



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Finanzas

Diagnóstico sectorial de venta al por menor de productos farmacéuticos, de acuerdo a la clasificación industrial internacional uniforme del cantón Loja.

Trabajo de Integración Curricular
previo a la obtención del título de
Licenciada en Finanzas

AUTORA:

Tania Isabel Balcazar Balcazar

DIRECTOR:

Ing. Carlos Alfredo Rodríguez Armijos Mg. Sc.

Loja - Ecuador

2024



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Certificación

Sistema de Información Académico
Administrativo y Financiero - SIAAF

CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **Rodríguez Armijos Carlos Alfredo**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado "**Diagnóstico sectorial de venta al por menor de productos farmacéuticos, de acuerdo a la clasificación industrial internacional uniforme del cantón Loja**", perteneciente al estudiante **TANIA ISABEL BALCAZAR BALCAZAR**, con cédula de identidad N° **1105420531**. Certifico que luego de haber dirigido el **Trabajo de Integración Curricular** se encuentra concluido, aprobado y está en condiciones para ser presentado ante las instancias correspondientes.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el/la señor/a docente de la asignatura de **Integración Curricular**, proceda al registro del mismo en el Sistema de Gestión Académico como parte de los requisitos de acreditación de la Unidad de Integración Curricular del mencionado estudiante.

Loja, 21 de Agosto de 2023



Escaneo el código QR para
CARLOS ALFREDO
RODRIGUEZ ARMIJOS

F) _____
DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR



Certificado TIC/TT.: UNL-2023-000350

1/1
Educamos para Transformar

Autoría

Yo, **Tania Isabel Balcazar Balcazar**, declaro ser autora del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:

Cédula de identidad: 1105420531

Fecha: 06 de mayo de 2024

Correo electrónico: tania.i.balcazar@unl.edu.ec

Teléfono: 0992475437

Carta de autorización por parte de la autora para consulta, reproducción parcial o total, y/o publicación electrónica de texto completo del Trabajo de Integración Curricular

Yo, **Tania Isabel Balcazar Balcazar**, declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular titulado **“Diagnóstico sectorial de venta al por menor de productos farmacéuticos, de acuerdo a la clasificación industrial internacional uniforme del cantón Loja.”** como requisito para optar el título de **Licenciada en Finanzas**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad. La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los seis días del mes de mayo de dos mil veinticuatro.

Firma:

Autora: Tania Isabel Balcazar Balcazar

Cédula: 1105420531

Dirección: Sector la Banda

Correo electrónico: tania.i.balcazar@unl.edu.ec

Teléfono: 0992475437

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director del trabajo de Integración Curricular

Ing. Carlos Alfredo Rodríguez Armijos Mg. Sc.

Dedicatoria

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por su inmenso amor por ser mi refugio en cada paso de este camino sin su gracia y dirección este logro no habría sido posible.

A mis padres, Sergio e Isabel por ser un pilar fundamental en mi vida quienes, con su amor incondicional su constante apoyo y por ser mí ejemplo de perseverancia y determinación.

A mis hermanas, Janina y Patricia mis hermanos Lenin y Wagner por acompañarme durante todo este proceso, por brindarme su apoyo ánimo a lo largo de este arduo pero gratificante proceso. A mi familia a todos aquellos que de alguna manera contribuyeron y creyeron en mí y me brindaron su apoyo a lo largo de este camino. A mis amigos amigas quienes estuvieron presentes en cada etapa de este recorrido, sus palabras de aliento, su apoyo incondicional y su compañía hicieron más llevaderos los momentos difíciles. Por último, pero no menos importante, este trabajo dedicado a mí mismo, como recordatorio de que, con determinación esfuerzo y perseverancia, los sueños se pueden convertir en realidad.

Tania Isabel Balcazar Balcazar

Agradecimiento

Mi profundo agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, Facultad Jurídica, Social y Administrativa, especialmente a la carrera de Finanzas, y a los diferentes docentes que me brindaron sus conocimientos con mucho esfuerzo, para hacer posible la preparación profesional y seguir adelante día a día, gracias a cada uno de ustedes por su paciencia, dedicación, apoyo indiscutible y amistad.

De manera especial al Ing. Carlos Alfredo Rodríguez Armijos director del Trabajo de Integración Curricular, por el tiempo, dedicación y paciencia, por su calidad de docente para guiarme y hacer todo lo necesario en el proceso de desarrollo en la investigación, así mismo agradecer a todos los miembros del proyecto de investigación por permitirme formar parte de su proyecto.

Tania Isabel Balcazar Balcazar

Índice de Contenidos

Portada	i
Certificación	II
Autoría	III
Carta de autorización	IV
Dedicatoria	V
Agradecimiento	VI
Índice de contenidos	VII
Índice de tablas	XI
Índice de figuras	XII
Índice de anexos	XIII
1.Titulo	1
2.Resumen	2
2.1.Abstract.....	3
3. Introducción	4
4. Marco teórico	6
4.1.Fundamentación empírica.....	6
4.1.1.Evidencia internacional.....	6
4.1.2.Evidencia regional.....	6
4.1.3.Evidencia nacional.....	6
4.2.Fundamentación conceptual	7
4.2.1.Sector.....	7
4.2.2.Diagnóstico.....	8
4.2.2.1.Diagnóstico empresarial.....	8
4.2.2.2.Diagnóstico estratégico.....	8
4.2.3.Desempeño empresarial.....	8
4.2.3.1.Factores claves de éxito del sector farmacéutico.	8
4.2.3.2.Fuerzas Porter.	9
4.2.3.3.Análisis Pestel.....	10
4.2.3.4.Factores del análisis Pestel.....	10
4.2.4.Industria farmacéutica.....	11
4.2.4.1.Reglamentación en la industria farmacéutica.	12
4.2.4.2.Tendencias de la industria farmacéutica.	13
4.2.5.Herramientas de estadística y evaluación.....	13
4.2.5.1.Estadísticas y promedios de la industria.....	14
4.2.5.2.Indicadores financieros..	14

4.2.5.3.Indicadores no financieros.	14
4.2.6.Instituciones relacionadas al manejo de información empresarial.....	15
4.2.6.1.Superintendencia de Compañías Valores y Seguros (SCVS).....	15
4.2.6.2.Servicio de Rentas Internas (SRI)	15
4.2.6.3.Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)..	15
4.2.6.4.Clasificación Industrial Internacional (CIIU).	15
4.2.6.5. Características y Estructura de la CIIU.....	16
4.2.6.6. Actividad económica.....	16
4.2.6.7.Clasificación CIIU del sector farmacéutico ecuatoriano..	17
4.2.6.8.Registro Industrial de productos farmacéuticos.	17
4.3.Fundamentación Legal.....	19
4.3.1.Normativa del sector farmacéutico.....	19
4.3.1.1.Constitución..	19
4.3.1.2.Ley Orgánica de Salud.....	19
4.3.1.3.Reglamento a la Ley Orgánica de Salud.	19
4.3.1.5.Reglamento Control. Según lo dispone el artículo	20
4.3.1.6.Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado.	20
4.3.1.7.Estructura del sector farmacéutico en Ecuador.	20
5. Metodología	22
5.1.Área de investigación.....	22
5.2.Enfoque de investigación	22
5.3.Alcance y tipo de investigación	22
5.3.1.Exploratorio.....	22
5.3.2.Descriptivo.....	22
5.4.Método de investigación.....	22
5.4.1.Método inductivo.....	22
5.4.2.Método deductivo.....	23
5.4.3.Método analítico.....	23
5.4.4.Método sintético.....	23
5.5.Diseño de investigación	23
5.5.1.Transversal.....	23
5.6.Técnicas de investigación	23
5.6.1.Técnicas de recolección de datos.....	23
5.6.2.Técnica bibliográfica.....	23
5.6.3.Técnica estadística.....	23
5.7.Recursos y materiales.....	24

