud debidamente suscrita por el dueño o representante legal y el profesional técnico responsable, por cuadruplicado, donde constarán los siguientes datos:
- b) Plano del local, a escala 1:50, el mismo que deberá tener un área mínima de cuarenta metros cuadrados
- c) Récord policial del propietario, ;representante legal y profesional técnico responsable; y documentos que acrediten la personería jurídica. (CRE, 2008, art. 10)

## Capítulo II

### 2 DIAGNOSTICO SITUACIONAL

#### 2.1 Antecedentes

- Investigación de mercado: Realizar una investigación de mercado para comprender las necesidades y expectativas de los clientes, así como para identificar las tendencias del mercado y la competencia. Esto podría incluir encuestas a clientes potenciales, análisis de la competencia y estudios de mercado.
- Planificación: Diseñar un plan estratégico para el negocio, incluyendo un plan financiero, un plan de marketing y un plan operativo. En este plan se debe determinar las fortalezas y debilidades de la farmacia, el público objetivo, los productos y servicios ofrecidos, el presupuesto, entre otros aspectos.
- Adquisición de permisos y licencias: Obtener los permisos y licencias necesarias para operar un negocio de farmacia, esto puede variar dependiendo del país o estado donde se quiera implementar.
- Adquisición de inventario: Adquirir el inventario necesario para el negocio, incluyendo medicamentos recetados y de venta libre, productos de cuidado personal y vitaminas. Es importante mantener buenas relaciones con los proveedores para asegurar la disponibilidad de productos y precios competitivos.
- Abrir la farmacia y comenzar a operar. Es importante promocionar el negocio a través de campañas publicitarias y eventos de lanzamiento para atraer a los clientes.
- Evaluación continua: Realizar una evaluación continua del negocio, mediante el seguimiento de las ventas, el rendimiento financiero y la satisfacción del cliente. Esto permitirá detectar problemas y oportunidades de mejora y ajustar la estrategia en consecuencia.

Tabla 3 Análisis de mercado

<b>ECONOMÍA Y PRODUCTIVIDAD</b>	
Actividades económicas	Es actualmente un sector que tiene como principal actividad el comercio. Se encuentran locales de electrodomésticos, abastos, restaurantes, entre otros. También el comercio informal es parte del convivir del sector.
Cultura y Sociedad	La ciudad de Quito convive varias Culturas, las que sobresalen nítidamente; ya sea en el campo de la música, la danza, la poesía, tanto oral como escrita, así como en el arte culinario.
Identical Cultural	Se llenaron de música y color con el tradicional Pase del Niño indicó que esta festividad resalta las tradiciones religiosas y culturales del país.
Grupos Étnicos	Familias indígenas de la parroquia de Punín en los sectores Martha Bucaram

Elaborado por: **Patño F.**; Fuente: Datos de la investigación

## 2.2 Reseña histórica de la parroquia

Los Shyris, que en idioma quichua significa "envoltura de cielo", fueron los gobernantes en la región de lo que hoy es Ecuador. Este término también está relacionado con el Mariscal Antonio José de Sucre, quien, según la leyenda, escuchó el canto de un gallo que anunciaba la victoria en la Batalla de Pichincha.





## **2.4 Diseño de investigación**

### ***2.4.1 Método de investigación***

#### **2.4.1.1 Inductivo- deductivo**

Inductivo pues podemos decir que dentro del emprendimiento si veo una larga fila afuera de la farmacia, puedo inferir o que tienen rebajas que, por el contrario, si me llega la noticia o un volante donde me diga que la farmacia va a tener descuentos, entonces puedo deducir que habrá mucha gente ese día con lo cual generaremos más recursos sociales y económicos en la comunidad.

### ***2.4.2 Enfoque de la investigación***

#### **2.4.2.1 Cuantitativo**

El panorama es muy claro sobre lo que estamos pasando actualmente a raíz de un contagio de un virus, razón por la cual, planteamos un trabajo. El impacto de este trabajo es de gran magnitud ya que incentivamos a que las personas cuiden más de su salud para que también puedan mejorar su calidad de vida

### ***2.4.3 Tipos de investigación***

#### **2.4.3.1 Investigación exploratoria**

Dado que se considera como la aproximación que realiza un investigador sobre su objetivo de estudio, se hace referencia al mercado potencial para los consumidores dentro del marco de necesidades farmacológicas y necesidades de atenciones personalizadas para los clientes.

#### **2.4.3.2 Investigación descriptiva**

Se usará como apoyo para llegar a conocer la situación actual del emprendimiento, la descripción de las actividades y procesos que utilizaremos, la recolección de datos e identificación de la relación que existe entre los mismos, para lo cual se tomará en cuenta cada uno de las necesidades descritas en cuanto al sector.

## ***2.4.4 Técnicas e instrumentos de investigación***

### **2.4.4.1 Encuesta**

La encuesta es una técnica de investigación basada en la recolección de datos de una muestra determinada de personas o una población, consta de un conjunto de preguntas estructuradas que se muestran a modo de cuestionario, la cual será aplicada a los empleados a los moradores del barrio Martha Bucaram, las personas que están son indistintamente niños, jóvenes, adultos y ancianos.

Para la exposición de datos de la investigación se expresarán en términos cuantitativos ya que se implementarán encuestas hacia la muestra determinada. Con la recolección de los datos de las encuestas procederemos a realizar las gráficas correspondientes, así como el análisis de cada una de ellas.

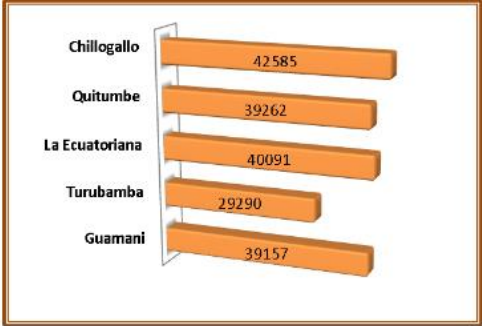
## ***2.4.5 Unidad de análisis***

### **2.4.5.1 Población**

La población del sector de Martha Bucaram es de 1324 hab. Según el censo 2010.

Todo tipo de personas del sector de Martha Bucaram. Se seleccionarán los miembros de la población que cumplan con unos criterios preestablecidos nombrados a continuación para obtener una información exacta.

**Tabla 4** Datos de la población Martha Bucaram

Población según censo	<p>La población del sector de Martha Bucaram es de 1324 hab. Según el censo 2010.</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Area</th> <th>Población</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Chillogallo</td> <td>42585</td> </tr> <tr> <td>Quitumbe</td> <td>39262</td> </tr> <tr> <td>La Ecuatoriana</td> <td>40091</td> </tr> <tr> <td>Turubamba</td> <td>29290</td> </tr> <tr> <td>Guamani</td> <td>39157</td> </tr> </tbody> </table>	Area	Población	Chillogallo	42585	Quitumbe	39262	La Ecuatoriana	40091	Turubamba	29290	Guamani	39157																
Area	Población																												
Chillogallo	42585																												
Quitumbe	39262																												
La Ecuatoriana	40091																												
Turubamba	29290																												
Guamani	39157																												
Población total según género	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Parroquias</th> <th>Población 2001</th> <th>Mujer</th> <th>Hombre</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>Guamani</b></td> <td>39157</td> <td>20166</td> <td>18991</td> </tr> <tr> <td><b>Turubamba</b></td> <td>29290</td> <td>15084</td> <td>14206</td> </tr> <tr> <td><b>La Ecuatoriana</b></td> <td>40091</td> <td>20647</td> <td>19444</td> </tr> <tr> <td><b>Quitumbe</b></td> <td>39262</td> <td>20220</td> <td>19042</td> </tr> <tr> <td><b>Chillogallo</b></td> <td>42585</td> <td>21931</td> <td>20654</td> </tr> <tr> <td><b>TOTAL</b></td> <td>190385</td> <td>98048</td> <td>92337</td> </tr> </tbody> </table>	Parroquias	Población 2001	Mujer	Hombre	<b>Guamani</b>	39157	20166	18991	<b>Turubamba</b>	29290	15084	14206	<b>La Ecuatoriana</b>	40091	20647	19444	<b>Quitumbe</b>	39262	20220	19042	<b>Chillogallo</b>	42585	21931	20654	<b>TOTAL</b>	190385	98048	92337
Parroquias	Población 2001	Mujer	Hombre																										
<b>Guamani</b>	39157	20166	18991																										
<b>Turubamba</b>	29290	15084	14206																										
<b>La Ecuatoriana</b>	40091	20647	19444																										
<b>Quitumbe</b>	39262	20220	19042																										
<b>Chillogallo</b>	42585	21931	20654																										
<b>TOTAL</b>	190385	98048	92337																										
Población por grupos de edad y sexo	<table border="1"> <thead> <tr> <th>AREA</th> <th>TOTAL</th> <th>HOMBRES</th> <th>MUJERES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>TOTAL</b></td> <td>1'839.853</td> <td>892.570</td> <td>947.283</td> </tr> <tr> <td><b>URBANA</b></td> <td>1'399.378</td> <td>674.962</td> <td>724.416</td> </tr> <tr> <td><b>RURAL</b></td> <td>440.475</td> <td>217.608</td> <td>222.867</td> </tr> </tbody> </table> <p>Fuente: INEC</p>	AREA	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	<b>TOTAL</b>	1'839.853	892.570	947.283	<b>URBANA</b>	1'399.378	674.962	724.416	<b>RURAL</b>	440.475	217.608	222.867												
AREA	TOTAL	HOMBRES	MUJERES																										
<b>TOTAL</b>	1'839.853	892.570	947.283																										
<b>URBANA</b>	1'399.378	674.962	724.416																										
<b>RURAL</b>	440.475	217.608	222.867																										

