UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

MAYO - OCTUBRE 2018

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TITULO DE INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

Crecimiento Económico De La Farmacia Popular En El Recinto

EGRESADO:

Juan Leonardo Rodríguez Guerra

TUTORA

Ing.: Gina Carrasco Echeverría

AÑO 2018

CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LA FARMACIA POPULAR EN EL RECINTO

INTRODUCCIÓN.

La Farmacia Popular fue creada en el año 2012, por dos propietarias: Nancy Fuentes Coello y Magdalena Fuentes Coello para beneficiar a toda la población del Recinto Tres Postes perteneciente al Cantón Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan) de la Provincia del Guayas, con la venta de productos farmacéuticos, al inicio alquilando un local pequeño y después alquilando un local más amplio para dar una mejor atención a los clientes, actualmente son propietarias de un local y una nueva sucursal.

En el tema a tratar es ver los efectos positivos que ha tenido la farmacia popular para así convertirse en una farmacia de renombre entre la comunidad tresposteña y las comunidades vecinas, esto se debe a su gran impacto que ha tenido con las personas que residen en el Recinto, por lo que se ha podido apreciar que este crecimiento se ha sostenido debido a sus años de trabajo arduo que han tenido las propietarias, el cual se debe a sus estrategias de mercadeo que utilizan y a sus conocimientos que poseen a la hora de vender los medicamentos que demanden los consumidores y la atención que presta a los clientes que van a comparar algún producto.

Se puede apreciar que la administración, el desempeño laboral, la atención a los clientes forman parte de una serie de estrategias que pueden llevar al éxito o al fracaso de un negocio, lo cual las propietarias de dicha farmacia han sabido utilizar estos benéficos para así tener un crecimiento económico viable.

El incremento de la clientela en los últimos años se puede considerar como una ventaja para las farmacias popular 1 y 2, con respecto a los competidores por su desenvolvimiento que tiene el personal en la atención a los clientes y esto dando como resultado un aumento financiero de la farmacia.

La realización del presente trabajo de investigación se justifica con el crecimiento económico de la farmacia popular del Recinto Tres Postes debido a la factibilidad de su desarrollo, la información fue proporcionada por las propietarias de dicha farmacia en el cual se lo realizo a través del método analítico-descriptivo el mismo que va a describir, observar y analizar las diversas situaciones y factores que influyen en el incremento económico de la Farmacia,

La finalidad de este estudio del caso es el análisis de los diferentes factores que afectan en el desarrollo económico de la Farmacia Popular, este estudio tiene referencia a la línea de investigación de la carrera de ingeniería comercial que es el modelo de gestión administrativa para medir el crecimiento económico que ha sostenido la farmacia.

DESARROLLO

El presente estudio del caso se lo realizó en la Farmacia “Popular” ubicada en el Recinto Tres Postes del Cantón Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan), Provincia del Guayas, en la actualidad las farmacias en el Ecuador han tenido un crecimiento muy importante en el desarrollo de la economía del país, además su innovación, presentación de productos y la atención al cliente, han sido fundamental para cada negocio o empresa.

Las farmacias son una parte fundamental que compone el sistema sanitario, ya que garantizan el uso de medicamentos que sirven para promover la salud de los ciudadanos, así como también la prevención de enfermedades, garantizando la protección de cada individuo.

(Luna, 2016) Los negocios para funcionar en forma efectiva, requieren de un conjunto de elementos para que desarrollen su trabajo y logren satisfacer las necesidades de la sociedad. A estos elementos se les ubica como recursos humanos, financieros, técnicos y materiales. (p. 34)

Las estrategias empleadas y el esfuerzo realizado por las hermanas Magdalena y Nancy Fuentes Coello propietarias de la Farmacia “Popular 1 y 2”, las ubica como líderes en el mercado farmacéutico del Recinto Tres Postes, habiendo empezado en el año 2012 alquilando un pequeño local, y actualmente tienen dos locales uno propio y otro alquilado equipados y ubicados para el acceso a los usuarios.

Las farmacias se encentran ubicadas en la avenida principal del recinto Tres Postes que pertenece al Cantón Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan) de la Provincia del Guayas, es decir en toda la Av. Panamericana, para un mejor acceso a los usuarios, con un horario de atención de lunes a viernes de 8am a 10pm, y los horarios asignados por el MSP.

El Recinto Tres Postes cuenta con varias farmacias entre ellas; Farmacia Gavilánez, Cruz Azul, y otras, pero las Farmacias Popular “1 y 2”, son las que más concurren los usuarios por

tener precios económicos, tener productos complementarios para la satisfacción de los usuarios con la variedad de artículos de bazar, y la calidad de atención, esto se debe que tengan gran aceptación y por el ende ayudará al crecimiento de su rentabilidad.

(Torres V. , ProQuest Ebook Central, 2014) La técnica de ventas, es la habilidad de interpretar las características de un producto o servicio, en términos de beneficios y ventajas para el comprador, persuadirlo y motivarlo para que compre el producto o servicio. Esto implica un proceso planeado, ordenado, lógico y analítico para beneficio tanto del comprador como del vendedor (p. 69).

Para analizar el presente estudio del caso cabe indicar que los clientes son la clave primordial de todo negocio o empresa en cualquier etapa de desarrollo, porque de ellos va a depender de que se tenga éxito o no, y es por esta razón que se debe dar la mejor atención a cada uno de ellos.

(Millan, y otros, 2013) “La última década del siglo XX se caracteriza por un entorno competitivo donde el éxito de las organizaciones depende de la retención de clientes, más que de su captación”. (p.19). De esta manera los negocios o empresas pueden seguir subsistiendo en un mercado tan competitivo como existen en el día de hoy. Según la cita de Millan y otros la Farmacia Popular se caracteriza por ser competitiva dentro del entorno y ver el éxito que esta farmacia tiene por la comunidad y afluencia de clientes.

Al inicio de cada negocio es indispensable tener estrategias de marketing, saber conocer el mercado competitivo, conocer las fortalezas y debilidades para poder empezar a situarse o posicionarse como líderes en el mercado local. El objetivo del marketing se diría que es inter actuar con los productores y consumidores, es decir ofertar el producto y tener la capacidad de compra, la acción de comprar y vender.

(Luna, 2016) “En la naturaleza del plan de negocios lo básico es tener una visión futura, en la que el emprendedor sin haber realizado los estudios respectivos debe de actuar con un pensamiento estratégico, es decir, determinar su planeación estratégica.” (p.50). Las personas que emprenden un negocio lo hacen con la intención de tener ganancias o alta rentabilidad, empezar a ganar clientes sin perder la inversión realizada.

Una de las estrategias utilizadas es la calidad de atención a los usuarios, y viendo las necesidades de los mismos, en la Farmacia “Popular”, la implementación de un mini bazar les ha ayudado a mejorar las ventas, aprovechando al máximo el espacio, innovando y mejorando progresivamente, compitiendo con farmacias de prestigio como “Cruz Azul”.

La atención a los usuarios se la da de acuerdo a la llegada de cada uno de ellos, escuchando su requerimiento y atendiéndolos con calidad y calidez que se merece, es decir hacer de la manera correcta para la comodidad del consumidor, para evitar largas colas y que la atención se optima, si desea algún producto del bazar estará otra persona para atenderla, dando prioridad a las personas que acudan por medicina de alguna dolencia, de esa manera se optimizará tiempo y espacios.

Según (Arenal, 2017) “La atención al cliente consiste en la gestión que realiza cada trabajador de una empresa que tiene contacto con el cliente, para brindar asesoramiento y soluciones de calidad, lo cual es una oportunidad para generar satisfacción”. (p. 8) Por esta razón es que se da la mejor atención para que los consumidores puedan regresar con confianza.