5.7.1. Recursos electrónicos.....	24
5.7.2. Recursos digitales.....	24
5.8. Población y muestra.....	24
5.9. Procesamiento y análisis de datos	24
6. Resultados	25
6.1. Objetivo 1: Caracterizar la sección de ventas al por menor de productos farmacéuticos del cantón Loja para definir los factores claves de éxito del sector empresarial.	25
6.1.1. Empresas dedicadas a la venta al por menor de productos farmacéutico.....	25
6.1.2. Particularidades del sector.....	25
6.1.2.1. Sector al que pertenecen.. ..	25
6.1.2.2. Participación en el mercado.	26
6.1.3. Empresas según base de datos del SRI.....	26
6.1.4. Barreras de entrada.....	27
6.1.4.1. Competencia.....	27
6.1.5. Ubicación y mapeo de los actores reales del sector estudiado.....	27
6.1.6. Tipo de productos que se comercializan.....	29
6.1.6.1. Marcas de proveedores.	30
6.1.7. Características de los empleados que laboran.....	32
6.2. Objetivo 2. Establecer los indicadores de desempeño empresarial de la sección de ventas de productos farmacéuticos del cantón Loja para facilitar el acopio de información primaria.....	33
6.2.1. Factores claves de éxito.....	33
6.2.2. Indicadores financieros.....	34
6.2.3. Indicadores empresariales no financieros.....	35
6.2.4. Matriz del sector organizacional de la venta de productos farmacéuticos.....	35
6.3. Objetivo 3. Determinar las estadísticas y los promedios de la industria del sector de venta de productos farmacéuticos del cantón Loja con información primaria y secundaria .	37
6.3.1. Tabulación de la encuesta aplicada a los actores del sector de venta al por menor de productos farmacéuticos.....	37
6.3.2. Indicadores financieros.....	39
6.3.2.1. Grupo 1 según activos de 0 a 35 mil.	39
6.3.2.2. Grupo 2 según activos desde 45 mil hasta 65 mil.	42
6.3.2.3. Grupo 3 según activos de 66 mil hasta 120 mil.	45
6.3.3.2. Grupo 2 según activos desde 45 mil hasta 65 mil.	50
6.3.3.3. Grupo 3 desde 66 mil hasta 120 mil.....	52
6.3.3. Indicadores no financieros.....	50

6.3.3.1. Grupo 1 según activos de 0 hasta 35 mil.....	50
6.3.3.2. Grupo 2 según activos de 45 mil hasta 65 mil.....	51
6.3.3.3. Grupo 3 según activos desde 66 mil hasta 120 mil.....	52
7.Discusión.....	54
8.Conclusiones	56
9.Recomendaciones	57
10.Bibliografía	58
11. Anexos.....	61

Índice de Tablas

Tabla 1. Cuadro de la clasificación de CIU por nivel jerárquico	16
Tabla 2. Clasificación por actividad según el caso de estudio	18
Tabla 3. Sector al que pertenecen.....	25
Tabla 4. Nivel de participación de los negocios de productos farmacéuticos	26
Tabla 5. Estado en el que se encuentra el contribuyente	26
Tabla 6. Estado del establecimiento.....	26
Tabla 7. Empresas obligadas y no obligadas a llevar contabilidad	27
Tabla 8. Mapeo y ubicación de los negocios establecidos en el cantón Loja.....	27
Tabla 9. Tipos de productos que se comercializan.....	29
Tabla 10. Marcas de empresas donde adquieren los productos.....	30
Tabla 11. Laboratorios de donde adquieren los productos	31
Tabla 12. Ranking nacional	33
Tabla 13. Factores claves de éxito de los negocios de farmacia	34
Tabla 14. Indicadores financieros.....	35
Tabla 15. Indicadores no financieros.....	36
Tabla 16. Matriz del sector organizacional	37
Tabla 17. Tabulación de datos según la encuesta.....	39
Tabla 18. Indicador financiero de liquidez	40
Tabla 19. Indicador de endeudamiento	41
Tabla 20. Indicador de rendimiento	42
Tabla 21. Indicador financiero de liquidez	43
Tabla 22. Indicador de endeudamiento	44
Tabla 23. Indicador financiero de rendimiento	45
Tabla 24. Indicador financiero de liquidez	47
Tabla 25. Indicador de endeudamiento	47
Tabla 26. Indicador de rendimiento	46

Índice de Figuras

Figura 1. Liquidez corriente.....	39
Figura 2. Prueba ácida.....	40
Figura 3. Razón de endeudamiento	40
Figura 4. Razón de rendimiento sobre activos	41
Figura 5. Razón de rendimiento sobre el patrimonio	41
Figura 6. Liquidez corriente.....	42
Figura 7. Prueba ácida.....	43
Figura 8. Razón de endeudamiento	44
Figura 9. Razón de rendimiento sobre activos	44
Figura 10. Razón de rendimiento sobre el patrimonio	45
Figura 11. Razón de liquidez corriente.....	45
Figura 12. Razón de prueba ácida	46
Figura 13. Razón de endeudamiento	47
Figura 14. Razón de rendimiento sobre activos	48
Figura 15. Razón de rendimiento sobre el patrimonio	48
Figura 16. Indicador de compras a crédito y proveedores.....	49
Figura 17. Indicador de ventas versus número de empleados	49
Figura 18. Indicador de manejo de inventarios.....	50
Figura 19. Indicador empresarial de compras a crédito por cada proveedor	50
Figura 20. Indicador de ventas versus número de empleados	51
Figura 21. Indicador de manejo de invntarios.....	51
Figura 22. Indicador de compras a crédito por cada proveedor	52
Figura 23. Indicador de ventas al contado versus número de empleados	52
Figura 24. Indicador de manejo de inventarios.....	53

Índice de Anexos

Anexo 1. Volante de información	61
Anexo 2. Encuesta.....	63
Anexo 3. Estructura de marco teórico	66
Anexo 4. Difusión de resultados.....	67
Anexo 5. Registro de difusión de resultados	69
Anexo 6. Fotografías.....	70
Anexo 7. Certificado de traducción del Abstract.....	72

1. Título

Diagnóstico sectorial de venta al por menor de productos farmacéuticos, de acuerdo a la clasificación industrial internacional uniforme del cantón Loja.