Condiciones de pobreza	<p><b>Tabla 1.4: Pobreza Zona Metropolitana Sur (Administración Quitumbe)</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="3">Parroquia, Administración y delegación Zonal.</th> <th colspan="6">Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI)</th> </tr> <tr> <th colspan="2">Pobreza</th> <th colspan="2">Extrema Pobreza</th> <th colspan="2">Incidencia de la Pobreza</th> </tr> <tr> <th>Hogares %</th> <th>Población</th> <th>Hogares %</th> <th>Población</th> <th>Hogares %</th> <th>Población</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Guamani</td> <td>52.7%</td> <td>19,230</td> <td>23.4%</td> <td>11,682</td> <td>76.8%</td> <td>29,499</td> </tr> <tr> <td>Turubamba</td> <td>49.8%</td> <td>13,559</td> <td>25.3%</td> <td>9,337</td> <td>64.8%</td> <td>19,057</td> </tr> <tr> <td>La Ecuatoriana</td> <td>28.6%</td> <td>12,571</td> <td>10.5%</td> <td>5,439</td> <td>50.7%</td> <td>20,336</td> </tr> <tr> <td>Quitumbe</td> <td>36.2%</td> <td>14,658</td> <td>12.6%</td> <td>6,572</td> <td>51.3%</td> <td>19,552</td> </tr> <tr> <td>Chillogallo</td> <td>26.8%</td> <td>12,806</td> <td>10.4%</td> <td>5,757</td> <td>48.4%</td> <td>20,833</td> </tr> <tr> <td><b>QUITUMBE</b></td> <td><b>38.0%</b></td> <td><b>72,824</b></td> <td><b>15.8%</b></td> <td><b>38,787</b></td> <td><b>57.8%</b></td> <td><b>109,277</b></td> </tr> </tbody> </table>	Parroquia, Administración y delegación Zonal.	Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI)						Pobreza		Extrema Pobreza		Incidencia de la Pobreza		Hogares %	Población	Hogares %	Población	Hogares %	Población	Guamani	52.7%	19,230	23.4%	11,682	76.8%	29,499	Turubamba	49.8%	13,559	25.3%	9,337	64.8%	19,057	La Ecuatoriana	28.6%	12,571	10.5%	5,439	50.7%	20,336	Quitumbe	36.2%	14,658	12.6%	6,572	51.3%	19,552	Chillogallo	26.8%	12,806	10.4%	5,757	48.4%	20,833	<b>QUITUMBE</b>	<b>38.0%</b>	<b>72,824</b>	<b>15.8%</b>	<b>38,787</b>	<b>57.8%</b>	<b>109,277</b>
Parroquia, Administración y delegación Zonal.	Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI)																																																													
	Pobreza		Extrema Pobreza		Incidencia de la Pobreza																																																									
	Hogares %	Población	Hogares %	Población	Hogares %	Población																																																								
Guamani	52.7%	19,230	23.4%	11,682	76.8%	29,499																																																								
Turubamba	49.8%	13,559	25.3%	9,337	64.8%	19,057																																																								
La Ecuatoriana	28.6%	12,571	10.5%	5,439	50.7%	20,336																																																								
Quitumbe	36.2%	14,658	12.6%	6,572	51.3%	19,552																																																								
Chillogallo	26.8%	12,806	10.4%	5,757	48.4%	20,833																																																								
<b>QUITUMBE</b>	<b>38.0%</b>	<b>72,824</b>	<b>15.8%</b>	<b>38,787</b>	<b>57.8%</b>	<b>109,277</b>																																																								
Población económicamente activa	<p><b>Tabla 1.5: Empleo Zona Metropolitana Sur (Administración Quitumbe).</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Parroquia, Administración y delegación Zonal.</th> <th colspan="3">Población Económicamente Activa (PEA)</th> <th colspan="3">Tasa de desempleo %</th> </tr> <tr> <th>Hombres</th> <th>Mujeres</th> <th>Total</th> <th>Hombres</th> <th>Mujeres</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Guamani</td> <td>10,033</td> <td>5,028</td> <td>15,061</td> <td>3.6</td> <td>2.7</td> <td>3.3</td> </tr> <tr> <td>Turubamba</td> <td>7,517</td> <td>3,785</td> <td>11,302</td> <td>3.9</td> <td>3.0</td> <td>3.6</td> </tr> <tr> <td>La Ecuatoriana</td> <td>10,283</td> <td>5,232</td> <td>15,515</td> <td>3.7</td> <td>2.9</td> <td>3.4</td> </tr> <tr> <td>Quitumbe</td> <td>9,962</td> <td>5,033</td> <td>14,995</td> <td>3.1</td> <td>3.1</td> <td>3.1</td> </tr> <tr> <td>Chillogallo</td> <td>10,698</td> <td>5,776</td> <td>16,474</td> <td>3.5</td> <td>3.6</td> <td>3.6</td> </tr> <tr> <td><b>QUITUMBE</b></td> <td><b>48,493</b></td> <td><b>24,854</b></td> <td><b>73,347</b></td> <td><b>3.6</b></td> <td><b>3.1</b></td> <td><b>3.4</b></td> </tr> </tbody> </table>	Parroquia, Administración y delegación Zonal.	Población Económicamente Activa (PEA)			Tasa de desempleo %			Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Guamani	10,033	5,028	15,061	3.6	2.7	3.3	Turubamba	7,517	3,785	11,302	3.9	3.0	3.6	La Ecuatoriana	10,283	5,232	15,515	3.7	2.9	3.4	Quitumbe	9,962	5,033	14,995	3.1	3.1	3.1	Chillogallo	10,698	5,776	16,474	3.5	3.6	3.6	<b>QUITUMBE</b>	<b>48,493</b>	<b>24,854</b>	<b>73,347</b>	<b>3.6</b>	<b>3.1</b>	<b>3.4</b>						
Parroquia, Administración y delegación Zonal.	Población Económicamente Activa (PEA)			Tasa de desempleo %																																																										
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total																																																								
Guamani	10,033	5,028	15,061	3.6	2.7	3.3																																																								
Turubamba	7,517	3,785	11,302	3.9	3.0	3.6																																																								
La Ecuatoriana	10,283	5,232	15,515	3.7	2.9	3.4																																																								
Quitumbe	9,962	5,033	14,995	3.1	3.1	3.1																																																								
Chillogallo	10,698	5,776	16,474	3.5	3.6	3.6																																																								
<b>QUITUMBE</b>	<b>48,493</b>	<b>24,854</b>	<b>73,347</b>	<b>3.6</b>	<b>3.1</b>	<b>3.4</b>																																																								
Población de atención prioritaria (adultos mayores, discapacitados, niños, madres)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Niña/o (de 0 a 11 años)</li> <li>● Adolescente (de 12 a 17 años)</li> <li>● Joven (de 18 a 29 años)</li> <li>● Adulta/o (de 30 a 64 años)</li> <li>● Adulta mayor (de 65 años en adelante)</li> </ul>																																																													

Tomado de: INEC 2010

La cantidad de personas encuestadas fue de 20 personas de distintas edades de acuerdo a la población del barrio “Martha Bucaram” las mismas que fueron realizadas a través del aplicativo Google Forms

$$D = \frac{\sigma^2 N p q}{e^2 (N - 1) + \sigma^2 p q}$$

#### 2.4.5.2 Muestra

Para nuestro estudio poblacional se lo hará de manera aleatoria cuantitativa para la investigación, tomando como referencia el barrio escogido, para conocer el cálculo de la muestra tenemos como referencia a 1.324 habitantes.

n=	Tamaño de la muestra	(?)
N=	Tamaño de la población	1324
z=	Nivel de confianza	(95% - 1,96)
p=	Probabilidad de éxito	-89%
q=	Probabilidad de fracaso	-11%
e=	Margen de error	(22% = 0.22)

Planteando la siguiente formula, buscamos el dato de la muestra necesaria, para proceder con la investigación.