La administración de un negocio es muy importante porque permite tener una visión clara de los objetivos planteados al inicio y evitar fracasar, las propietarias de la Farmacia “Popular 1 y 2” tuvieron desde el principio sus ideales bien definidos y es precisamente poner un negocio en marcha, mantenerlo en el mercado e incrementar sus ganancias a futuro.

Llevar una buena administración genera mucha responsabilidad, pero haciéndolo de la mejor manera se obtiene resultados y se puede evitar tener inconvenientes, estar relacionado con los clientes permite tener una relación eficaz entre propietarios y consumidores.

(Torres V. , Google Libros, 2014) afirma que: Las funciones de la mercadotecnia incluyen la administración de ventas en cualquier negocio; lo que significa todo lo relativo a productos, precios y canales de distribución, así como la promoción en la que se incluyen la venta personal, publicidad, promoción y relaciones públicas. (p. 5).

El conocimiento en ventas de los productos de la farmacia y promociones ofertadas hacen que los consumidores del Recinto Tres Postes se sientan satisfechos y eso depende de la creatividad y de las excelentes relaciones interpersonales que hay con las personas que prestan servicios en la farmacia y los usuarios, las mismas que son usadas por las propietarias de la Farmacia.

El uso de la tecnología hace que los mercados sean más competitivos y que las farmacias tenga un personal capacitado en lo que respecta a los medicamentos, con resultados positivos en la calidad de la prestación farmacéutica dando a conocer el uso de la medicina, dosificación y durabilidad de la misma.

El sistema tecnológico que posee la farmacia popular #1 - #2 es un sistema de base de datos que le permite con facilidad realizar todos sus procesos como es de entrada y salida de mercancía lo cual facilita que conozcan su inventario de mercadería lo cual es beneficioso por con este sistema de base de datos “Data Express” puede realizar consulta de medicamentos del mismo tipo sean genéricos, comerciales e inclusive sus sustitutos y así también posee en el mismo sistema la opción de generar facturas para entregar a sus clientes.

(Polochic, 2017) “La eficacia administrativa se refiere a la capacidad de lograr el objetivo que se desea o se espera. Por su parte, la eficiencia es la capacidad de disponer de alguien o

de algo para poder lograr un efecto o un objetivo determinado" (p.13). Estos son aspectos fundamentales que tienen muy presentes las propietarias de la Farmacia "Popular" y por ende el éxito del negocio.

Según (Martínez & Navarro, 2014) define que: "Procesos estratégicos son los que se dirección y gestión a la organización. Definen y controlan las de organización, sus políticas y estrategias, estando en relación muy directa con la misión/visión de la organización. En este sentido, de ellos depende la configuración y gestión de los procesos operativos y de los de apoyo o soporte. (p. 41).

Dentro de los procesos de administración que se emplean en todo negocio o empresa, implementadas también en la Farmacia "Popular", están la planificación, organización, dirección y control, fortalecidos en cada uno de los aspectos para poder llegar al crecimiento económico esperado.

La planificación Según (Arenal, 2017): consiste en precisar, en un momento concreto, las acciones futuras (planificación) y, posteriormente, comparar los resultados reales de la actividad con las provisiones hechas anteriormente para sacar conclusiones de esta comparación - (control). La parte directiva del departamento es la que planifica, controla, organiza y gestiona. (p. 11)

Capacitándose constantemente en lo relacionado al negocio, ventas, clientes, productos, en el cual se da el servicio, no se tendría falencias o desconocimiento de algún tema o circunstancias por la cual el cliente pueda consultar y pueda ser atendido de la mejor manera.

(Eggers, 2016) "La demanda de un bien por parte de los consumidores depende del ingreso de los consumidores, de sus preferencias, y de los precios que encuentren en el mercado. Por su parte, la oferta de las empresas depende de su curva de costos marginales

(que a su vez dependerá de la tecnología que utilicen y de los precios a los que compren sus insumos) y del precio al que puedan vender el bien que produzcan. (p. 52).

El sector farmacéutico popular del Recinto Tres Postes se compone de oferta y demanda al igual que cualquier otro tipo de negocios donde afecte la economía. La oferta en este caso sería; los productores farmacéuticos, laboratorios, distribuidores mayoristas y por último las farmacias, la demanda serían los consumidores donde entran los servicios de salud, médicos que prescriben sus recetas y el usuario final que hace el uso de la misma.

"La planificación es una forma concreta de la toma de decisiones, por medio de la cual la organización o empresa define metas, objetivos y estrategias generales" (Polochic, 2017), p. 31. Conociendo estos aspectos importantes se puede obtener una buena planificación desde el inicio.

Realizar una planeación es poder llevar el control sobre el destino de la empresa o negocio, de cómo poder posicionarse en el mercado, y saber afrontar los riesgos y las oportunidades que se presenten, ya sea en un corto o largo plazo. Según (Torres Z. , 2014) "La planeación es el proceso de decidir de antemano que se hará y de qué manera" (p.8).

(Torres V. , Google Libros, 2014) La planeación es un eje relevante del desarrollo organizacional (DO), motivo por el cual puede ser de utilidad tocar algunos puntos básicos. La planeación es un concepto íntimamente relacionado con el futuro y con el cambio, es proyectar un futuro deseado y los medios efectivos para lograrlo. (p.207).

Siguiendo la secuencia de las fases o procesos de administración tenemos la organización en la cual se van a poner en marcha todas las estrategias operativas, las mismas que se emplean para obtener mejores resultados, y esto se da en el presente estudio del caso.

(Polochic, 2017). La palabra estrategia proviene del griego "strategia", que significa el arte de dirigir ejecitos. Aplicado a la administración, la estrategia es el plan maestro que se traza

para definir y alcanzar los objetivos de la empresa y poner en práctica su misión o su razón de existir. (p. 33). En la parte de la organización es donde se van a poner en marcha las estrategias de aprendizaje-desarrollo, parte operacional, clientes, y la parte financiera.

En los aspectos que influyen en la organización se tiene el aprendizaje y desarrollo donde entran estrategias creadas específicamente para aumentar la economía financiera de la Farmacia "Popular, como es el de tener un personal altamente capacitado y actualizado en todo lo relacionado a los productos farmacéuticos que se venden en la farmacia, por esta razón las propietarias se capacitan constantemente.

> "La organización es la función administrativa que tiene a su cargo el diseño e implementación de la estructura organizacional de la empresa, la cual incluye las funciones, las actividades y los puestos de trabajo necesarios para que logre alcanzar sus objetivos estratégicos" (Polochic, 2017), p.105.

En el sistema operacional se tiene en cuenta las ofertas de productos de determinadas líneas, así como también los productos específicos para determinadas enfermedades, es de mucha importancia tener en cuenta las alianzas estratégicas con ciertas casas farmacéuticas, sin dejar a un lado el stock de mercadería con que se cuenta.

La participación del personal farmacéutico capacitado hace que reincorpore la salud de los pacientes, con el uso apropiado de medicamentos genéricos que prefieren los consumidores por los costos de esos medicamentos, pero, además, cuenta con remedios comerciales, para tener un stock de productos farmacéuticos que sean elegibles y accesibles para los usuarios.

En lo que respecta a los clientes en muchas ocasiones se basan en la calidad del producto y calidez con que se los atiende, para así poder captar la mayor cantidad de usuarios del Recinto Tres Postes y sectores aledaños, así los consumidores se sientan contentos regresando a la farmacia Popular.

> (Escudero, 2015) La atención al cliente es el conjunto de actividades interrelacionados que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado, se asegure un uso correcto de este y satisfaga sus necesidades y/o expectativas, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación de la empresa. (p. 6).

De acuerdo al concepto descrito las propietarias de la Farmacia “Popular 1 y 2” ponen en marcha y ejecutan de manera correcta los conceptos establecidos, mejorando notablemente la excelente atención, dando como resultado los altos niveles de aceptación en la comunidad.