2. Resumen

El diagnóstico sectorial proporciona una comprensión profunda de la situación actual y las perspectivas futuras de un sector económico, lo que facilita la implementación de medidas y estrategias efectivas para su desarrollo y crecimiento sostenible. El objetivo de la presente investigación es realizar un diagnóstico sectorial de la venta al por menor de productos farmacéuticos del cantón Loja. La metodología tuvo un enfoque mixto que permitió abordar la pregunta de investigación desde diferentes perspectivas de forma completa analizando variables con enfoque cualitativo como caracterizar a los negocios de venta al por menor de productos farmacéuticos, así como variables cuantitativas como determinar los indicadores financieros, promedios y estadísticas de la industria a la cual pertenece el análisis. Se realizó la caracterización de la sección para definir los factores claves de éxito empresarial, se consideró 16 negocios que cumplieron con dichas características necesarias para el desarrollo de la investigación, seguidamente se determinó los indicadores de desempeño empresarial, y con la información primaria y secundaria se procedió a realizar los respectivos cálculos para obtener los promedios y estadísticas de la industria del sector. Finalmente se concluye que los negocios del sector farmacéutico tienen una buena liquidez de 1,80, el nivel de endeudamiento es bajo del 37% y un rendimiento con un ROA del 13% y un ROE del 21%. A nivel de indicadores no financieros en ventas se evidenció que existe eficiencia en el equipo de ventas y en manejo de inventarios, existe una rotación alta que indica una gestión eficiente, es decir que está vendiendo rápidamente sus productos, por lo tanto este sector demuestra ser estratégico y de mayor relevancia para la economía.

Palabras clave: Indicadores financieros, indicadores no financieros, factores claves de éxito, sector farmacéutico.

2.1. Abstract

The sectoral diagnosis provides an in-depth understanding of an economic sector's current situation and future prospects, which facilitates the implementation of effective measures and strategies for its development and sustainable growth. This research aims to conduct a sectoral diagnosis of the retail sale of pharmaceutical products in the Loja canton. The methodology had a mixed approach that allowed addressing the research question from different perspectives in a comprehensive manner by analyzing variables with a qualitative approach, such as characterizing pharmaceutical retail businesses, as well as quantitative variables, such as determining the financial indicators, averages, and statistics of the industry to which the analysis belongs. The section was characterized to define the key factors for business success. Sixteen businesses that met these characteristics necessary for the research development were considered. The business performance indicators were determined, and with the primary and secondary information, the respective calculations were made to obtain the averages and statistics of the industry sector. Finally, it is concluded that businesses in the pharmaceutical sector have a good liquidity of 1.80, the level of indebtedness is low at 37% and a yield with a ROA of 13% and a ROE of 21%. At the level of non-financial indicators in sales, it was evidenced that there is efficiency in the sales team and in inventory management, there is a high turnover that indicates efficient management, is that the company is selling its products quickly. Therefore, this sector proves to be strategic and of greater relevance to the economy.

Key words: Financial indicators, non-financial indicators, key success factors, pharmaceutical sector.

3. Introducción

El diagnóstico sectorial consiste en realizar un análisis detallado de un determinado sector económico, con el objetivo de obtener información relevante de su situación actual, permite comprender la dinámica, identificar fortalezas y debilidades, así como también evaluar su nivel de competitividad (Quiroa, 2021).

Es esencial para la planificación estratégica, ya que comprende el fondo de la dinámica de un sector específico además permite evaluar el entorno competitivo, comprender las tendencias del mercado y anticipar los cambios que podrán afectar el negocio.

El sector de venta de productos farmacéuticos desempeña un papel fundamental en la salud y bienestar de las personas proporcionando acceso a una amplia gama de medicamentos y productos de cuidado personal

Esta investigación constituye un aporte para los negocios de las farmacias que permite conocer los promedios y estadísticas de la industria para tomar mejores decisiones e implementar estrategias, estos datos facilitan entender el rendimiento del sector, identificar tendencias, comparar con la competencia y alcanzar mejores resultados.

En Ecuador el tema de diagnósticos sectoriales es poco investigados ya que al momento no existen promedios y estadísticas de la industria especialmente para este sector, que puedan acceder los gerentes de las empresas analizar estratégicamente su sector y tomar mejores decisiones encaminadas hacia alcanzar mejores objetivos.

Al no contar con información que proporcione comparaciones entre las empresas del sector farmacéutico ha llevado que tomen decisiones subjetivas que se ven afectadas frente a la competencia, por tanto, la pregunta de investigación es: ¿En qué condiciones se encuentran las empresas de la sección de venta de productos farmacéuticos del cantón Loja?

Para dar respuesta a esta interrogante se planteó tres objetivos específicos: Caracterizar la sección de ventas al por menor de productos farmacéuticos del cantón Loja para definir los factores claves de éxito del sector empresarial. Establecer los indicadores de desempeño empresarial de la sección de ventas de productos farmacéuticos del cantón Loja para facilitar el acopio de información primaria. Determinar las estadísticas y los promedios de la industria del sector de venta de productos farmacéuticos del cantón Loja con información primaria y secundaria.

En las investigaciones realizadas anteriormente se han realizado diagnósticos sectoriales al sector de fabricación de productos farmacéuticos en Colombia a partir de aplicación de la metodología de diagnóstico al grupo ARCOSES la cual permite el conocimiento de la situación actual identificando factores de mayor afluencia y líneas de acción que deben ser trabajadas para dar solución a los distintos problemas de esta manera convirtiéndose en un instructivo clave para la creación de nuevas estrategias (Ochoa y Gonzales, 2021), a las empresas del sector farmacéutico caso Eurofarma S.A ,establecer un modelo de gestión

mediante el cual pueda realizar un proceso de toma de decisiones adecuadas para lograr mejorar su competitividad en el mercado razón por la cual este estudio pretende convertirse en un complemento bibliográfico (Castillo, 2017) y de la venta al por menor de productos farmacéuticos e identificación de los factores claves de éxito basado en la aplicación de técnicas retail (Lascano, 2014).

El alcance de la investigación fue a nivel de cantón logrando acceder a la información de 16 empresas dedicadas a la venta al por menor de productos farmacéuticos, ubicadas la mayor parte en las parroquias urbanas, las limitaciones para el desarrollo de la investigación principalmente fue la falta de información actualizada de la página del Servicio de Rentas Internas (SRI) referente a las direcciones y en estado activo. Se evidenciaron limitaciones al momento de localizarlas, así como también la recolección de información a los propietarios de las empresas se manifestaban impaciente al momento de colaborar pese a que se realizó la sensibilización anticipadamente.

El presente trabajo de integración curricular se estructura de acuerdo a lo propuesto dentro del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, el mismo que detalla: **Título** que es la razón de la investigación; **Resumen** es donde se sintetiza la investigación; **Introducción** es donde se menciona la importancia del tema, antecedentes del problema, beneficios para el sector investigado; **Marco teórico** contiene evidencias a nivel internacional, regional, nacional, marco conceptual y legal; **Metodología** se encuentran todos los tipos de investigación, métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de la información para dar cumplimiento a los objetivos; **Resultados** es donde se describe los principales hallazgos de los objetivos planteados; **Discusión** comprende la comparación de los resultados basándose en otros autores; a continuación se elaboran las **Conclusiones** que se fundamentan en los puntos más relevantes y resultados obtenidos de cada uno de los objetivos seguidamente las **Recomendaciones** en base a las conclusiones; **Bibliografía** que describe las fuentes de consultas realizadas en el estudio y finalmente los **Anexos** donde se presentan documentos que sirven de soporte para el desarrollo de la investigación.