$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.89 * 0.11 * 1324}{0.22^2 * (1324 - 1) + 1.96^2 * 0.89 * 0.11} =$$

$$n = \mathbf{20}$$

## 2.4.6 Encuesta Farmacia Su Economía

Tabla 5 Encuesta realizada a los moradores del sector Martha Bucaram

	
<p>La siguiente encuesta se realiza con el propósito de conocer los diferentes hábitos, gustos y necesidades del cliente referente a la salud.</p>	
<p>Esta encuesta dura aproximadamente 5 minutos, seleccionar la respuesta que usted considere.</p>	
<p><b>1.- ¿Con que frecuencia acude a una farmacia?</b></p> <p><input type="checkbox"/> 1 vez a la semana</p> <p><input type="checkbox"/> 1 vez cada 15 días</p> <p><input type="checkbox"/> 1 vez al mes</p> <p><input type="checkbox"/> 1 vez al año</p> <p><b>2.- ¿Toma algún tratamiento de forma habitual?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Si</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p><b>3.- ¿Cuál de las siguientes opciones es la principal razón por la cual usted visita la Farmacia?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Servicio del farmacéutico</p> <p><input type="checkbox"/> Precio de los productos/medicamentos</p> <p><input type="checkbox"/> Conveniencia o cercanía a hogar/trabajo</p> <p><input type="checkbox"/> Tiempo de espera</p> <p><b>4.- Dentro de cual rango de edad se encuentra usted? Inmediatamente</b></p> <p><input type="checkbox"/> 18-25 años</p> <p><input type="checkbox"/> 26-35 años</p> <p><input type="checkbox"/> 36-45 años</p> <p><input type="checkbox"/> 46-61 años</p> <p><input type="checkbox"/> 62 o más</p>	

**5.- ¿Cuál de este servicio sería más útil para usted?**

- Análisis del colesterol
- Ácido úrico
- Glucosa
- Nutricionista

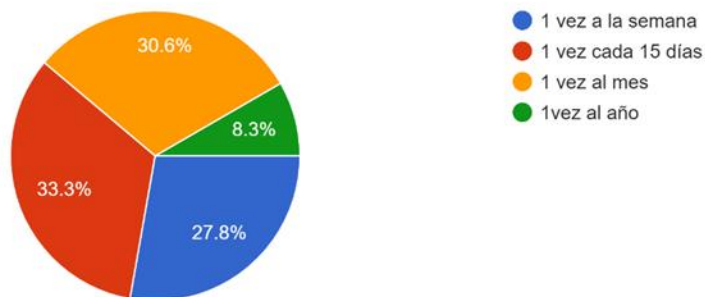
**Elaborado por:** Patiño, F; **Fuente:** Google forms

**2.4.7 Resultados de la encuesta**

**Pregunta 1: ¿Con que frecuencia acude a una farmacia?**

*Figura 4 Pregunta 1*

¿Con que frecuencia acude a una farmacia?  
36 respuestas



Investigación de campo, moradores del barrio Martha Bucaran. Investigador; Patiño, P febrero 2023

**Interpretación:** Podemos observar que el 33.6% de personas visitan la farmacia cada 15 días y que el 27,8% lo hace una vez a la semana por lo cual, podemos identificar que los clientes visitan con frecuencia la farmacia y este es un indicador que el negocio va hacer aceptado y visitado por varias personas y así nos permitirá ser un emprendimiento rentable.

## Pregunta 2: ¿Toma algún tratamiento de forma habitual?

Figura 5 Pregunta 2



Investigación de campo, moradores del barrio Martha Bucaran. Investigador; Patiño, P febrero 2023

**Interpretación:** La investigación resalta que la mayoría de personas no toman medicamentos, pero podemos resaltar que el 27.8% de habitantes consumen fármacos de forma habitual, considerando así un buen grupo de clientes potenciales.

**Pregunta 3: ¿Cuál de las siguientes opciones es la principal razón por la cual usted visita la Farmacia?**

Figura 6 Pregunta 3



Investigación de campo, moradores del barrio Martha Bucaran. Investigador; Patiño, P febrero 2023

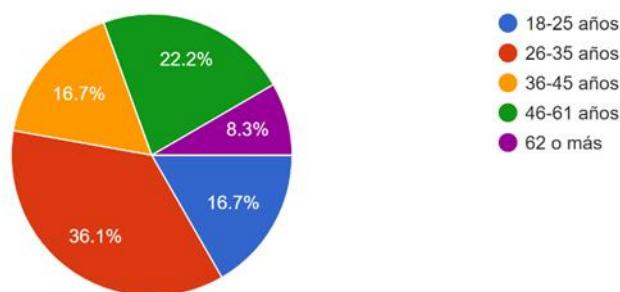


**Interpretación:** De acuerdo a las tendencias podemos precisar que el 38,9% las personas prefieren visitar las farmacias con los precios más baratos, al igual que el 36.1% visita las farmacias más cercanas a su lugar de trabajo o vivienda, por lo que podemos concluir que los futuros clientes visitaran nuestro establecimiento ya sea por un descuento como por la cercanía a nuestra farmacia.

#### **Pregunta 4: ¿Dentro de cual rango de edad se encuentra usted?**

*Figura 7 Pregunta 4*

Dentro de cual rango de edad se encuentra usted  
36 respuestas



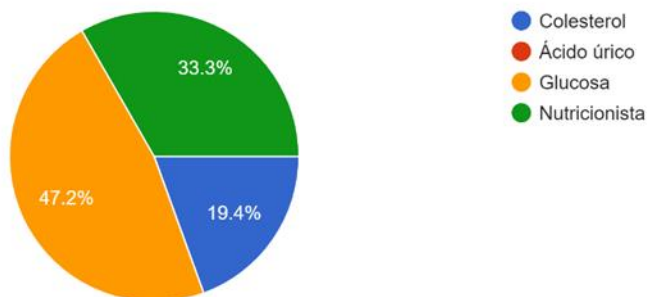
Investigación de campo, moradores del barrio Martha Bucaran. Investigador; Patiño, P febrero 2023

**Interpretación:** Como se observa en la estadística las personas del sector oscilan entre los 26 y 35 años con un 36.1%, mientras que el 22.2% de personas se encuentran en una edad de 46 a 61 años, por lo que podemos concluir que la tendencia a visitar nuestro emprendimiento son las personas adultas y de la tercera edad.

**Pregunta 5:** ¿Cuál de este servicio sería más útil para usted**Figura 8** Pregunta 5

¿Cuál de estos análisis sería más útil para usted?

36 respuestas



Investigación de campo, moradores del barrio Martha Bucaran. Investigador; Patiño, P febrero 2023

**Interpretación:** Para la sociedad es importante la prevención de enfermedades, por lo que el 47.2% de personas está en enfermedades crónicas, como la diabetes, mientras el 33.3% de personas se encuentran inquietas por el aumento continuo de peso, por lo que ellos prefieren una revisión con un nutricionista, para una mejor alimentación y su salud basados en un peso acorde a su estatura y condición física.

## CAPÍTULO III

### 3 PROPUESTAS DEL PROYECTO

#### 3.1.1 Modelo Canvas Farmacia Su Economía

*Tabla 6 Modelo Canvas Farmacia Su Economía*

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACION CLIENTE	CLIENTES
Laboratorios Industrias farmacéuticas Farmacias	Compra-venta de medicamentos Consultas médicas	Farmacia su economía ofrece una amplia variedad de medicamentos, con el acompañamiento de una atención profesional y personalizada.	Programas de descuentos para clientes frecuentes o atención personalizada.	Hombres y mujeres de todas las edades
	<b>RECURSOS CLAVE</b>		<b>CANALES</b>	
	Capital inicial Inventarios de medicamentos Infraestructura física Computadoras Personal con conocimientos médicos		Tienda física en el sector Martha Redes sociales Aplicaciones móviles de entrega	
<b>ESTRUCTURA DE COSTES</b>			<b>FUENTE DE INGRESOS</b>	
<b>Costos fijos:</b> incluyen gastos como el alquiler del local, servicios públicos, seguro, sueldos y salarios, impuestos, etc. <b>Costos variables:</b> costo de los medicamentos, material de oficina, publicidad y promoción, etc. <b>Costos de adquisición de inventario:</b> costos de pedidos a proveedores			Ventas de medicamentos y otros productos de salud Pruebas de salud, vacunaciones, asesoría farmacéutica Programas de lealtad para clientes frecuentes	

**Elaborado por:** Patiño, P; **Fuente:** (Osterwalder, 2004)

#### 3.1.2 Descripción de la empresa

Farmacia Su Economía se enfoca en ofrecer productos farmacéuticos de calidad a precios competitivos, con un servicio al cliente excepcional y personalizado. Nuestros clientes son prioridad, por lo que se trabaja de manera constante en mejorar la atención y la experiencia de compra en la farmacia. Ofrece una amplia variedad de productos y servicios farmacéuticos, incluyendo medicamentos de marca, genéricos y productos de cuidado personal y bienestar. Además, de contar con personal altamente capacitado y comprometido en brindar la mejor atención a los clientes de Farmacia Su Economía, lo que permite ser una opción confiable y segura para satisfacer sus necesidades.