Un aspecto muy importante es la presentación del local teniendo en cuenta la implementación de los nuevos servicios, innovando en infraestructura, para que el usuario no tenga que ir a la competencia, presenciando el crecimiento económico del negocio.

Dentro de la parte organizacional se lo lleva con eficiencia donde ha permitido aumentar notablemente la clientela, y cómo resultado el incremento económico de la Farmacia “Popular”, posicionándose en el mercado de Tres Postes como una de las mejores opciones de compra.

La inversión inicial de la Farmacia Popular en el Recinto Tres Postes fue el año 2012, con un capital de cinco mil dólares americanos, un crédito en el banco de mil dólares americanos y crédito de dos distribuidoras farmacéuticas que confiaron en las propietarias, las cuales fueron DachaFarm, Inferm y Distribuidora Trébol Verde (Ver Cuadro # 1 en Anexos).

El primer año de funcionamiento fue difícil para las propietarias, tuvieron que trabajar sin recibir sueldo, y lo más importante esforzarse de la mejor manera para obtener la clientela y ganancias deseadas, obteniendo a finales del año 2012 una utilidad neta de mil doscientos un dólar con treinta y tres centavos americanos. (Ver Cuadro # 2 en Anexos)

En ese año la Farmacia Popular tuvo ingresos de ventas de ocho mil cien dólares americanos que representa el 100% de las ventas, un costo de ventas de dos mil quinientos dólares americanos que corresponde 30.86%, en gastos operativos tuvieron tres mil doscientos diez dólares americanos que representado en forma porcentual es el 39.63%, aquí podemos observar que el mayor gasto que tiene la farmacia es el valor de los arriendos y los costos de compras. El gasto financiero fue de 12.34% y el porcentaje del impuesto a la renta fue de 0.23%, el margen de utilidad neta es de 14.84% disponible para las propietarias.

En los primeros meses las ventas fueron bajas llegando a vender Novecientos dólares americanos en los tres primeros meses del año, al quinto mes las ventas subieron a quinientos dólares americanos y los últimos meses del año las ventas mensuales fueron de mil dólares americanos, por lo general al inicio de todo negocio se debe sacrificar un poco para que funcionen de la mejor manera (Ver gráfico # 1 en Anexos).

El estado de resultados de la Farmacia Popular es una herramienta útil que permite calcular la rentabilidad que tiene la empresa en relación con las ventas desde el año 2012 hasta el primer semestre del 2018, cada uno de estos rubros están expresados en porcientos integrales o análisis vertical de las ventas, porcentajes que ayudan especialmente para realizar comparaciones de un período a otro y así ver el desempeño del crecimiento económico de la farmacia antes mencionada.

Estos análisis nos permiten visualizar si ciertos rubros tienen una tendencia ascendente o descendente llevada a cabo a lo largo del estudio del caso, hay dos razones de rendimiento que se han analizado como es el margen de utilidad operativa y la utilidad neta.

Al utilizar el margen de utilidad operativa en términos porcentuales que queda de cada dólar producido por las ventas después de haberle restado los costos y gastos excluyendo el pago bancario y los impuestos. La utilidad operativa de cada año de la Farmacia es aceptable.

“La dirección es la función administrativa que tiene como objetivo coordinar a todos los recursos de la empresa para alcanzar los objetivos estratégicos trazados” (Polochic, 2017), p.159). La dirección lleva consigo tener un buen liderazgo, que exista una buena comunicación entre propietarios, usuarios, y por supuesto el trabajo en equipo es la base de todo, ya sea en el ámbito laboral para poder llevar la planificación, organización y control se debe estar bien comunicado.

Al analizar el cuadro de Resultados del 2013, se puede observar el incremento de las ventas mensuales, desde ese año fueron pagando sueldos y salarios, los aportes al IESS, el Crédito de los Proveedores que se realizó el año anterior, y los impuestos generados. Muestran una venta anual de dieciocho mil ciento cincuenta dólares americanos que corresponde al 100% de ventas, un costo de ventas de cinco mil dólares americanos que corresponde al 27.55%, los gastos operativos fueron de siete mil veinte y seis dólares americanos que corresponde al 38.71%, como gastos más significativos, los gastos administrativos corresponde al 5.10%, los gastos financieros generados fueron de dos mil quinientos dólares americanos que es el 13.77%, con una utilidad neta de dos mil trescientos dólares americanos lo que corresponde al 12.73% pagando los gastos generados, sueldos, y créditos. (Ver Cuadro # 3 en Anexos).

Las ventas fueron aumentando, pudiendo tener mejores ventas, al inicio del 2012 las ventas eran de Trescientos dólares mensuales y al inicio del 2013 las ventas fueron de mil dólares americanos mensuales en los primeros meses y finalizando en mil ochocientos dólares americanos de ventas en los últimos meses del año, como se lo puede Ver Gráfico # 2 de Anexos.

De esta manera podemos considerar los incrementos en ventas, la aceptación de los consumidores del Recinto Tres Postes, se reflejaron en las ventas del 2014 (Ver Gráfico # 3

en Anexos) de enero a marzo que fueron de mil ochocientos dólares americanos, en abril, mayo y junio de dos mil cien dólares americanos, en julio, agosto y septiembre de dos mil setecientos dólares americanos y los últimos meses del año fueron de tres mil quinientos dólares americanos, llegando a un total de ventas de treinta mil trescientos dólares americanos. Es decir, se muestra claramente el incremento de las ventas realizadas desde el inicio del negocio en el 2012 que fue de ocho mil cien dólares americanos, en dos años ha aumentado.

En el estado de resultados del 2014 (Ver Cuadro # 4 en Anexos), se puede evidenciar que el ingreso por ventas ha aumentado, aunque no hayan tenido una utilidad mayor pudieron pagar sueldos, gastos operativos; además compraron mercadería para poder tener un buen stock de medicinas.

Los productos más vendidos, o productos estrellas, son las ventas de productos genéricos ayuda mucho a los usuarios ya que pueden realizar más compras con menos dinero o llevar una receta completa, en los últimos años el aumento de los productos de marca aumentó en un 12.5% y los medicamentos genéricos sólo aumento un 0.86% por esta razón el precio de los medicamentos genéricos se mantiene bajos. (Ver gráfico # 4 de Anexos).

Las ventas en el 2015 aumentaron de treinta mil trescientos dólares americanos a cincuenta y cinco mil doscientos dólares americanos lo cual fue muy beneficioso para las propietarias donde ya empezaron a tener mejores ganancias, fidelización de los clientes, y mucha aceptación de los usuarios que acuden a la farmacia, no sólo del recinto donde se encuentra ubicada la farmacia, si no de diferentes sectores, posicionándose como líder en el mercado farmacéutico, y cumpliendo con sus objetivos empleados al principio.

Como se puede notar en el Gráfico # 5 de Anexos, las ventas reflejadas en dólares se mantienen por tres meses y aumentan, progresivamente, desde enero, febrero y marzo las

ventas son de tres mil setecientos dólares americanos por cada mes, en abril, mayo y junio incrementan sus ventas en cuatro mil doscientos dólares americanos, para los siguientes meses de julio, agosto y septiembre son de cinco mil dólares americanos por cada uno de los meses, y los últimos meses de octubre, noviembre y diciembre las ventas en la Farmacia son de cinco mil quinientos dólares americanos, haciendo una venta anual de cincuenta y cinco mil doscientos dólares americanos, casi el doble en comparación al año 2014.