4. Marco teórico

4.1. Fundamentación empírica

4.1.1. Evidencia internacional

La industria farmacéutica es un sector clave y estratégico de la economía española, como lo menciona Ibáñez (2022), ha evidenciado en la pandemia en los últimos 25 años el sector ha ganado una enorme relevancia convirtiéndose en un importante motor de las exportaciones españolas y de la inversión privada en I+D, a pesar de ello su capacidad productiva aún tiene margen de mejora, es deseable que en el futuro de la industria española se una estrechamente a la industria farmacéutica y apueste por su crecimiento y ya no solo por motivos estratégicos.

Se determinó que el mercado farmacéutico de Japón tiene una ventaja estratégica en su capacidad para fabricar medicamentos farmacéuticos de alta calidad y tecnología de envasado, tiene el mayor estándar de garantía y control de calidad en todo el mundo ya que el mercado japonés tiene como objetivo mejorar la calidad de los productos farmacéuticos en todo el mundo, el envejecimiento de la población y el aumento de esperanza de vida han contribuido a una fuerte demanda de tratamiento, lo que sería importante impulsor de las posibles tendencias en la industria farmacéutica del país (Intelligence,2023).

El sector farmacéutico es una industria que a través de su historia ha desarrollado productos de vital importancia para la población de España y que ha contribuido a grandes avances en el campo de la medicina y el tratamiento de enfermedades, también ha sido un gran protagonista en la reciente pandemia del coronavirus, según el examen de los datos globales de la facturación la industria ha mostrado que esta ha experimentado un importante crecimiento a lo largo de las últimas décadas (Pérez,2022).

4.1.2. Evidencia regional

El sector farmacéutico en Colombia es estratégico, pues genera productividad, competitividad, aunque es reconocido hay limitada producción académica del sector especialmente en el ámbito regional y local, se caracteriza por una estructura oligopólica intensiva en conocimiento y tecnología por lo que es uno de los sectores más influenciados (Suárez, 2018).

Según el análisis interno y externo, análisis regulatorio el sector farmacéutico peruano tiene impacto económico en los consumidores y pacientes, se demuestra que el sector se encuentra altamente concentrado, que existe quiebre estructural en la tendencia de precios de medicamentos (Balbin, 2020).

4.1.3. Evidencia nacional

En Ecuador el sector farmacéutico es de mayor relevancia para la economía en base a su naturaleza de su actividad, además se caracteriza por sus altos niveles de inversión, investigación e innovación. Según estudio de Cevallos y Mejía (2020) tiene una fuerte

dependencia de las importaciones tanto de medicamentos como de materia prima y material de empaque para los productos farmacéuticos producidos localmente, esta realidad permite el levantamiento de una estructura logística de comercialización y distribución de actores relevantes para el desarrollo del mercado en nuestro país.

Por otro lado, el sector farmacéutico en Ecuador es atomizado por contar con un número reducido de operadores económicos que están presentes en cada uno de los eslabones de la cadena de producción de medicamentos farmacéuticos. El sector farmacéutico en el Ecuador y en América Latina se caracteriza por ser una región importadora neta de medicamentos, las firmas líderes son empresas transnacionales que operan a escala global cuyas actividades de investigación, desarrollo y fabricación están concentradas en países desarrollados, sin embargo, existen lugares en Centroamérica que son centros industriales sucursales de las grandes empresas, según manifiesta (Andrade, 2021).

De igual forma Andrade (2021), menciona que en el Ecuador existen varios actores que participan en la comercialización de fármacos entre ellos están los distribuidores regionales o locales que son los agentes de gran relevancia a nivel nacional dado que tienen la responsabilidad exclusiva de distribuir los medicamentos, otros agentes de relevancia son por un lado los médicos prescriptores que emiten las recetas que los pacientes requieren para la compra de los medicamentos de venta bajo receta en las farmacias.

4.2. Fundamentación conceptual

4.2.1. Sector

Es un grupo o conjunto de empresas que ofrecen un mismo producto o producto similar al mercado (Pérez, 2020).

- **Sector económico.** En el ámbito de la economía se denomina sector a cada conjunto de actividades productivas o comerciales, la economía en su sentido más amplio se divide en tres grandes sectores (Sánchez, 2020).
- **Sector primario:** formado por aquellas empresas que desarrollan su actividad a través de la obtención de recursos naturales, es el caso de compañías ganaderas o agrícolas.
- **Sector secundario:** es este sector se da la transformación de materia prima en producto elaborado, aquí se encuentra el ejemplo de la industria textil o la fabricación de muebles.
- **Sector terciario:** se refiere a la comercialización de servicios intangibles y personalizados (Sánchez, 2020).

Sector comercial. Se refiere a la actividad socioeconómica que consiste en el intercambio o en la compra venta de bienes y servicios (Pacheco, 2022).

- **Comercio al por menor:** es el dedicado a la venta directa de los productos individuales o en pequeñas cantidades a los consumidores.

- **Comercio al por mayor:** se refiere a los comerciantes que venden sus productos a minoristas, intermediarios u otro tipo de negocios (Sevilla, 2020).

4.2.2. Diagnóstico

Es aquel que desarrolla una adecuada interpretación del proceso de cambio social, tecnológico, económico ambiental en una región determinada como base para diseñar un conjunto sistemático de acciones dirigidas y asegurar la obtención de beneficios sustentables (López et al., 2023).

4.2.2.1. Diagnóstico empresarial. Es una evaluación de la gestión operatividad y funcionamiento de una empresa que tiene como objetivo detectar sus fortalezas y debilidades para generar estrategias que eleven su bienestar y desempeño.

4.2.2.2. Diagnóstico estratégico. Evalúa la evolución de una empresa e identifica aquellos planes de acción y estrategias que mejor han funcionado para su crecimiento, además ayuda a reforzar métodos de trabajo, a sustituir o priorizar objetivos y metas a corto mediano y largo plazo y a dar cuenta del modelo en que una empresa se ve condicionada por el medio en que opera (Duque et al.2021).

4.2.3. Desempeño empresarial

Esta determinado por factores estructurales, que involucra los procesos necesarios para administrar, evaluar y corregir el rendimiento o productividad de la organización el comportamiento de la variable que influye en la competitividad puesto que si se ejecutan estrategias adecuadas se obtendrá una ventaja en el mercado y se marcará el camino hacia el posicionamiento (Duque et al.,2021).

4.2.3.1. Factores claves de éxito del sector farmacéutico. Los factores claves del éxito de la estrategia de la empresa son aquellos que, en la última instancia le permiten sobrevivir y prosperar en un mercado tan competitivo. Y para lograr este objetivo se debe cumplir dos condiciones:

Suministrar a los consumidores lo que necesitan, lo que desean adquirir.

Sobrevivir a la competencia.

- **Compras.** Hace referencia a un elemento o aspecto que tiene un impacto significativo en la capacidad de una organización para lograr resultados exitosos, implica seleccionar y gestionar adecuadamente a los proveedores, negociar de manera efectiva, optimizar la gestión de inventario y fomentar la innovación y la mejora continua en sus actividades de compras, para mejorar su rendimiento y obtener ventajas competitivas en el mercado.
- **Ventas.** Es la capacidad de una organización para generar un volumen significativo de ventas, cumplir con los objetivos comerciales y lograr resultados positivos en cuanto a ingresos y rentabilidad.