### 3.1.3 Nombre de la Empresa

#### 3.1.3.1 Farmacia Su Economía

El nombre se inspira en que la medicina ofrecida esté al alcance de todos de tal formar que, vela por la economía de todos sus clientes.

### 3.1.4 Logotipo

El logotipo es una imagen, texto o un símbolo que representa el nombre de un negocio que sirve para identificar una empresa, marca, institución o sociedad, por eso el logotipo de la farmacia debe representar nuestra imagen corporativa e identificar visualmente la marca como empresa.

El logotipo de nuestra empresa está conformado por las palabras "Farmacia Su Economía" que logra identificarnos como una farmacia que piensa en la economía de cada familia, brindando valores como confianza, calidad, atención al cliente y profesionalidad, los colores blanco y rojo nos dan enfoque llamativo y de fácil visualización.

*Figura 9 Logo Farmacia Su Economía*



**Elaborado por:** Brandcrown, 2023

#### 3.1.4.1 Colores y Tipografía

Se empleó los tonos rojo y blanco debido a que estos colores se asocian con la atención médica. El rojo es un color intenso que se utiliza para indicar emergencias, mientras que el blanco se asocia con la limpieza, la pureza y la atención médica.

Juntos, el rojo y el blanco crean un contraste llamativo que hace que el letrero de la farmacia sea fácilmente reconocible y visible desde la distancia.

### **3.1.5 Slogan1**

Este eslogan también sugiere que la farmacia se preocupa por la salud de sus clientes más allá de simplemente vender medicamentos. Enfatiza el compromiso de la farmacia con la salud de sus clientes, es importante que los clientes se sientan seguros de que la farmacia está comprometida con su bienestar.

El eslogan "SU SALUD Y ECONOMÍA EN NUESTRAS MANOS "

### **3.1.6 Misión**

Ofrecer medicamentos de alta calidad y productos farmacéuticos a precios accesibles, a través de un servicio excepcional y una experiencia personalizada para cada uno de nuestros clientes, asegurando su satisfacción y bienestar.

### **3.1.7 Visión**

Convertirse en una fuente confiable y reconocida de información sobre salud y bienestar, ofreciendo programas y eventos educativos a la comunidad, ser el destino preferido para los clientes que buscan productos y servicios de alta calidad y un servicio excepcional al cliente.

### **3.1.8 Objetivos**

#### **3.1.8.1 General**

Brindar variedad de productos de calidad y un servicio excepcional y personalizado a través de un personal altamente capacitado que garantice la satisfacción de nuestros clientes.

#### **3.1.8.2 Específicos**

- Establecer acuerdos comerciales con proveedores de la industria que nos permitan ofrecer una amplia variedad de productos farmacéuticos a precios competitivos.
- Capacitar a nuestro personal en temas de atención al cliente y conocimientos farmacéuticos para brindar un servicio personalizado y de alta calidad.
- Establecer programas de fidelización de clientes y promociones especiales para mantener la lealtad de nuestros clientes existentes y atraer nuevos clientes.

### **3.1.9 Análisis FODA**

El FODA es un análisis que nos ayuda a analizar los principales factores internos o externos de nuestro proyecto.

#### **3.1.9.1 Fortalezas**

- Ubicación estratégica en el sector Martha Bucaram, con fácil acceso para los clientes.
- Amplia variedad de productos y servicios, incluyendo medicamentos, productos de cuidado personal y atención al paciente.
- Personal capacitado y amable que brinda atención al cliente de calidad.
- Buena reputación y reconocimiento en la comunidad.
- Atención y entrega de productos a domicilio.

#### **3.1.9.2 Oportunidades**

- No existen farmacias con atención personalizada alrededor.
- Gran demanda en el mercado por productos farmacéuticos.
- Falta de competidores directos en la zona.
- Aumento de la población en el sector Martha Bucaram.
- Desarrollo de nuevas tecnologías que permiten la automatización de procesos y la reducción de costos.

#### **3.1.9.3 Debilidades**

- Falta de reconocimiento de marca debido a que se trata de un negocio nuevo en la zona.
- Limitaciones de recursos financieros para la inversión inicial y abastecimiento rápido.
- Competencia fuerte de otras farmacias en el sector Martha Bucaram.
- Falta de presencia en línea y estrategias de marketing digital.
- Dependencia de proveedores de medicamentos.

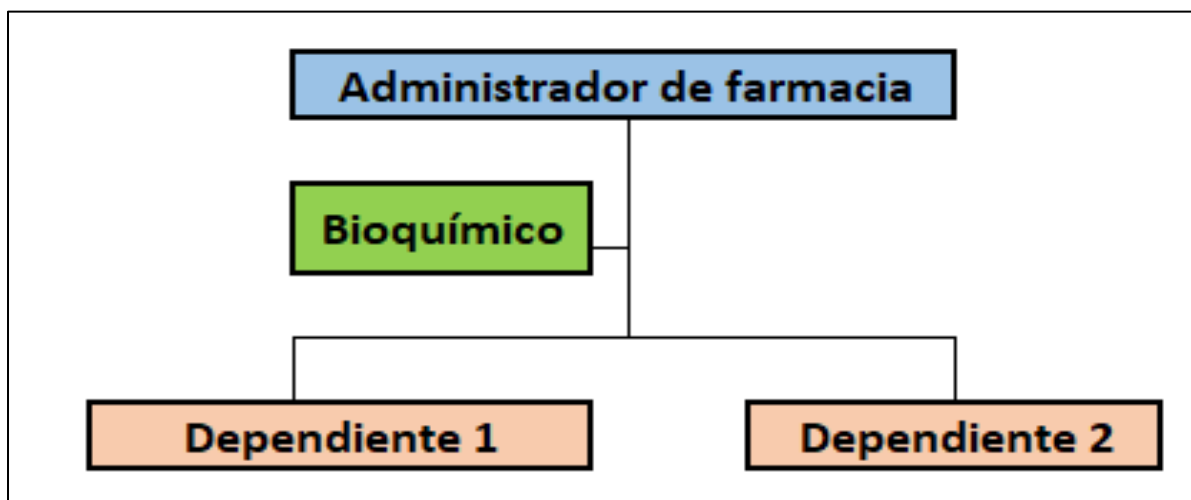
### 3.1.9.4 Amenazas

- Cambios en las regulaciones gubernamentales que puedan afectar el negocio.
- Aparición de nuevos competidores en la zona.
- Aumento de los precios de los productos.
- Cambios climáticos.

### 3.1.10 Estructura Organizacional

La estructura organizacional para la farmacia Su Economía es la siguiente:

*Figura 10 Organigrama farmacia Su Economía*



**Elaborado por:** Patiño, F; 2023

### 3.1.11 Descripción de funciones

Una farmacia puede estar compuesta por diferentes personas, dependiendo del tamaño y la estructura del negocio.

#### 3.1.11.1 Administrador

Es la persona que se encarga de controlar todas las actividades realizadas por los demás empleados, además cumple con otras funciones como:

- Supervisa la operatividad diaria del negocio
- Mantiene presupuesto y optimiza los gastos
- Establece las políticas y los procesos
- Asegura que el empleado trabaje de forma productiva y se desarrolle profesionalmente

### **3.1.11.2 Bioquímico**

Garantiza que los medicamentos y otros productos cumplen con los estándares de calidad, fechas de caducidad, productos en buen estado, etc.

### **3.1.11.3 Dependientes de farmacia**

Trabajan bajo la supervisión del administrador y está encargado de varias funciones en la compañía para un buen desempeño empresarial, las principales funciones de un dependiente de farmacia se detallan a continuación:

- Atiende al cliente en la dispensación de medicamentos
- Realiza la facturación y registro en el sistema
- Se encarga de responder preguntas al cliente en sus requerimientos
- Mantiene organizado los medicamentos en la farmacia
- Es el encargado de conservar limpias las zonas de trabajo

## **3.1.12 *Desarrollo de Modelo Canvas***

### **3.1.12.1 Segmento de clientes**

Unos de los objetivos más importantes para la segmentación de cliente es conseguir una buena base de datos, basados en el conocimiento del sector donde va estar ubicado nuestro negocio.