Al analizar el estado de resultados del año 2015 (Ver Cuadro # 5 en Anexos), se puede evidenciar que mejoraron su rentabilidad al finalizar el año. El cuadro muestra los ingresos por ventas durante el año 2015 fueron de cincuenta y cinco mil doscientos dólares americanos que representa el 100% en ventas, siendo bueno, los gastos más representativos fueron por el costo de ventas de treinta mil dólares americanos que equivale al 54.35% del total de ventas, otro valor significativo fue el de los gastos operativos del 22.48%, en los cuales se refleja los costos por sueldos y salarios y arriendos, los gastos administrativos que corresponden a los permisos suman el valor de mil ciento cuarenta y cinco dólares americanos que corresponde al 2.07%, también se tiene el impuesto a la renta de 0.44% y el pago por aportes patronales que equivalen al 1.72%, teniendo de esta manera la utilidad neta de 18.94%.

Por las grandes ventas realizadas en el 2015, las propietarias se propusieron incrementar el negocio, pensando de esta manera abrir una nueva farmacia en el mismo sector para poder atender mejor a la clientela, y proyectarse la inversión para el siguiente año.

Con las ventas generadas en los primeros años, solicitaron un crédito, para la adquisición de un terreno y la construcción de un nuevo local farmacia Popular # 2, la implementación del bazar, y con el estudio metodológico que se ha realizado en el presente estudio del caso es el análisis del entorno, de cómo está estructurada la farmacia, sus estrategias utilizadas para tener una mejor rentabilidad económica, que demuestra las acciones llevadas por las

propietarias, y así cumplir con los objetivos esperados, lo que incide en la economía es básicamente la captación de usuarios, que aumentan cada día en ambas farmacias.

Las ventas en los tres primeros meses del año 2016 fueron de seis mil doscientos dólares americanos por cada mes, en los siguientes meses de abril, mayo y junio las ventas aumentaron a siete mil trescientos cincuenta dólares americanos, en los meses de julio, agosto y septiembre las ventas fueron de nueve mil dólares americanos y los últimos meses del año octubre, noviembre y diciembre las ventas fueron de Doce mil dólares en cada mes, teniendo un total de ventas de ciento tres mil quinientos dólares americanos lo cual fue muy satisfactorio para las propietarias. (Ver Gráfico # 6 en Anexos).

Por las buenas estrategias empleadas, la excelente organización, el control de sus gastos y de mercaderías en la farmacia y en el bazar para la mejor captación de clientes se muestra claramente la rentabilidad del negocio, y se lo demuestra en el siguiente cuadro de estado de resultados, las ganancias obtenidas, y las ventas realizadas en el 2016.

El Cuadro # 6 en Anexos, muestra el crecimiento de las ventas, que fue el doble del año 2015, las ventas reflejan el valor de ciento tres mil quinientos dólares americanos, teniendo costo de ventas de sesenta y seis mil dólares americanos que representa el 63.77%, el gasto operativo fue de catorce mil veinticuatro dólares que es el 13.55%, otro valor representativo es de los gastos administrativos que corresponde a los permisos que equivalen el 1.70%, el impuesto a la renta representa el 0.63% y el aporte patronal el 0.95%, obteniendo de esa manera una utilidad neta de 19.40% de las ventas en total del año. Con estos valores y las utilidades obtenidas de los años anteriores se compró el terreno y se hizo la construcción del local en donde se encuentra ubicada la Farmacia Popular # 2.

Se puede evidenciar que gracias al crédito bancario + la utilidad neta generada en el año se pudo cubrir con los gastos generados por la compra del terreno y el costo de la construcción

para el nuevo local, de esa manera se puede notar el alto rendimiento económico, la buena administración de los ingresos generados, la constancia con que se manejan las propietarias.

Los créditos bancarios generados para dos años se pagaron con los ingresos por ventas que cada mes van en aumento, y de esa manera se puede ver que las estrategias empleadas desde el inicio han servido para que las propietarias tengan rentabilidad.

En el año 2016 se realizó la construcción del local para la Farmacia Popular # 2, las ventas en las dos farmacias y bazar fueron de setenta y dos mil dólares americanos en los seis primeros meses, en los meses de julio, agosto, y septiembre fueron de treinta y siete mil quinientos y los tres últimos meses del año fueron de treinta y nueve mil dólares americanos sumando el total en ventas en el año de ciento cuarenta y ocho mil quinientos dólares americanos. (Ver gráfico # 7 en Anexos).

De esta manera con las ventas generadas en el 2017 se pagó la mitad del crédito otorgado por el banco para la construcción del local, las remodelaciones realizadas, y todos los gastos generados en el año como: sueldos, permisos y los gastos por compras de mercadería tanto de bazar y farmacia para los dos locales.

Al finalizar el año 2017 el cuadro presentado es el de estado de resultados (Cuadro # 8 de Anexos), donde se ve reflejado el total de ventas en las Farmacias Popular 1 y 2, de ciento cuarenta y ocho mil quinientos dólares americanos, los gastos generados por costo de ventas fueron de setenta y seis mil dólares americanos que equivale al 51.19% del 100% de las ventas, los gastos operativos fueron de diecisiete mil cuatrocientos cincuenta dólares americanos correspondientes al 11.75% siendo los gastos más altos los generado por sueldos y salarios, los gastos administrativos representan el 1.32%, los gastos financieros por pago de la deuda del banco fue de diecinueve mil dólares americanos equivalente al 12.79%, los gastos menores fueron los de impuestos a la renta del 0.64% y el aporte patronal que

corresponde al 0.90%, teniendo de esta manera una utilidad neta de treinta y un mil setecientos noventa y un dólares con cincuenta y dos centavos americanos lo que corresponde el 21.41% del 100% de ventas realizadas en el año.

Para el año 2018 se analiza las ventas de los seis primeros meses del año, las ventas de enero y febrero fueron de veintidós mil dólares americanos por cada mes, es decir cuarenta y cuatro mil dólares americanos, en marzo y abril las ventas aumentaron y sumaron a cincuenta y dos mil dólares americanos, en mayo y junio las ventas por los dos meses fueron de cincuenta y ocho mil dólares americanos, sumando un total en ventas de ciento cincuenta y cuatro mil dólares americanos superando las ventas del año 2017, tan solo en el primer semestre del año.

En el estado de resultados 2018 (Cuadro # 8 de Anexos), se puede apreciar el total de ventas en el primer semestre del año que fue de ciento cincuenta y cuatro mil dólares americanos, teniendo un costo de ventas de sesenta y seis mil dólares americanos que representa el 42.86% del total de ventas, los gastos operativos generados por sueldos y salarios, arriendos y servicios básicos fueron de diecisiete mil setecientos veinte y ocho dólares americanos que representa el 11.51%, los gastos financieros generados por créditos en el 2016 fue de treinta y nueve mil dólares americanos que representa el 25.32%, y los gastos generados por gastos financieros fueron de mil quinientos cincuenta dólares americanos representados en 1.01%, los gastos por impuestos fue de 0.85% y el aporte patronal representa el 0.50%, obteniendo de esta manera una utilidad neta de veintisiete mil seiscientos cuarenta y dos dólares con cero siete centavos americanos que corresponde al 17.95% del total de ventas generados durante el primer semestre del año.

De esta manera se puede reflejar el alto rendimiento económico generado en las farmacias, desde su inicio en el 2012 hasta el primer semestre del 2018 que ha tenido un incremento de 19 veces más que las ventas del año 2012. (Ver gráfico # 9 en Anexos).

En el gráfico mencionado se puede apreciar el incremento económico de la Farmacia Popular del Recinto Tres Postes, del 2012 al 2018, que inició con una utilidad neta de mil doscientos un dólar con treinta y tres centavos americanos en el primer año de inicio, presentado altas ganancias en el 2017 de treinta y un mil setecientos noventa y un dólares con cincuenta y dos centavos americanos y para el primer semestre del 2018 de veintisiete mil seiscientos cuarenta y dos dólares con cero siete centavos americanos que al finalizar el año superaría el doble del año anterior.