- Manejo de inventarios. Es la gestión eficiente y efectiva de los niveles de inventario de una empresa, implica el control y la optimización de los productos o materiales disponibles con el objetivo de cumplir con la demanda de los clientes, minimizar los costos de almacenamiento y maximizar la rentabilidad.

4.2.3.2. Las cinco Fuerzas Porter. Es un análisis que se realiza mediante una herramienta para poder comprender los factores que determinan la rentabilidad de una empresa a largo plazo en el mercado y su nivel de competencia global, fundamental para comprender el entorno competitivo de una industria permitiendo a las empresas analizar y medir sus recursos frente a estas fuerzas porter y planificar estrategias para potenciar oportunidades y fortalezas y hacer frente a las amenazas y debilidades (Torres, 2019).

- **Poder de negociación de los clientes.** Se refiere a la capacidad que tienen los clientes para obtener mejores condiciones de los productos y los precios más bajos, los clientes tienen más poder de negociación cuando existen muchas empresas que ofrecen productos similares o sustitutos puesto que permite a los compradores tener mayor capacidad de elección.
- **Poder de negociación de los proveedores.** Es la capacidad que tienen los proveedores para negociar el precio de los insumos o servicios que ofrecen con las empresas a las que suministran, por otra parte, cuando los proveedores tienen mucho poder de negociación tienen la capacidad para cobrar precios más altos, mientras menos proveedores existan en un mercado tienen mayor poder de negociación.
- **Amenaza de entrada de nuevos competidores.** La entrada de nuevos competidores al mercado está determinada por el nivel de inversión requerido y por las barreras que existen, resulta más atractivo cuando el nivel de inversión requerido resulta más bajo que el costo de capital, es así que es más atractivo mientras menos barreras de entrada existan.
- **Aparecimiento de productos sustitutos.** Se refiere a un fuerte competidor en el mercado de bienes y servicios, por lo tanto, mientras más sustitutos existan en el mercado a un precio más bajo mayor amenaza enfrenta una empresa, es por ello que las empresas que tienen muchos competidores con productos sustitutos deben manejar precios más bajos para captar consumidores.
- **Rivalidad entre competidores.** Permite elaborar una mejor definición del sector para poder encontrar oportunidades de negocio, la rivalidad entre competidores se vuelve más intensa cuando en un mercado decrece la demanda, cuando existe mucha diferenciación de los productos, cuando tienen los costos fijos muy altos y cuando hay un gran número de competidores (Quiroa,2023).

4.2.3.3. Análisis Pestel. Consiste en una herramienta de planeación estratégica que sirve para identificar el entorno sobre el cual se diseñará el futuro proyecto empresarial de una forma ordenada y esquemática (Torres, 2019).

- **Función del análisis Pestel.** Determina la situación actual de la organización con la finalidad de crear estrategias, aprovechar las oportunidades, o actuar ante posibles riesgos.

4.2.3.4. Factores del análisis Pestel. Políticos se refieren a aquellos aspectos del entorno político que pueden influir en la operación y el éxito de una empresa, industria o mercado en particular, se analizan a los factores asociados a la clase política que influyen en la actividad futura de la empresa y pueden ser.

- Las subvenciones públicas dependientes de los gobiernos.
- La política fiscal de los diferentes países.
- Las modificaciones de los tratados comerciales.
- Posibles cambios de partidos políticos en los gobiernos y sus ideas sobre la sociedad y la empresa.
- **Económicos:** son elementos del entorno económico que pueden influir en la actividad empresarial, la demanda del mercado, los costos de producción y otros aspectos relacionados con la economía de un país o región, se analizan las cuestiones económicas actuales y futuras que influyen en la ejecución de la estrategia y pueden ser.
- Los ciclos económicos de nuestro país o de otros países en los que trabajamos o que son de potencial interés.
- Las políticas económicas del gobierno
- Los tipos de interés
- La inflación y los niveles de renta
- La segmentación en clases económicas de la población y sus posibles cambios.
- Los factores macroeconómicos propios de cada país.
- Los tipos de cambio o el nivel de inflación que se consideran para la definición de los objetivos económicos de la empresa.
- La tasa de desempleo.
- **Socioculturales:** Son aquellos elementos del entorno social y cultural que pueden influir en las actitudes, valores, comportamientos y preferencias de los individuos y grupos en una sociedad. Estos factores son importantes para las empresas ya que pueden afectar la demanda del mercado, las tendencias de consumo, la aceptación de productos y servicios, así como la imagen y reputación de la marca, ayudan a identificar las tendencias de la sociedad actual y pueden ser:
- Cambios en gustos o modas que repercuten el nivel de consumo.

- Cambios en el nivel de ingresos.
- La conciencia por la salud.
- Cambios en el nivel de ingresos.
- La conciencia por la salud.
- Cambios en la forma de comunicarse o relacionarse.
- Cambios en el nivel poblacional tanto a nivel de natalidad como de mortalidad o esperanza de vida.
- Rasgos religiosos de interés.
- **Tecnológicos.** Analizan la influencia de las nuevas tecnologías y el cambio que puede surgir en el futuro y pueden ser:
 - Los agentes que promueven la innovación de las TIC.
 - La inversión en I+D de los países.
 - La aparición de nuevas tecnologías relacionadas con la actividad de la empresa que puedan provocar algún tipo de innovación.
 - La aparición de tecnologías disruptivas.
 - La promoción del desarrollo de su estrategia competitiva.
- **Ecológicos.** Analizan los posibles cambios referidos a la tecnología y pueden ser:
 - Leyes de protección medioambiental.
 - Regulación sobre el consumo de energía y reciclaje de residuos.
 - Preocupación por el calentamiento global.
 - Concienciación social ecológica actual y futura.
 - Preocupación por la contaminación y el cambio climático.
- **Legales.** Se analizan los cambios en la normativa legal relacionada con proyectos que pueden afectar de forma positiva o negativa, pueden ser:
 - Licencias.
 - Leyes sobre el empleo.
 - Derechos de propiedad intelectual.
 - Leyes de salud y seguridad laboral.
 - Sectores protegidos o regulados.

4.2.4. Industria farmacéutica

Es una rama de la industria que se dedica al descubrimiento, desarrollo fabricación y la comercialización de medicamentos para la salud (Quiroa, 2020).

El propósito principal de la industria farmacéutica es realizar un exhaustivo proceso de investigación que permita el desarrollo de medicinas, estas ayudan a la prevención y conservación de la salud humana, Sobre todo, la industria farmacéutica se ha visto beneficiada con el enorme avance en el campo científico y tecnológico puesto que estos

avancen han generado un incremento en el descubrimiento y desarrollo de productos farmacéuticos innovadores la innovación hace que actúen mejor en el proceso terapéutico, pero paralelamente provocan menos efectos secundarios (Quiroa,2020).

En Ecuador la industria farmacéutica ha crecido durante las últimas décadas como emprendimientos familiares, actualmente este sector comprende 140 empresas de las cuales el 86% corresponde a grandes, 11% medianas, 2% pequeñas y 15 a microempresas (Durán,2020). En cuanto a las ventas realizadas en el periodo de 2015 a 2018, el 2016 fue el año que obtuvo mayores ventas con una variación anual del 4% y ventas de 662 millones de dólares.