Los clientes habituales de una farmacia son:

- Personas que necesitan comprar medicamento de manera mensual
- Jubilados y personas de la tercera edad, que acuden cada cierto tiempo a comprar medicinas recetados por su médico.
- Familias con niños pequeños que necesitan productos específicos para el cuidado e higiene infantil.

El éxito de cualquier modelo de negocio depende en gran medida de los clientes rentables, ya que son fundamentales para la supervivencia de una empresa. Para aumentar la satisfacción del cliente, es posible dividirlos en diferentes grupos o segmentos, según sus necesidades, comportamientos y características comunes.

Dado el tipo de negocio que tenemos, podemos segmentar a nuestros clientes de varias maneras, incluyendo por edad, género, frecuencia de compras y hábitos de compra.

#### **3.1.12.2 Propuesta de valor**

La propuesta de valor es un elemento adicional que la compañía proporciona al cliente con el fin de que este prefiera su producto o servicio en lugar del de sus competidores. La variedad de propuestas de valor ofrecidas por las empresas influirá en la decisión del consumidor al momento de buscar la mejor opción para satisfacer sus necesidades en el mercado. Es importante destacar que la meta final de cualquier empresa es resolver un problema o cumplir una necesidad del cliente.

Proporcionamos a nuestra clientela una variedad de productos con una atención especializada y personalizada, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes con los más altos estándares de calidad, para la prevención de enfermedades y contrarrestar las mismas.

Para la creación de la farmacia Su Economía Se ha visualizado que el target de los moradores del sector es de adultos de la tercera edad, creando descuentos y promociones para la venta de medicinas recurrentes para el adulto mayor siendo estos de mayor

captación para la venta de insumos médicos.

El Modelo Canvas en la farmacia Su Economía creará planes de revisión periódica a sus clientes frecuentes de manera, en la que clientes habituales puedan saber de manera oportuna su estado de salud o algún síntoma siendo este de beneficio para la comunidad con el siguiente plan fomentaremos una afluencia de clientes en el cual se pueda rotar la medicina siendo esto de mayor beneficio para el proyecto como para la comunidad, así mismo, ofrecerá envíos y atención personalizada a domicilio.

Es importante mencionar que se creará planes de fidelización para los clientes frecuentes, los cuales recibirán beneficios como descuentos en planes de medicación continua.

*Figura 11 Propuesta de valor*



**Elaborado por:** Patiño, F; 2023

### 3.1.12.3 Recursos clave

- Personal capacitado: farmacéuticos y asistentes capacitados para brindar información y asesoramiento sobre medicamentos y salud.
- Medicamentos y productos de salud: una amplia gama de medicamentos y productos de

salud de calidad para satisfacer las necesidades de los pacientes.

- Sistemas y tecnología avanzada: sistemas informáticos y tecnología para la gestión eficiente de medicamentos y registros médicos.
- Espacio adecuado: un espacio seguro y cómodo para los pacientes y un almacén seguro para almacenar los medicamentos.
- Financiamiento: suficiente financiamiento para cubrir los costos de operación e inversión en tecnología y medicamentos.
- Marketing y relaciones públicas: estrategias efectivas de marketing y relaciones públicas para promocionar la farmacia y atraer a nuevos clientes.
- Alianzas con proveedores de atención médica: alianzas estratégicas con proveedores de atención médica para brindar una atención integral a los pacientes.
- Mostradores y góndolas: para exhibir productos y medicamentos.
- Sistemas de almacenamiento: armarios y estantes para almacenar medicamentos y productos de salud de manera segura.
- Mobiliario de espera: sillas y mesas para pacientes que esperan.
- Escritorios y sillas para el personal: para trabajar y atender a los pacientes.
- Cajas registradoras y sistemas de pago: para manejar las transacciones financieras de la farmacia.
- Sistemas de seguridad: cámaras de seguridad y alarmas para proteger los medicamentos y productos de salud.
- Iluminación: iluminación adecuada para un ambiente de trabajo seguro y cómodo.
- Decoración: elementos decorativos para crear un ambiente acogedor y profesional para los pacientes.

- Mobiliario adicional: como estanterías para libros y revistas, para brindar entretenimiento y educación a los pacientes.

#### 3.1.12.4 Canales

La interacción entre la empresa y sus clientes se ve favorecida por los canales que la empresa utiliza para comunicarse, distribuir y comercializar sus productos o servicios.

- Los canales tienen, entre otras, las funciones siguientes:
- Informar sobre los productos y servicios que ofrece la empresa.
- Ayudar a los clientes a evaluar la propuesta de valor de la empresa.
- Facilitar la compra de productos y servicios específicos.
- Proporcionar a los clientes una propuesta de valor clara y atractiva.
- Brindar un servicio de atención al cliente de calidad después de la venta.

El principal canal de nuestra farmacia, es el local físico desde donde se comercializará los productos y se brindaran varios servicios.

Vamos a fomentar técnicas innovadoras a través de varios canales como:

*Figura 12 Canales*



**Elaborado por:** Patiño, F; 2023

Estos canales nos permitirán brindar una idea clara de nuestro emprendimiento y todos los servicios que brindamos en el mismo.

### 3.1.12.5 Relación con los clientes

La supervivencia y éxito de una empresa depende en gran medida de la calidad de su relación con los clientes. Por lo tanto, es crucial que todo el equipo de la empresa esté debidamente capacitado y preparado para desempeñar sus respectivos roles, desde los ejecutivos encargados de desarrollar estrategias para atraer nuevos clientes, hasta los colaboradores que interactúan directamente con los clientes para asegurar su lealtad.

Desarrollar estrategias de comunicación asertivas con los clientes, para obtener la fidelización de los mismos, basados en un servicio profesional y personalizado para así satisfacer las necesidades que tienen nuestros consumidores.

La Captación de clientes lo realizaremos a través de eventos publicitarios gratuitos como: campañas de desparasitación, hígado graso y osteoporosis.

*Figura 13 Captación de clientes*



**Elaborado por:** Patiño, F; 2023

### **3.1.12.6 Fidelización de clientes**

Se incentivarán a los clientes que consumen medicamentos de por vida a través de planes de medicina continua, con promociones y descuentos.

#### **3.1.12.6.1 Estimulación de las ventas**

La clave está en identificar los consumidores frecuentes e identificar sus necesidades y saber adecuar los diferentes productos de la farmacia a cada tipo de cliente

### **3.1.12.7 Fuente de ingresos**

El enfoque principal de cualquier modelo de negocio es satisfacer las necesidades de los clientes y generar ingresos para mantenerse. Una empresa puede generar múltiples fuentes de ingresos para cada segmento de mercado, con diferentes estrategias para fijar los precios, tales como precios establecidos, negociaciones, subastas, precios basados en el mercado o en el volumen, o gestión de la rentabilidad.

En el caso de una farmacia, su principal fuente de ingresos es la venta de productos como medicamentos, artículos de cuidado personal e insumos médicos.

### **3.1.12.8 Actividades claves**

Para que una empresa funcione adecuadamente y tenga éxito a corto, mediano y largo plazo, es importante llevar a cabo una serie de actividades prioritarias, como la atención al cliente y la gestión eficiente de los recursos. Según Osterwalder y Pigneur (2016), estas acciones son cruciales para crear y ofrecer una propuesta de valor atractiva, llegar a los mercados relevantes y establecer relaciones duraderas con los clientes.

- Se busca proporcionar una diversidad de productos y servicios a los clientes, que incluyan medicamentos recetados y de venta libre, productos relacionados con la salud y el bienestar, así como servicios de asesoría y orientación.

*Figura 14 Variedad de productos*



**Elaborado por:** Patiño, F; 2023

- Mantener un alto nivel de servicio al cliente, con un equipo de farmacéuticos y otros profesionales altamente capacitados y accesibles para responder a las preguntas y preocupaciones de los clientes.

*Figura 15 Servicio al cliente*



**Elaborado por:** Patiño, F; 2023

- Adoptar tecnologías innovadoras, como la automatización de procesos y sistemas de seguimiento electrónico de la salud, para mejorar la eficiencia y la precisión de la farmacia.

*Figura 16 Tecnologías innovadoras*



**Elaborado por:** Patiño, F; 2023

- Ofrecer programas de fidelidad y descuentos para recompensar a los clientes frecuentes atraer nuevos clientes.

*Figura 17 Planes de fidelidad*



**Elaborado por:** Patiño, F; 2023



- Colaborar con médicos y otros profesionales de la salud en la comunidad para proporcionar información y recursos a los pacientes sobre su salud y tratamientos.