Queda demostrado que el esfuerzo, perseverancia, las estrategias empleadas más la administración de las propietarias en la Farmacia Popular las hacen líderes en el mercado obteniendo rendimiento económico en su negocio. Otro aspecto importante que se tiene es a través de la investigación del mercado, es decir la recopilación de información por medio de una encuesta, analizando la información de una manera sistemática y objetiva lleva a las propietarias a la mejor toma de decisiones y de esta manera poder mejorar los aspectos que se consideren necesarios.

Se considera muy importante en la Farmacia Popular de Tres Postes, la dirección en el proceso administrativo, porque permite tener una mejor organización teniendo en cuenta los objetivos planteados desde el inicio.

Las técnicas de investigación de campo que se han utilizado son; la observación y la encuesta, que han servido para el análisis y la obtención de datos, las mismas que son muy importantes para analizar, evaluar, y examinar el grado de aceptación de la farmacia en la comunidad.

Según (Gil, 2016) “El proceso de observación entraña un conjunto de hitos cuya secuencia es importante respetar para realizar con garantías una observación científica” (p.4c-58), tiene como propósito tener una descripción completa del caso a estudiar.

Los procedimientos metodológicos se emplean para evaluar el trabajo realizado, con la finalidad de rectificar algún error que se pueda obtener, en este caso la encuesta a los usuarios sirve básicamente para medir el nivel de aceptación de los clientes en la farmacia.

> Según (Gil, 2016) La encuesta personal es quizás el método que goza de mayor popularidad y el que se ha utilizado con mayor profusión en la captación de información primaria debido, principalmente, a las ventajas que presenta frente a los otros tipos de encuesta. Consiste en una entrevista personal que se establece entre dos personas, a iniciativa del entrevistador, para obtener información sobre unos objetivos determinados. (p. 897i-58)

El nivel de aceptación de los clientes que acuden a la farmacia “Popular 2”, es saber si el cliente se siente satisfecho con la atención que se le brinda, acerca del stock de mercadería, sobre las ofertas y descuentos que ofrecen.

El Recinto Tres Postes cuenta con la competitividad a nivel farmacéutico, ya que existen otras farmacias cerca y conocidas, pero la presentación de ofertas con estrategias en ventas lleva a la Farmacias “Popular 1 y 2” a ser las preferidas por los moradores de la comunidad.

Es muy importante conocer a la competencia y además apoyar al sector donde se encuentre, que sean ellas mismas quienes atiendan al personal, de esa manera se garantiza la conexión entre propietarios-clientes, y se conoce directamente sus necesidades.

La motivación y el trabajo en equipo influyen en la dirección de la administración de todo negocio y es otra de las fórmulas para conseguir el éxito que obtienen las propietarias de la farmacia “Popular 1 y 2”.

Se ha analizado las fases administrativas, viendo las diferentes estrategias que se emplean para conseguir más clientes y así obtener incrementos en la parte financiera de las Farmacias. El control que se lleva en la Farmacia Popular del Recinto Tres Postes es importante de esta manera las propietarias se pueden dar cuenta de los resultados obtenidos en las ventas realizadas, conocer sus existencias, ganancias y hacer las debidas planificaciones.

(Físico, 2016) "La función de control consiste básicamente en observar los resultados obtenidos compararlos con los objeticos que se habían establecido y, en caso de que haya diferencias, encontrar sus causas. Además, la función de control incluye efectuar alguna acción correctora". (p.258).

Cada persona que emprende un negocio, su objetivo primordial es tener un rendimiento económico con nivel de aceptación, (Físico, 2016) afirma que: "La rentabilidad económica de una empresa sirve para medir la relación entre los beneficios obtenidos en el nivel de explotación, es decir antes de intereses e impuestos, y las inversiones que la empresa realizó en su Activo." (p.188).

De este modo es claro que las propietarias antes de poner a funcionar su Farmacia estudiaron y analizaron el mercado, contando con capital, la aceptación de los usuarios y de toda la comunidad, así mismo como de todos los conocimientos empleados para la puesta en marcha de tal manera que ahora son dueñas una nueva sucursal propia y amplia con mini bazares y una excelente infraestructura para dar el mejor de los servicios.

CONCLUSIONES

La Farmacia Popular es una entidad que presta un servicio garantizado a la comunidad del Recinto Tres Postes y sectores aledaños, con el fin de cubrir las necesidades de los consumidores, ya que el crecimiento de un negocio no depende básicamente de la captación de los clientes sino, de la fidelización de los mismos, en la calidad y calidez de atención que se dé a cada uno para que regresen a comprar con toda la confianza.

Las propietarias y el personal que atiende deben estar preparados adecuadamente, es decir tener conocimientos en ventas, trato con los clientes, demostrando eficiencia y eficacia, para asumir liderazgo, y tener un alto nivel de aceptación.

Las estrategias empleadas por las propietarias en administración, atención, planificación, organización y control llevan a obtener alto crecimiento económico en la Farmacia Popular y contribuyen de manera importante en la mejora de la calidad de los usuarios.

Conocer básicamente a la competencia y apoyar al crecimiento económico de la comunidad donde se encuentre ubicado el negocio, llevan a obtener un alto nivel de rentabilidad, sin dejar a un lado la innovación y sobre todo el desempeño profesional.

El éxito total de la Farmacia Popular se fomenta en las estrategias bien utilizadas, y el capital propio de negocio invertido que permite tener pasivos recuperables en los dos primeros años, logrando su progreso, ya que año a año el flujo de efectivo aumenta su

crecimiento significativamente y muestra en todo momento que el negocio sea financieramente y operativamente viable.

BIBLIOGRAFIA

Arenal, C. (Sept. de 2017). *ProQuest Ebook Central*. Obtenido de https://ebookcentral.proquest.com/lib/utbabsp/reader.action?docID=5190124&ppg=1&query=cliente%20y%20consumidor%20concepto

Eggers, F. (Enero de 2016). *ProQuest Ebook Central*. Obtenido de https://ebookcentral.proquest.com/lib/utbabsp/reader.action?docID=4536669&ppg=1&query=oferta%20y%20demanda%20concepto

Escudero, M. (2015). *Google Libros*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=ue7JCQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=servicios+de+atencion+comercial&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjU-_H21rPcAhUjVd8KHdLYAL8Q6AEIKjAB#v=onepage&q=servicios%20de%20atencion%20comercial&f=false

Físico, M. (2016). *Google Libros*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=8qEeDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=economia+de+la+empresa+de+Fisico&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi4hKWP2bPcAhUMrlkKHUCNCfcQ6AEIJTAA#v=onepage&q=economia%20de%20la%20empresa%20de%20Fisico&f=false

Gil, J. (2016). *ProQuest Ebook Central*. Obtenido de https://ebookcentral.proquest.com/lib/utbabsp/reader.action?docID=5102451&ppg=1&query=tecnicas%20de%20investigacion%3A%20observacion

Luna, C. (2016). *ProQuest Ebook Central*. Obtenido de https://ebookcentral.proquest.com/lib/utbabsp/reader.action?docID=4849861&ppg=1&query=estrategias%20de%20ventas%20y%20negocios%20conceptos

Martínez, A., & Navarro, M. (2014). *ProQuest Ebook Central*. Obtenido de https://ebookcentral.proquest.com/lib/utbabsp/reader.action?docID=4870506&ppg=1&query=procesos%20administrativos%20en%20los%20negocios

Millan, Á., Molina, A., Lorenzo, C., Díaz, E., Blazquez, J., Cordente, M., & G. (Enero de 2013). Obtenido de Books Google: https://books.google.com.ec/books?id=_cjy8_SogTUC&printsec=frontcover&dq=fundamentos+de+marketing&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiCrpzWzrPcAhVKs1kKHSQmA88Q6AEILDAB#v=onepage&q=fundamentos%20de%20marketing&f=false

Polochic. (2017). *Google Libros*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=yf1QDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=organizacion+y+administracion+1&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwipx4a51LPcAhWGc98KHcnMC-AQ6AEIJTAA#v=onepage&q=organizacion%20y%20administracion%201&f=false

Torres, V. (2014). *Google Libros*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=C9_hBAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=administracion+en+ventas&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiVr_2YzrPcAhWtrFkKHajnDhEQ6AEIJTAA#v=onepage&q=administracion%20en%20ventas&f=false

Torres, V. (2014). *ProQuest Ebook Central*. Obtenido de https://ebookcentral.proquest.com/lib/utbabsp/reader.action?docID=3227906&query=ventas

Torres, Z. (2014). *Ebook Central*. Obtenido de https://ebookcentral.proquest.com/lib/utbabsp/reader.action?docID=3227306&ppg=1&query=administracion

ANEXOS

1.- ¿De qué año comenzó a funcionar la Farmacia Popular en el Recinto Tres Postes?