La comercialización de fármacos, en el país involucra varios actores: los distribuidores regionales o locales son agentes de gran relevancia a nivel nacional. Además, las distribuidoras proveen los medicamentos tanto el mercado privado, farmacias y sanitarios privados, como al mercado público, hospitales públicos y programas gubernamentales (Superintendencia de Control del Poder del Mercado [SCPM], 2015).

Todas las actividades de la industria farmacéutica se rigen a un conjunto de leyes, reglamentos y políticas propias de la legislación de cada país. Dado que todo proceso de desarrollo, aprobación, producción y comercialización de los fármacos están sujetos a las disposiciones legales vigentes en cada país.

4.2.4.1. Reglamentación en la industria farmacéutica. La legislación que norma la industria farmacéutica por lo regular es distinta en los diferentes países del mundo. Pero la (Organización Mundial de la Salud [OMS], 2013) recomienda tener en cuenta los siguientes aspectos:

- **Autorización.** Para empezar, los Gobiernos de cada país deberían autorizar todo proceso tanto de producción, distribución, y promoción de medicamento así mismo los procesos de importación y exportación y exportación de estos productos para tener un estricto control en esta área.
- **Evaluación.** También es recomendable que se evalúe términos como la seguridad, el nivel de eficacia y los aspectos de calidad correspondientes a los medicamentos previamente a ser autorizada su comercialización.
- **Supervisión.** Evidentemente, se requiere que se inspecciones y vigile a toda empresa que fabrique, importe y comercialice fármacos con el fin de inspeccionar que estos productos respondan a los requerimientos de la ley.
- **Legislación y control.** Igualmente debe existir un conjunto de leyes que normen la calidad de los productos que se producen y se comercialicen vigilando que la normativa sea respetada.

- **Vigilancia e información.** Además, las instituciones encargadas deberán inspeccionar los efectos adversos que pueden producir dichos medicamentos similarmente, deberán proporcionar la información correspondiente a la población en general y a los profesionales de la salud (Quiroa, 2020).

4.2.4.2. Tendencias de la industria farmacéutica. Las principales tendencias que se observan en esta industria son:

- Procesos de alianzas estratégicas entre los países productores de medicamentos y las empresas multinacionales dedicadas a esta industria.
- Una mayor especialización del trabajo entre los productores de medicamentos.
- Relación de las diferentes disciplinas para obtener productos de mayor calidad y más diferenciados.
- El registro de propiedad intelectual considerando el conocimiento como un valor agregado.
- Utilización de la tecnología para el avance de la investigación del genoma humano.

4.2.5. Herramientas de estadística y evaluación.

Las estadísticas son una rama de las matemáticas aplicadas que implican la recolección y organización de los datos para la interpretación y predicción del comportamiento o resultados futuros, se utilizan en casi cada industria incluyendo las aseguradoras, productos de consumo, ventas al por menor, productos farmacéuticos e incluso en el gobierno federal (Suttle, 2018).

- **Identificación.** La importancia de las estadísticas a la industria y los negocios es altamente evidente cuando las compañías miden la cuota y potencial de mercado, el porcentaje del mercado que retienen en dólares, la cantidad total y las unidades vendidas en su industria una compañía puede, a su vez usar estadísticas actuales para examinar y desarrollar estrategias de mercadotecnia para incrementar su cuota de mercado.
- **Función.** La importancia de las estadísticas a la industria y los negocios se refleja a menudo en el uso de las varias técnicas de estudio de mercados, las compañías utilizan a agencias de investigación de mercados para conducir investigaciones cuantitativas con clientes para productos nuevos y mejoramiento de los existentes, los modelos pueden ser desarrollados de los datos para determinar pruebas potenciales, usos y éxitos de estos productos.
- **Ventajas.** Las estadísticas son importantes en los negocios y la industria ya que sirven para que las compañías desarrollen pronósticos de ventas para uno, dos e incluso cinco años en el futuro y así pueden modificar o mejorar sus productos, contratar representantes de ventas adicionales y procurar los recursos necesarios para lograr esos blancos de venta pronosticados, la mayoría de los negocios e incluso los competidores en ciertas

industrias utilizan estadísticas de pronóstico de ventas para desarrollar sus planes de negocio y de comercialización (Suttle, 2020).

4.2.5.1. Estadísticas y promedios de la industria. Son datos que proporcionan aquella información del rendimiento, como el comportamiento y las características de diferentes sectores industriales, estos datos son útiles para comparar el desempeño individual de una empresa con el promedio de su industria, como también identificar tendencias y tomar decisiones informadas para mejorar el rendimiento. Tienen como propósito aplicar procedimientos probabilísticos y estadísticos para analizar e interpretar datos o características de un conjunto de elementos en un entorno industrial para ayudar a la toma de decisiones y control de procesos industriales y organizacionales. Los datos que se obtiene de todas las empresas que participan en la actividad principal de una industria se compilan en una cifra agregada o promedio (Spiegato, 2023).

4.2.5.2. Indicadores financieros. Son una herramienta con la que las empresas pueden realizar un análisis financiero de la situación del negocio en un determinado periodo, ayudan a realizar comparaciones y a tomar decisiones estratégicas en el ámbito económico y financiero estos indicadores incluyen medidas de liquidez, de rentabilidad, endeudamiento entre otros aspectos relevantes (Arias, 2020).

- **Indicador de liquidez.** Señala la capacidad con la que cuenta la empresa para hacer frente a las deudas de corto plazo, también se obtiene la certeza del comportamiento que está presentando el negocio en cuanto al capital y hace conocimiento del manejo de inventarios.
- **Indicador de rentabilidad.** Este tipo de indicador representa un análisis más concreto y específico en torno a la capacidad que tiene la empresa para vender sus productos o servicios y a partir de esta condición comenzar a generar utilidades netas es decir ganancias o beneficio económico para la empresa.
- **Indicador de endeudamiento.** Son aquellos que miden los pasivos totales como porcentaje de sus activos totales que señalan el porcentaje de participación de la empresa por parte de los acreedores dentro del financiamiento de la empresa.
- **Indicador de actividad.** Son las razones financieras que permiten medir la eficiencia de una empresa en la utilización de sus activos, mediante el tiempo que tarda en recuperar la inversión realizada en ellos (Arias, 2020).

4.2.5.3. Indicadores no financieros. Son indicadores utilizados para evaluar el cumplimiento de metas y objetivos propuestos por una organización o negocio orientados a mejorar la eficiencia en los procesos o resultados.

- Volumen de compras a crédito mensual versus proveedores
- Volumen de ventas al contado versus empleados

- Manejo de inventarios

4.2.6. Instituciones relacionadas al manejo de información empresarial

Los organismos de supervisión y control son la Superintendencia de Bancos (Bancos, mutualistas y sociedades financieras), la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (Cooperativas y mutualistas de ahorro y crédito de vivienda) y la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (Compañías de seguros).

4.2.6.1. Superintendencia de Compañías Valores y Seguros (SCVS). La Superintendencia de Compañías Valores y Seguros es el organismo técnico, con autonomía administrativa y económica, que vigila y controla la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías y otras entidades en las circunstancias y condiciones que son establecidas por la ley (Superintendencia de Compañías Valores y Seguros [SUPERCIAS], 2021).