*Figura 18 Colaboración en el mercado*



**Elaborado por:** Patiño, F; 2023

- Proporcionar educación y consejos a los clientes sobre cómo usar sus medicamentos de manera segura y efectiva.

*Figura 19 opiniones medicas*



**Elaborado por:** Patiño, F; 2023

- Mantener un continuo seguimiento de los canales, incluyendo sitios webs atractivo y fácil de usar y presencia en las redes sociales, para ampliar su alcance y mejorar la accesibilidad de sus servicios para los clientes.

*Figura 20 Seguimiento de propuestas*



**Elaborado por:** Patiño, F; 2023

En resumen, las principales actividades que se llevarán a cabo en la farmacia son:

- Ofrecer medicamentos de venta libre y aquellos que requieren prescripción médica.
- Brindar asesoramiento a los clientes sobre el uso adecuado de los medicamentos.
- Controlar el inventario de medicamentos y otros productos para la venta.
- Organizar charlas y capacitaciones relacionadas con la salud.
- Realizar campañas de promoción de productos farmacéuticos.
- Proporcionar un servicio de calidad y atención óptima a los clientes.
- Adquirir productos e insumos médicos a proveedores confiables.


- Organizar los productos en las perchas según su uso terapéutico.
- Vender productos en la tienda.
- Generar ingresos mediante la venta de productos al por mayor, brindando una buena atención al cliente y manteniendo un inventario adecuado.



### 3.1.12.9 Recursos claves

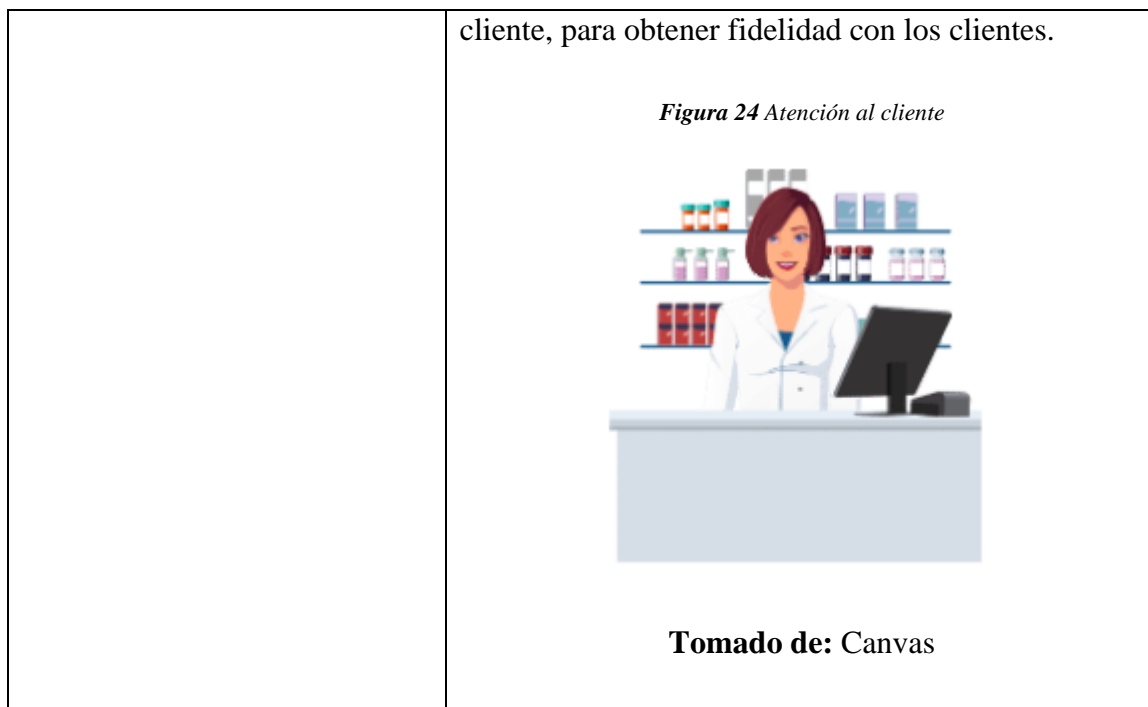
Cada modelo de negocio requiere recursos clave específicos, que pueden ser físicos, económicos, intelectuales o humanos. Estos recursos pueden ser propiedad de la empresa, alquilados o adquiridos de socios estratégicos.

Los recursos claves de una farmacia están descritos de la siguiente manera:

*Tabla 7 Recursos Clave*

Recurso	Descripción
Financieros	<p>Dar pequeños descuentos en productos que tiene más movimiento.</p> <p style="text-align: center;"><i>Figura 21 Recursos financieros</i></p>  <p style="text-align: center;"><b>Tomado de:</b> Ejemplos de promociones</p>
Físicos	Realizas campañas y entrega de volantes para llamar

	<p>la atención al cliente.</p> <p><i>Figura 22 Recursos físicos</i></p>  <p><b>Tomado de:</b> Camino al éxito</p>
Tecnológicos	<p>Crear páginas web donde damos a conocer sobre nuestro establecimiento, las promociones y descuentos.</p> <p><i>Figura 23 Páginas web</i></p>  <p><b>Tomado de:</b> Canvas</p>
Humanos	Tener una buena imagen y generar confianza con el



**Elaborado por:** Patiño, F; 2023

### **3.1.12.10 Asociaciones claves**

Las empresas establecen alianzas para mejorar sus modelos de negocio, minimizar riesgos o acceder a recursos. Existen cuatro tipos de asociaciones:

- Alianzas estratégicas entre empresas que no compiten entre sí
- Asociaciones estratégicas entre empresas que sí compiten
- Empresas conjuntas para crear nuevos negocios y relaciones entre clientes y proveedores para asegurar el suministro confiable de bienes y servicios.

Para nuestro emprendimiento es importante obtener alianzas estratégicas de negocios con varios Laboratorios Farmacéuticos que nos permita tener una amplia variedad de productos, los cuales nos garantizan reducir riesgos. Los socios claves de nuestro emprendimiento son:

- Laboratorios farmacéuticos (Ecu, Rocnarf, Life, Bago, Roemer):

*Figura 25 Laboratorios farmacéuticos*



**Tomado de:** Ecu, Rocnarf, Life y Bagó

- Distribuidores farmacéuticos (Farmaenlace, Sumelab)

*Figura 26 Distribuidores farmacéuticos*



**Tomado de:** Farmaenlace, Sumelab

### 3.1.12.10.1 Accionistas

*Tabla 8 Accionistas*

Accionistas clave				
Nombre	No. Cédula	Correo	No. Telefónico	Dirección
Francisco Patiño		francisco	0998942829	Ciudad Jardín

**Elaborado por:** Patiño, F; 2023

### 3.1.12.10.2 Proveedores

*Tabla 9 Información de Proveedores*

Proveedores Clave				
Nombre Comercial	Nombre Gerente	Correo	No. Telefónico	Dirección
ECU		info@laboratoriosecu.com	(02) 604-1604	Calicuchima Noguchi - Rumichaca Guayaquil
Rognarf		info@rocnarf.com	(04) 228 6882	Av. Amazonas y Av. Atahualpa esquina.
Life		info@life.com.ec.	(02) 226 3805	Av. De la Prensa y Juan Galarza
Bagó		ventas@bago.com.ec	(02) 400-2400	Lizardo García y A. 12 de Octubre, Edificio Aragón, Quito.
Farmaenlace		servicioalcliente@farmaenlace.com	(02) 299-3100	Rafael Ramos, Quito 170138
Sumelab		info@sumelab.com	(02) 261-3812	Av Río Pastaza & Avenida Ilaló

**Elaborado por:** Patiño, F; 2023

### 3.1.13 *Inversión inicial*

En base a la investigación realizada podemos observar en los cuadros que necesitamos una inversión de 14,000.20 para poder ejecutar nuestro emprendimiento de modelo de Canvas.

*Tabla 10 Total Inversión inicial*

Concepto	Valor
Activos Fijos	\$2 850,00
Equipos de computación	\$1 080,00
Materiales directos	\$10 070,20
Servicios Profesionales	\$ 1400,00
Costos Mixtos	\$122,20
<b>Total</b>	<b>\$15 522,40</b>

**Elaborado por:** Patiño, F; 2023

#### 3.1.13.1 Estructura de costes

La estructura de costos de una empresa se refiere a cómo se distribuye el dinero necesario para producir un bien o servicio y cumplir con los requisitos legales para su funcionamiento. En otras palabras, se trata de la forma en que la empresa asigna sus recursos financieros para lograr su objetivo de producción y operación legal. Para la creación de un emprendimiento de una farmacia se debe tener en cuenta varios costos.

**Costos fijos:** son aquellos que se pagan independientemente del volumen de actividad tales como: pago de seguros, salarios, alquiler del local.