_____

_____

2.- ¿Cuál fueron sus niveles de ventas en sus primeros años de funcionamiento?

_____

_____

3.- ¿Qué estrategia de mercado utilizaron para obtener aumentar sus ventas?

_____

_____

4.- ¿Cuál sigue siendo sus estrategias de mercado para tener en aumentó sus ventas'

_____

_____

Cuadro # 1. Inversión Inicial:

FARMACIA POPULAR			
Estado de Situación Inicial 2012			
Activos		Pasivos	
Caja	$ 900,00	Préstamo por Pagar	$ 1.000,00
Instalaciones	$ 600,00	Crédito de Proveedores	$ 5.000,00

Mercadería	$ 8.000,00		
Equipos	$ 1.500,00	**Capital**	$ 5.000,00
	$ 11.000,00		**$ 11.000,00**

Fuente: Magdalena y Nancy Fuentes Coello
Investigación: Fuente propietarias

Cuadro # 2. Estado de Resultados 2012:

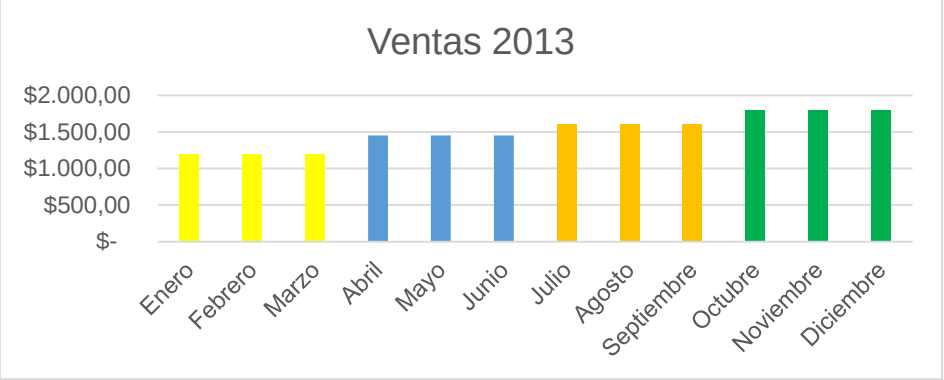
FARMACIA "POPULAR"			
Estado de Resultados Consolidado			
Al 31 de Diciembre del 2012			
Ingresos por Ventas		**$ 8.100,00**	**100%**
Costos de ventas		$ 2.500,00	30.86%
Utilidad bruta		**$ 5.600,00**	
Gastos operativos		$ 3.210,00	39.63%
Gastos generales	$ 120,00		
Sueldos y Salarios	-------		
Agua	$ 30,00		
Luz	$ 420,00		
Arriendo	$ 2.640,00		
Gastos financieros		**$ 1.000,00**	
Crédito bancario		$ 1.000,00	12.35%
Gastos administrativos		$ 170,00	2.10%
Gastos de permiso	$ 170,00		
Utilidad antes del impuesto	$ 1.390,00		
Impuestos	$ 18,67		0.23%
Utilidad Neta 2012	**$ 1.201,33**		14.84%

Fuente: Magdalena y Nancy Fuentes Coello
Investigación: Fuente propietarias

Gráfico # 1. Ventas de enero a diciembre del 2012 en la Farmacia Popular:

Fuente: Magdalena y Nancy Fuentes Coello
Investigación: Fuente propietarias

Gráfico # 2. Ventas en la Farmacia Popular de enero a diciembre del 2013.



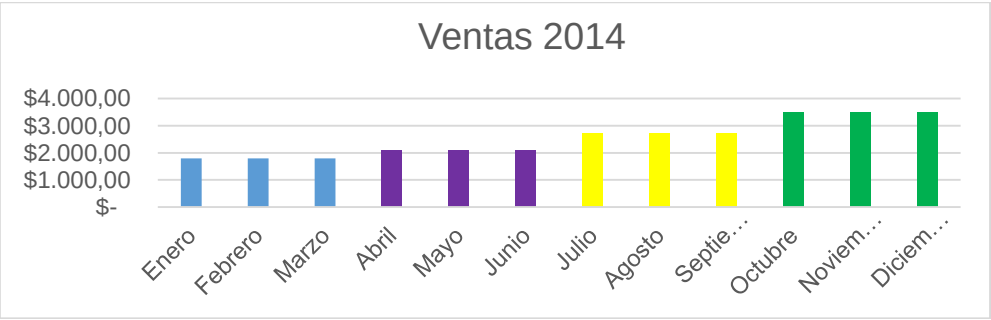
Fuente: Magdalena y Nancy Fuentes Coello
Investigación: Fuente propietarias

Cuadro # 3. Estado de Resultados Consolidado 2013:

FARMACIA "POPULAR"			
Estado de Resultados Consolidado			
Al 31 de Diciembre del 2013			
Ingresos por Ventas		**$ 18.150,00**	**100%**
Costo de ventas		$ 5.000,00	27.55%
Utilidad bruta		**$ 13.150,00**	
Gastos operativos		**$ 7.026,00**	38.71%
Gastos generales	$ 120,00		
Sueldos y Salarios	$ 3.816,00		
Agua	$ 30,00		
Luz	$ 420,00		
Arriendo	$ 2.640,00		
Gastos Administrativos		**$ 920,00**	5.10%
Permisos de funcionamiento	$ 120,00		
Permisos de Laboratorio	$ 800,00		
Gastos financieros		**$ 2.500,00**	13.77%
Crédito bancario	$ 2.500,00		
Utilidad antes del impuesto		**$ 2.704,00**	
Impuesto a la Renta		$ 37,34	0.17 %
Impuesto patronal		$ 356,80	1.97%
Utilidad Neta 2013		**$ 2.309,816**	12.73%

Fuente: Magdalena y Nancy Fuentes Coello
Investigación: Fuente propietarias

Gráfico # 3. Ventas del año 2014:



Fuente: Magdalena y Nancy Fuentes Coello
Investigación: Fuente propietarias

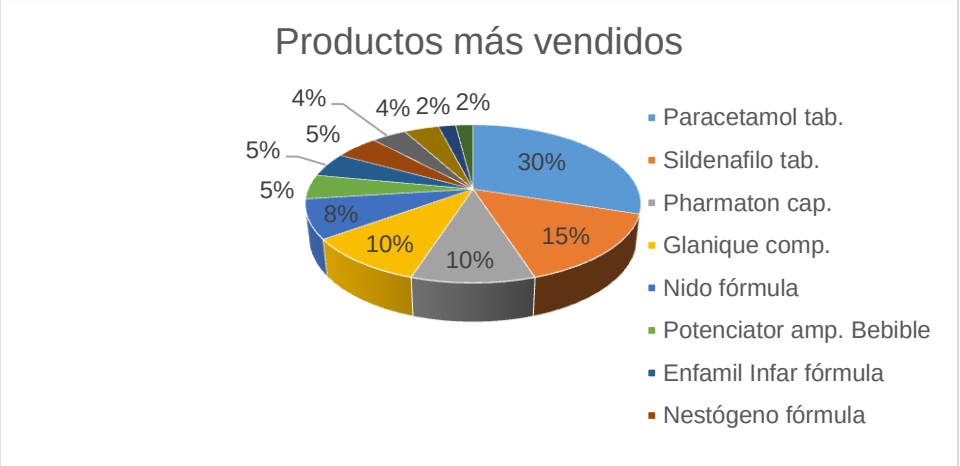
Cuadro # 4. Estado de Resultados Consolidado 2014:

FARMACIA "POPULAR"
Estado de Resultados Consolidado

Al 31 de Diciembre del 2014			
Ingresos por Ventas		**$ 30.300,00**	**100%**
Costo de ventas		$ 13.000,00	42.90%
Utilidad bruta		**$ 17.300,00**	
Gastos operativos		**$ 12.360,00**	40.79%
Gastos generales	$ 120,00		
Sueldos y Salarios	$ 8.160,00		
Agua	$ 30,00		
Luz	$ 420,00		
Arriendo	$ 3.600,00		
Gastos Administrativos		**$ 1.120,00**	3.70%
Permisos de funcionamiento	$ 120,00		
Permisos de Laboratorio	$ 1.000,00		
Utilidad antes del impuesto		**$ 3.820,00**	
Impuesto a la Renta		$ 37,34	0.13 %
Impuesto patronal		$ 909.84,80	3%
Utilidad Neta 2014		**$ 2.309,816**	9.48%

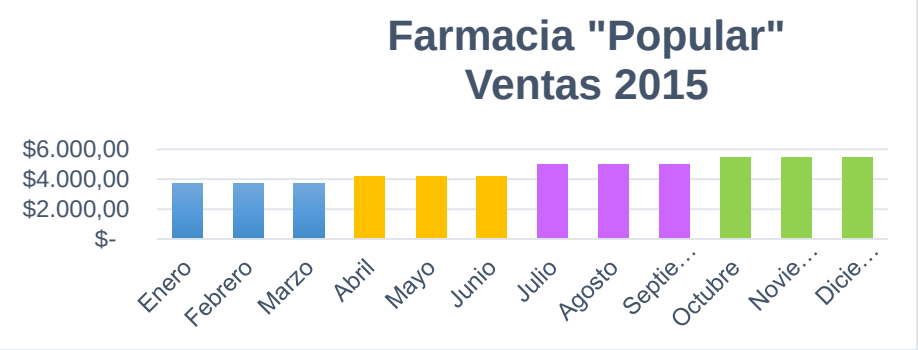
Fuente: Magdalena y Nancy Fuentes Coello
Investigación: Fuente propietarias

Gráfico # 4. Medicinas más vendidas:



Fuente: Magdalena y Nancy Fuentes Coello
Investigación: Fuente propietarias

Gráfico # 5. Ventas de enero a diciembre 2015:



Fuente: Magdalena y Nancy Fuentes Coello
Investigación: Fuente propietarias

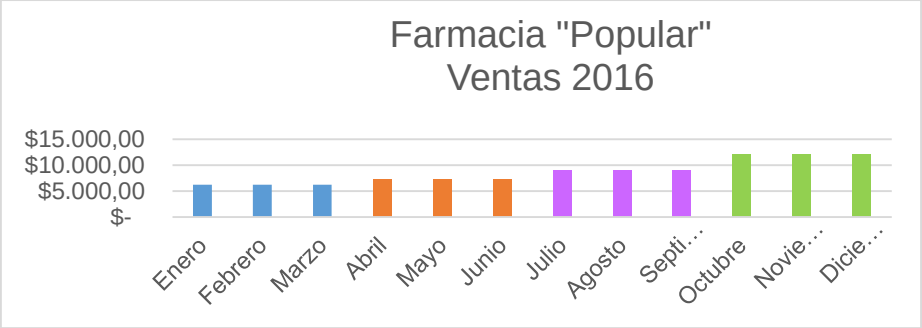
Cuadro # 5. Estado de Resultados 2015:

FARMACIA "POPULAR"

Estado de Resultados Consolidado			
Al 31 de Diciembre del 2015			
Ingresos por Ventas		**$ 55.200,00**	**100%**
Costo de ventas		$ 30.000,00	54.35%
Utilidad bruta		**$ 25.200,00**	
Gastos operativos		**$ 12.410,00**	22.48%
Gastos generales	$ 120,00		
Sueldos y Salarios	$ 8.160,00		
Agua	$ 30,00		
Luz	$ 500,00		
Arriendo	$ 3.600,00		
Gastos Administrativos		**$ 1.145,00**	2.07%
Permisos de funcionamiento	$ 145,00		
Permisos de Laboratorio	$ 1.000,00		
Utilidad antes del impuesto		**$ 11.645,00**	
Impuesto a la Renta		$ 237,61	0.44%
Impuesto patronal		$ 951.55,00	1.72%
Utilidad Neta 2015		**$ 10.455,84**	18.94%

Fuente: Magdalena y Nancy Fuentes Coello
Investigación: Fuente propietarias

Gráfico # 6. Ventas realizadas en la Farmacia 2016:



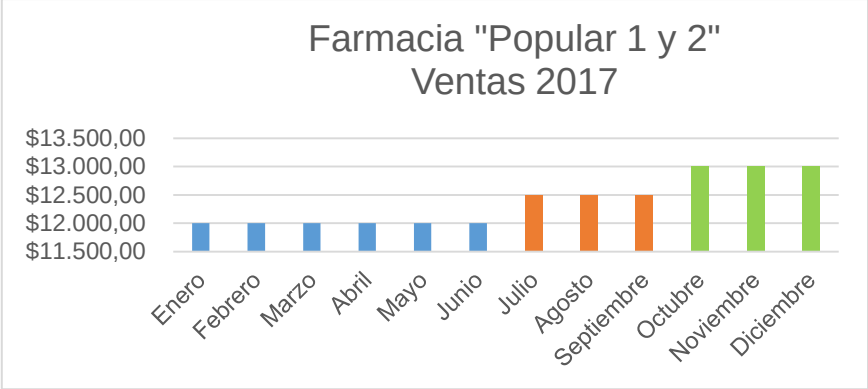
Fuente: Magdalena y Nancy Fuentes Coello
Investigación: Fuente propietarias

Cuadro # 6. Estado de Resultados de la Farmacia "Popular" 2016:

FARMACIA "POPULAR"			
Estado de Resultados Consolidado			
Al 31 de Diciembre del 2016			
Ingresos por Ventas		**$ 103.500,00**	**100%**
Costo de ventas		$ 66.000,00	63.77%
Utilidad bruta		**$ 37.500,00**	
Gastos operativos		**$ 14.024,00**	13.55%
Gastos generales	$ 1.620,00		
Sueldos y Salarios	$ 8.784,00		
Agua	$ 30,00		
Luz	$ 550,00		
Arriendo	$ 3.040,00		
Gastos Administrativos		**$ 1.760,00**	1.70%
Permisos de funcionamiento	$ 160,00		
Permisos de Laboratorio	$ 1.600,00		
Utilidad antes del impuesto		**$ 21.716,00**	
Impuesto a la Renta		$ 650,91	0.63%
Impuesto patronal		$ 979,41	0.95%
Utilidad Neta 2016		**$ 20.085,68**	19.40%

Fuente: Magdalena y Nancy Fuentes Coello
Investigación: Fuente propietarias

Gráfico # 7. Ventas realizadas en el 2017 de la Farmacia Popular 1 y 2.