4.2.6.2. Servicio de Rentas Internas (SRI). El Servicio de Rentas Internas es la institución que se encarga de gestionar la política tributaria, consolidando la habilitación para el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias y fortaleciendo el control de los impuestos internos con un enfoque de gestión de riesgos fomentando el crecimiento económico sostenido y asegurando la recaudación destinada al fomento de la cohesión social. (Servicio de Rentas Internas [SRI], 2020).

4.2.6.3. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). El INEC tiene como facultad coordinar, normar y evaluar la producción de la información estadística oficial proveniente del Sistema Estadístico Nacional, mediante la planificación, ejecución y análisis de operaciones estadísticas oportuna y confiable, así como de la generación de estudios especializados que contribuyan a la toma de decisiones públicas y privadas y a la planificación nacional (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC], 2021).

4.2.6.4. Clasificación Industrial Internacional (CIIU). En Ecuador la aplicación de las clasificaciones de carácter económico y socio demográficas se han tomado limitadas, su difusión y aplicación no rebasaron los límites institucionales de su propio entorno cada Institución u organización, creó su propia clasificación de acuerdo a sus necesidades, desencadenando en múltiples inconvenientes, como tener diferente codificación para un mismo ítem (INEC, 2012).

Por ello la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) se define como la clasificación estándar de las actividades económicas dispuesta de forma que las entidades puedan clasificarse según la actividad que realizan, las categorías comprende un nivel detallado y muy utilizado por entes públicos y privados de una economía en la mayoría de los países la combinación habitual de las actividades descritas y considera la importancia relativa, cuyo objetivo principal es proporcionar información detallada para la recopilación y elaboración de informes estadísticos de las actividades económicas (Coronel y Dávila, 2011).

4.2.6.5. Características y Estructura de la CIIU. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI] (2010), la CIIU está basada en un sistema alfanumérico, se ordena jerárquicamente en seis niveles de categorías mutuamente excluyentes como lo son: sección, división, grupo, clase, subclase y actividad económica. Así también la CIIU revisión 4 está representada por 21 secciones, 88 divisiones, 238 grupos y 419 clases de actividad económica. En general la CIIU engloba actividades productivas pertenecientes a la frontera de producción del Sistema de Cuentas Nacionales (Naciones Unidas, 2009).

- **Sección:** Asocia información estadística de un sector económico con características homogéneas, este nivel facilita el análisis económico.
- **División:** Agrupa actividades de un mismo sector económico con mayor grado de homogeneidad considerando la especialidad de aquellas actividades económicas que desarrollan, su notación es numérica abarca los dos primeros dígitos.
- **Grupo:** clasifica categorías de actividades organizadas de manera especializada y homogénea, comprende tres dígitos dos primeros corresponde a división y el tercero al grupo.
- **Clase:** esta categoría que clasifica características propias de una actividad.

4.2.6.6. Actividad económica. Se define como actividad económica aquellos procesos o grupo de operaciones que desarrollan los seres humanos, a partir de los cuales se puede obtener bienes y servicios para la satisfacción de sus necesidades, además es fundamental para el funcionamiento de cualquier sociedad ya que determina el nivel de empleo, también es objeto de estudio y análisis por parte de los economistas y expertos para comprender como funciona una economía y como se pueden mejorar sus resultados (López, 2019).

En la Tabla 1 muestra la clasificación de acuerdo al código G de la venta al por menor de productos farmacéuticos de la clasificación industrial internacional uniforme ,que es un sistema estándar utilizado para clasificar las actividades económicas y productivas en la cual se divide por sección, división, grupo, clase, subclase, y actividad.

Tabla 1

Cuadro de la clasificación de CIIU por nivel jerárquico

Nivel	Nomenclatura			CIIU
1	Sección	Alfanumérico	A-U	21
2	División	2 dígitos	99	88
3	Grupo	3 dígitos	999	238
4	Clase	4 dígitos	9999	419
5	Subclase	5 dígitos	9999.9	542
6	Actividad	6 dígitos	9999.99	1737

Nota. (INEC, 2012).

4.2.6.7. Clasificación CIIU del sector farmacéutico ecuatoriano. Es una categorización específica de las actividades relacionadas con la industria farmacéutica en Ecuador siguiendo los lineamientos establecidos por la CIIU, además esta clasificación permite identificar y agrupar las actividades económicas relacionadas con la producción, distribución y comercialización de productos farmacéuticos en el país.

La clasificación específica de estas actividades dentro del marco de la CIIU proporciona una base estandarizada para la recopilación de datos análisis estadístico y elaboración de políticas relacionadas con el sector farmacéutico en Ecuador. A nivel general la industria farmacéutica de acuerdo con la clasificación CIIU, corresponde a la división 21 que es la Fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos de uso farmacéutico ubicada dentro de la sección C Industrias Manufactureras (Durán, 2020).

4.2.6.8. Registro Industrial de productos farmacéuticos. Es un sistema regulador que existe en muchos países para supervisar y controlar la fabricación, importación, exportación, distribución y comercialización de productos farmacéuticos. Este registro es gestionado por la autoridad reguladora de medicamentos del país respectivo, que puede ser un ministerio de salud u otra agencia gubernamental responsable de la regulación de medicamentos y productos sanitarios. Para la regulación de actividades del sector farmacéutico el 6 de octubre del 2015 el Ministerio de Industrias y productividad según acuerdo ministerial 15113 estableció el RIPF. Sin embargo, el ente principal que vigila y mantiene el orden de este sector es el Ministerio de Salud Pública.

- Clasificación Nacional de Actividades Económicas CIIU revisión 4

Para facilitar un marco sistematizado de las actividades económicas en el Ecuador se ha adaptado la CIIU a la economía nacional (Naciones Unidas, 2009).

- A. Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.
- B. Explotación de minas y canteras.
- C. Industrias manufactureras.
- D. Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado.
- E. Suministro de agua; alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento.
- F. Construcción.
- G. Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.
- H. Transporte y almacenamiento.
- I. Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.
- J. Información y Comunicación.
- K. Actividades financieras y de seguros.

- L. Actividades inmobiliarias.
- M. Actividades profesionales, científicas y técnicas.
- N. Actividades de servicios administrativos y de apoyo.
- O. Administración pública y defensa; planes de seguridad social de aleación obligatoria.
- P. Enseñanza.
- Q. Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.
- R. Artes, entretenimiento y recreación.
- S. Otras actividades de servicios.
- T. Actividades de los hogares como empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares como productores de bienes y servicios para uso propio.
- U. Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales.

De acuerdo con la clasificación Nacional de Actividades Económicas CIIU revisión 4 para el caso de estudio que se desarrollará se identificará el código G, el cual corresponde al comercio al por mayor y menor, pues uno de los objetivos principales de este estudio se enfoca en la venta por menor de productos farmacéuticos en el Cantón Loja, por ello a continuación se ha desarrollado la clasificación de acuerdo con la industria destacando los niveles de jerarquía.

La Tabla 2 muestra la clasificación por actividad de acuerdo a la venta al por menor de productos farmacéuticos lo cual indica su respectivo código, descripción y nivel detallando cada uno para una mayor comprensión de donde proviene lo que es la venta al por menor de productos farmacéuticos en establecimientos especializados, es así que se evidencia que el comercio al por mayor y al por menor reparación de vehículos automotores y motocicletas es el que abarca todos los niveles.

Tabla 2

Clasificación por actividad según el caso de estudio.