Inmobiliaria

- Perchas, vitrinas, estanterías, góndolas y exhibidoras
- Sistema de facturación
- Computadora impresora caja registradora
- Publicidad
- Rótulos con marca patentada
- Muebles



- Escritorio, sillas, camilla

**Costos variables:** son aquellos que se producen cada vez que hay una venta.

Listados de productos

- Medicinas
- Insumos médicos
- Útiles de aseo personal
- Suplementos multivitamínicos
- Medicamentos naturales
- Dietético y edulcorantes
- Dermo-cosmética y cosméticos
- Ortopedia

**Costos mixtos:** son los pagos de servicios básicos como:

- Agua
- Luz
- Teléfono
- internet.

*Figura 27 Muestra de farmacia*



Fuente: Ejemplos de farmacias

*Figura 28 Estructura de costes*



Fuente: Costos fijos y varias

*Tabla 11 Costos Mixtos*

Costos Mixtos	Detalle de gastos
<b>Agua</b>	\$ 25.0
<b>Luz</b>	\$ 54.0
<b>Teléfono</b>	\$ 12.0
<b>Internet</b>	\$ 31.20
<b>Total</b>	\$ 122.20

**Elaborado por:** Patiño, F; 2023

### **3.1.14 Inversión fija**

La inversión fija hace referencia al capital necesario en forma de bienes tangibles para establecer o iniciar un negocio. Estos gastos se reflejan en activos fácilmente identificables, como edificios, maquinaria, equipos y otros bienes similares.

#### **3.1.14.1 Muebles y enseres**

Los muebles y enseres detallados a continuación son los que se necesitarán en la apertura de la farmacia Su Economía

*Tabla 12 Activos Fijos*

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
Perchas	450,00
Vitrinas	380,00
Estanterías	160,00
Exhibidores	140,00
Rótulos	1400,00
Escritorio	150,00
Sillas	30,00
Camillas	140,00
<b>Total</b>	<b>2.850,00</b>

**Elaborado por:** Patiño, F; 2023

### 3.1.14.2 Equipos de computación

Equipos tecnológicos utilizados para la facturación y manejo de inventario de la empresa.

*Tabla 13 Equipos de computación*

<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
Computadora	860,00
Impresora	220,00
<b>Total</b>	<b>1.080,00</b>

### 3.1.14.3 Presupuesto de materiales directos

Los materiales directos son aquellos elementos que se pueden identificar de manera directa y se convierten en productos terminados.

*Tabla 14 Materiales directos*

<b>PRESUPUESTOS DE MATERIALES DIRECTOS</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>valor Unit</b>	<b>Valor total</b>
Medicamentos	1540	\$5,83	\$8.978,20
Productos de aseo personal	200	\$2,90	\$580,00
Productos infantiles	80	\$6,40	\$512,00
<b>Total</b>			<b>\$10.070,20</b>

**Elaborado por:** Patiño, F; 2023

### 3.1.15 Capital de trabajo

Capital de trabajo se entiende como fondo que se requiere mensualmente para financiar los recursos de carácter permanente.

*Tabla 15 Capital de trabajo*

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
<b>Concepto</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
Costos Mixtos	\$122,20	\$1 466,40
Inventario	\$4 500,00	\$54 000,00
Servicios Profesionales	\$1400,00	\$16 800
Depreciaciones	\$15,13	\$181,56
Mantenimiento	\$12,00	\$144,00
Suministros de oficina	\$36,00	\$432,00
Publicidad	\$24,00	\$288,00
<b>Total</b>	<b>\$6 109,33</b>	<b>\$73 311,96</b>

**Elaborado por:** Patiño, F; 2023

### 3.1.16 Costos fijos

#### 3.1.16.1 Presupuestos sueldos y salarios

Un presupuesto de salarios es la remuneración recibida por una persona por el pago de su trabajo.

**Tabla 16** Presupuesto Salarial

<b>Servicios Profesionales</b>		
<b>No. Trabajadores</b>	<b>Descripción de trabajo</b>	<b>Sueldo</b>
<b>1</b>	Administrador de farmacia	450,00
<b>1</b>	Dependiente 1	400,00
<b>1</b>	Dependiente 2	400,00
<b>1</b>	Bioquímica	150,00
<b>TOTAL, SUELDO MENSUALES</b>		<b>1400,00</b>

**Elaborado por:** Patiño, F; 2023

### 3.1.16.1 Presupuesto por contratos de servicios profesionales

Tabla 17 Presupuesto por contratos servicios profesionales

<b>SERVICIOS PROFESIONALES</b>						
<b>No. De Trabajadores</b>	<b>Recurso Humano</b>	<b>Sueldo Mensual</b>	<b>Total</b>	<b>Aporte Individual 9.45%</b>	<b>Sueldo mensual</b>	<b>Total Anual</b>
1	Administrador de farmacia	\$ 450,00	\$ 450,00	0	\$ 450,00	\$ 5.400,00
1	Dependiente 1	\$ 400,00	\$ 400,00	0	\$ 400,00	\$ 4.800,00
1	Dependiente 2	\$ 400,00	\$ 400,00	0	\$ 400,00	\$ 4.800,00
1	Bioquímica	\$ 150,00	\$ 150,00	0	\$ 150,00	\$ 1.800,00
<b>Total</b>		<b>\$ 1.400,00</b>	<b>\$1.400,00</b>	<b>0</b>	<b>\$ 1.400,00</b>	<b>\$16.800,00</b>

Elaborado por: Patiño, F; 2023

Es un presupuesto que se lo calcula anualmente, para considerar los gastos que se realizaran cada año.

### 3.1.17 Depreciación

Tabla 18 Depreciaciones

<b>DEPRECIACIÓN</b>				
<b>ACTIVO</b>	<b>VALOR</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>VIDA ÚTIL</b>	<b>DEPRECIACIÓN</b>
Muebles y enseres	\$ 2.850,00	\$ 570,00	5	\$ 456,00
Equipos de computación	\$ 1.080,00	\$ 356,40	3	\$ 241,20
Equipos de oficina	\$ 310,00	\$ 62,00	5	\$ 49,60
Vehículo	-	-	-	-
		<b>\$ 988,40</b>		<b>\$ 746,80</b>

Elaborado por: Patiño, F; 2023

### 3.1.18 Crecimiento anual

En la siguiente tabla se muestra el crecimiento que obtendremos mensualmente, cabe indicar que se proyecta vender para el primer mes \$6000 y mes a mes se tendrá un crecimiento del 5%.

*Figura 29* Tabla de crecimiento anual

Mes	Ventas Mensuales	Rentabilidad mensual	Ventas Acumuladas
1	\$6.000	25%	\$6.000
2	\$6.300	25%	\$12.600
3	\$6.615	25%	\$19.215
4	\$6.946	25%	\$26.161
5	\$7.294	25%	\$33.455
6	\$7.659	25%	\$41.113
7	\$8.042	25%	\$49.155
8	\$8.444	25%	\$57.599
9	\$8.865	25%	\$66.464
10	\$9.307	25%	\$75.771
11	\$9.770	25%	\$85.541
12	\$10.255	25%	\$95.796

**Elaborado por:** Patiño, F; 2023

Se observa que las ventas mensuales van creciendo un 5% mensualmente y que la rentabilidad se mantiene constante en un 25%. En términos anuales, la rentabilidad aumenta debido al efecto de la capitalización de intereses, lo que resulta en una rentabilidad del 183.59% al final del primer año. Cabe destacar que este es un modelo teórico y que la rentabilidad puede variar dependiendo de las circunstancias reales del negocio.

## Conclusiones

Luego de la finalización del trabajo investigativo con la aplicación del lienzo de Canvas *se podido* establecer las siguientes conclusiones:

- El mercado de la farmacia es altamente competitivo por lo cual la participación en jornadas medicas de Salud Pública del ministerio nos aseguran una capacitación constante para poder ofrecer nuestros servicios con calidad
- A través de las encuestas realizadas se pudo evidenciar que es necesario que las farmacias cumplan con una correcta dispensación mediante la información personalizada a cada uno de los pacientes es decir cuando el paciente necesita medicamentos específicos o productos sanitarios poder indicarles cuál es su suministración beneficios y la forma correcta de utilización.
- El seguimiento de clientes de forma efectiva con el modelo Canvas ve como objetivo el continuo tratamiento en los cuales las personas tengan una forma de mejorar su Salud en la cual los tratamientos sean efectivos en pacientes crónicos poli medicados y adultos mayores

En resumen, el emprendimiento de una farmacia requiere una planificación cuidadosa un enfoque en la calidad y el servicio al cliente y la adopción de tecnologías innovadoras para tener éxito en el mercado competitivo.