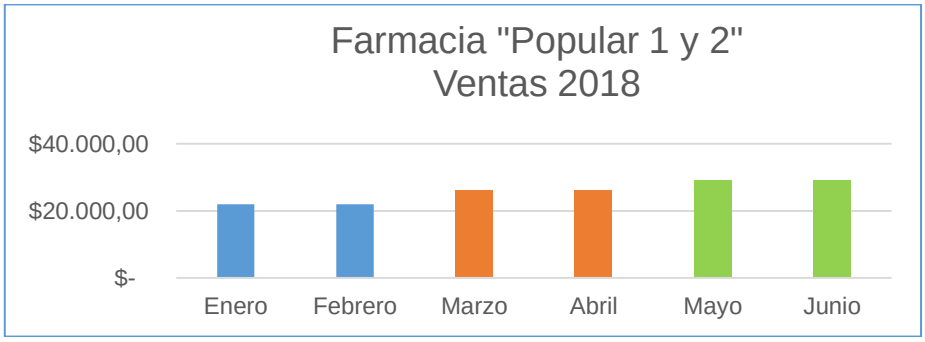
Fuente: Magdalena y Nancy Fuentes Coello
Investigación: Fuente propietarias

Cuadro # 7. Estado de Resultados del año 2017:

FARMACIA "POPULAR"			
Estado de Resultados Consolidado			
Al 31 de Diciembre del 2017			
Ingresos por Ventas		**$ 148.500,00**	**100%**
Costo de ventas		$ 76.000,00	51.19%
Utilidad bruta		**$ 72.500,00**	
Gastos operativos		**$ 17.450,00**	11.75%
Gastos generales	$ 1750,00		
Sueldos y Salarios	$ 12.000,00		
Agua	$ 60,00		
Luz	$ 1.000,00		
Arriendo	$ 2.640,00		
Gastos Administrativos		**$ 1.970,00**	1.32%
Permisos de funcionamiento	$ 170,00		
Permisos de Laboratorio	$ 1.800,00		
Gastos financieros		**$ 19.000,00**	12.79%
Crédito bancario	$ 19.000,00		
Utilidad antes del impuesto		**$ 34.080,00**	
Impuesto a la Renta		$ 950,48	0.64%
Impuesto patronal		$ 1.338,00	0.90%
Utilidad Neta 2017		**$ 31.791,52**	21.41%

Fuente: Magdalena y Nancy Fuentes Coello
Investigación: Fuente propietarias

Gráfico # 8. Ventas Farmacia "Popular 1 y 2" 2018:



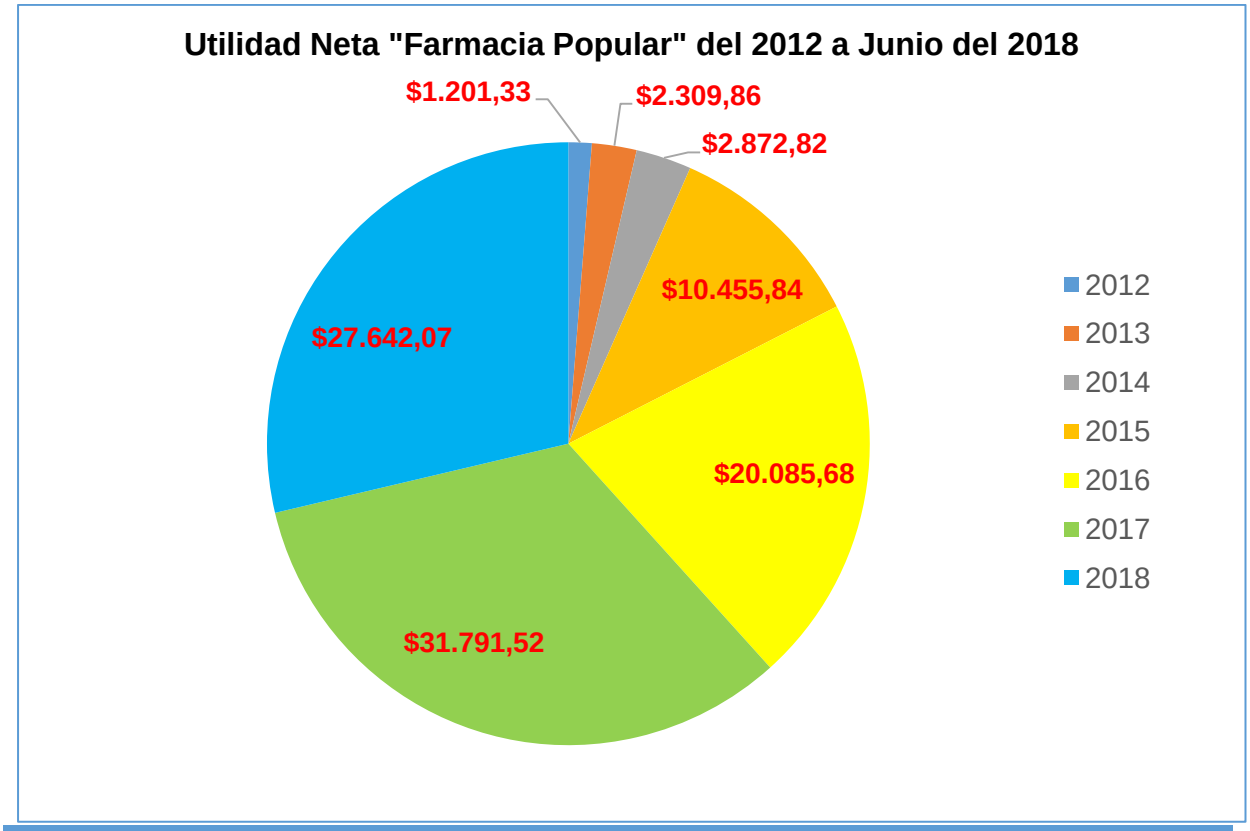
Fuente: Magdalena y Nancy Fuentes Coello
Investigación: Fuente propietarias

Cuadro # 8. Estado de Resultados de Farmacia Popular 1 y 2 al 30 de junio del 2018:

FARMACIA "POPULAR"			
Estado de Resultados Consolidado			
Al 30 de Junio del 2018			
Ingresos por Ventas		**$ 154.000,00**	**100%**
Costo de ventas		$ 66.000,00	42.86%
Utilidad bruta		**$ 88.000,00**	
Gastos operativos		**$ 17.728,00**	11.51%
Gastos generales	$ 8.620,00		
Sueldos y Salarios	$ 6.948,00		
Agua	$ 60,00		
Luz	$ 780,00		
Arriendo	$ 1.320,00		
Gastos Administrativos		**$ 1.550,00**	1.01%
Permisos de funcionamiento	$ 350,00		
Permisos de Laboratorio	$ 1.200,00		
Gastos financieros		**$ 39.000,00**	25.32%
Crédito bancario	$ 39.000,00		
Utilidad antes del impuesto		**$ 29.722,00**	
Impuesto a la Renta		$ 1.305,23	0.85%
Impuesto patronal		$ 774,70	0.50%
Utilidad Neta 2018		**$ 27.642,07**	17.95%

Fuente: Magdalena y Nancy Fuentes Coello
Investigación: Fuente propietarias

Gráfico # 9. Utilidad Neta de la Farmacia Popular 2012 a junio del 2018:



Año	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Utilidad Neta	$ 1.201,33	$ 2309,86	$ 2.872,82	$10.455,84	$20.085,68	$ 31.791,52	$ 27.642,07

Fuente: Magdalena y Nancy Fuentes Coello
Investigación: Fuente propietarias