### **Recomendaciones**

- Se recomienda adquirir una amplia gama de productos y servicios: en donde los productos farmacéuticos y servicios (ARCISA, 2015) adicionales como vacunas y consultas médicas sean atractivos para los clientes; a su vez se trabaje con proveedores de confianza establezca relaciones de colaboración con proveedores confiables y de calidad para asegurar un suministro constante y eficiente de productos farmacéuticos.

- Se capacite al equipo en técnicas de atención al cliente y fomente una cultura de servicio para asegurar la satisfacción de los clientes en la cual se brinde una atención eficiente con una buena gestión. Se evidencie prácticas de gestión efectivas como el seguimiento de inventario y costos para garantizar una buena atención al cliente y Proveedor

## Bibliografía

- Alcalde J. C. (1 de marzo de 2020). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/modelo-canvas.html>
- ARCSA. (2015). Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/08/Registro-Oficial-Res-042-BPM-Alimentos.pdf>
- Broitman P. (8 de Febrero de 2019). *Pontificia Universidad Católica de Chile*. Obtenido de <https://programainnovacionyemprendimiento.uc.cl/noticias/noticias-testimonio-opinion/la-importancia-del-modelo-canvas-para-innovar-en-los-negocios/>
- Calviño F. (12 de octubre de 2022). *shopify*. Obtenido de <https://www.shopify.com/es/blog/que-es-el-emprendimiento>
- Constitución de la República del Ecuador . (2008). *Art. 2*.
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Art. 10*.
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Art. 4*.
- Crespo M. C. (6 de abril de 2022). *RD STATION*. Obtenido de <https://www.rdstation.com/blog/es/modelo-canvas-que-es/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20y%20para%20qu%C3%A9%20negocios%20nuevos%20o%20existentes.>
- Gil S. (1 de marzo de 2020). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/competencia.html>
- Herrera M. M. (2019 de agosto de 2019). *caeme*. Obtenido de <https://www.caeme.org.ar/10-aportes-de-la-industria-farmaceutica-a-la-sociedad/>
- Jara L. (2015 de septiembre de 2015). *OBSERVATORIO ECONÓMICO SOCIAL UNR*. Obtenido de <https://observatorio.unr.edu.ar/industria-farmaceutica/>
- Montes V. G. (14 de diciembre de 2021). *FORO*. Obtenido de <https://app.aluracursos.com/forum/topico-cual-es-la-importancia-del-modelo-de-negocios-canvas->

107135?gclid=EAiaIQobChMImM73lt2d\_AIVXEFIAB0u1ADeEAAYASAAEgI0jPD\_  
BwE

Osterwalder A. (2004). Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-modelo-canvas-y-como-aplicarlo-a-tu-negocio-agile-scrum/#:~:text=Para%20hablar%20de%20los%20or%C3%ADgenesque%20se%20incluyen%20t%C3%A9rminos%2C%20conceptos%2C>

Palaci. (03 de septiembre de 2015). *EOI*. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/redinnovacionEOI/2015/09/03/que-es-la-innovacion/>

Peiró R. (1 de marzo de 2020). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/modelo-de-negocio.html>


Thompson. (1998). *economipedia*. Obtenido de <https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00290.pdf>

Vega C. R. (12 de marzo de 2018). *crstinamosvega*. Obtenido de <https://crstinamosvega.com/business-model-canvas-alex-osterwalder/>

## ANEXO 1

## Encuesta

Figura 30 Modelo de encuesta



## FARMACIAS SU ECONOMIA

La siguiente encuesta se realiza con el propósito de conocer los diferentes hábitos, gustos y necesidades del cliente referente a la salud.

Esta encuesta dura aproximadamente 5 minutos, seleccionar la respuesta que usted considere.

1. ¿Con que frecuencia acude a una farmacia?

- 1 vez a la semana
- 1 vez cada 15 días
- 1 vez al mes
- 1 vez al año

2. ¿Toma algún tratamiento de forma habitual ?

- Si
- No

3. ¿Cuál de las siguientes opciones es la principal razón por la cual usted visita la Farmacia?

- Servicio del farmacéutico
- Precio de los productos/medicamentos
- Conveniencia o cercanía a hogar/trabajo

4. Dentro de cual rango de edad se encuentra usted

- 18-25 años
- 26-35 años
- 36-45 años
- 46-61 años
- 62 o más

5. ¿Cuál de este servicio sería más útil para usted?

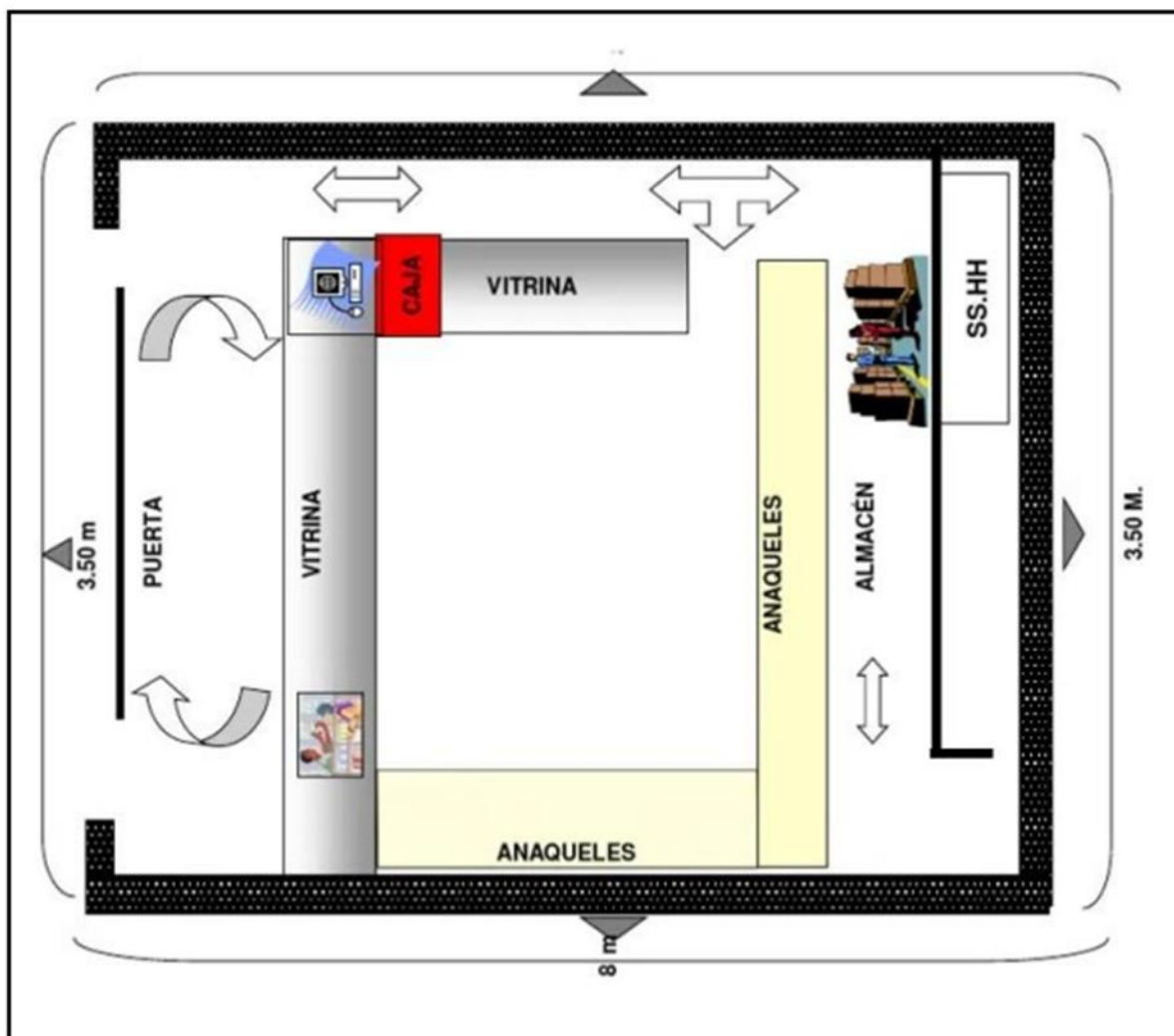
- Análisis del colesterol
- Ácido úrico
- Glucosa
- Nutricionista

Agradecemos el tiempo y confianza al realizar esta encuesta

## ANEXO 2

## Distribución del local

Figura 31 Planos del Local



**ANEXO 3****Muebles y Enseres***Figura 32 Vitrinas y estanterias**Figura 33 Vitrinas y estanterias*

*Figura 34* Vitrinas y estanterías



*Figura 35* Vitrinas y estanterías



*Figura 36 Muebles de oficina*



*Figura 37 Equipos de computo*