Código	Descripción	Nivel
G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	Sección
G47	Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas	Grupo
G4772	Venta al por menor de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador en comercios especializados.	Clase
G4772.01	Venta al por menor de productos farmacéuticos en establecimientos especializados	Actividad

4.3. Fundamentación Legal

4.3.1. Normativa del sector farmacéutico

4.3.1.1. Constitución. Con respecto al análisis realizado de la Carta Magna, se desprende que el Estado ecuatoriano es el encargado de impulsar políticas públicas direccionadas a garantizar el efectivo cumplimiento de un derecho fundamental como es la salud, para dicho fin, el Estado tiene que abogar, incentivar y controlar el cumplimiento de otros derechos que son necesarios para alcanzar una salud de cobertura universal, uno de estos derechos es el derecho a la libre competencia en los mercados, controlando de la manera adecuada el funcionamiento del mercado farmacéutico y fomentando la competencia libre de concentraciones, prácticas colusorias y prácticas desleales se incentiva el acceso y la permanencia de competidores en el mercado como resultado de ello, aumenta el nivel de competencia y el beneficiado es el consumidor quien es apeteído por los operadores económicos que buscan ganarse a ellos mediante un mejor precio y calidad que la de sus competidores (Superintendencia de Control de Poder de Mercado[SCPM],2015).

4.3.1.2. Ley Orgánica de Salud. Es una legislación que establece el marco normativo para regular el sistema de salud en un país específico, su objetivo principal es garantizar el derecho a la salud de todos los ciudadanos, así como regular la prestación de servicios de salud. El artículo 4 dispone que: La autoridad sanitaria nacional es el Ministerio de Salud Pública, entidad a la que corresponde el ejercicio de las funciones de rectoría en salud, así como la responsabilidad de la aplicación, control y vigilancia del cumplimiento de esta Ley y las normas que dicte para su plena vigencia serán obligatorias (SCPM, 2015).

4.3.1.3. Reglamento a la Ley Orgánica de Salud. El artículo 25 señala: La venta y/o dispensación de medicamentos puede hacerse bajo las siguientes modalidades:

- Receta médica.
- Receta especial para aquellos que contienen psicotrópicos o estupefacientes.

4.3.1.4. Reglamento para la Planificación Nacional de Farmacias y Botiquines.El artículo primero menciona el objeto del presente reglamento de la siguiente manera: El objeto del presente Reglamento es establecer la Planificación Nacional de Farmacias y Botiquines, de conformidad con los niveles administrativos de planificación establecidos por la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) o quien ejerza sus competencias, que permita a la Autoridad Sanitaria Nacional a través de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) la asignación del uso de nuevos cupos para la instalación de farmacias y botiquines en todo el territorio nacional, a fin de garantizar la accesibilidad y disponibilidad de medicamentos y otros productos autorizados. Los laboratorios farmacéuticos, públicos y privados que se encuentran en todo el territorio nacional a los que se refiere el Art. 165 de la Ley Orgánica de Salud, están sujetos a las

disposiciones establecidas en el presente reglamento (Superintendencia de Control de poder de Mercado, 2015, p. 11).

El artículo 2 ibidem menciona: 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.

4.3.1.5. Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado. Es una legislación que tiene como objetivo regular y controlar el funcionamiento del mercado en un país determinado, además su propósito principal es evitar prácticas monopolísticas promover la competencia leal entre las empresas y proteger los intereses de los consumidores. Cautela que los mercados se desenvuelvan en el marco de la libre competencia para ello, busca controlar que no se produzcan acuerdos y prácticas restrictivas a la competencia abuso de posición dominante prácticas desleales ni concentraciones económicas que distorsione la competencia.

4.3.1.6. Estructura del sector farmacéutico en Ecuador. El sector farmacéutico en Ecuador abarca la producción, importación, distribución, comercialización, y regulación de medicamentos y productos relacionados con la salud. En el Capítulo V artículo 259 de la Ley Orgánica de Salud, se establecen las definiciones de todos los establecimientos farmacéuticos que existen en el país, que se escriben a continuación:

- **Casas de representación.** Son los establecimientos farmacéuticos autorizados para realizar promoción médica, importación y venta al por mayor a terceros de los productos elaborados por sus representados deben desempeñar con buenas prácticas de almacenamiento y distribución determinadas por la autoridad sanitaria nacional requieren para su funcionamiento de la dirección técnica responsable de un profesional químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico.
- **Laboratorios farmacéuticos.** Son establecimientos farmacéuticos autorizados para producir o elaborar medicamentos en general, especialidades farmacéuticas, biológicos de uso humano o veterinario deben cumplir las normas de buenas prácticas de manufactura determinadas por la autoridad sanitaria nacional y, estarán bajo la dirección técnica de químicos farmacéuticos o bioquímicos farmacéuticos. Los laboratorios farmacéuticos desempeñan un papel crucial en el sector de la salud al investigar y desarrollar nuevas terapias, mejorar las existentes, garantizar la calidad y seguridad de los productos, y ponerlos a disposición del público. Estas empresas suelen contar con equipos multidisciplinarios de científicos, incluyendo químicos, biólogos, farmacéuticos,

médicos y otros profesionales, que trabajan en áreas como la investigación preclínica, los ensayos clínicos, la producción, el control de calidad y la regulación.

- **Distribuidoras farmacéuticas.** Son establecimientos farmacéuticos autorizados para realizar importación, exportación y venta al por mayor de medicamentos en general de uso humano, especialidades farmacéuticas, productos para la industria farmacéutica, auxiliares médico quirúrgico, dispositivos médicos, insumos médicos, cosméticos y productos higiénicos deben cumplir con las buenas prácticas de almacenamiento y distribución determinadas por la autoridad sanitaria nacional funcionarán bajo la representación y responsabilidad técnica de un químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico (SCPM,2015).
- **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 (SCPM, 2015).

5. Metodología

La metodología consistió en un proceso sintético y ordenado que permitió el cumplimiento de los objetivos de investigación con resultados confiables y válidos a continuación se detalla.

5.1. Área de investigación

La investigación se desarrolló en el cantón Loja que está conformado por 6 parroquias urbanas (San Sebastián, Sucre, El Valle, y Sagrario, Punzara, Carigán), y 1 en (Vilcabamba) investigación dirigida a los negocios de venta al por menor de productos farmacéuticos donde se realizó la recolección de datos e información para llegar a cumplir sus respectivos objetivos.

5.2. Enfoque de investigación

Se utilizó el enfoque mixto por que permitió abordar la pregunta de investigación desde diferentes perspectivas de forma completa analizando variables con enfoque cualitativo como caracterizar a los negocios de venta al por menor de productos farmacéuticos, así como variables cuantitativas, como determinar los indicadores financieros, promedios y estadísticas de la industria a la cual pertenece el análisis.

5.3. Alcance y tipo de investigación

5.3.1. Exploratorio

Según Hernández y Mendoza (2018), se lleva a cabo un estudio exploratorio cuando el propósito es analizar un fenómeno o problema de investigación nuevo o poco estudiado, por lo tanto, la investigación de Diagnóstico sectorial de venta al por menor de productos farmacéuticos se la alinea a este alcance ya que es un estudio que no ha sido abordado y del cual no se evidencian estudios variados del mismo.

5.3.2. Descriptivo

La investigación fue descriptiva, Hernández y Mendoza (2018) establecen que este tipo de investigación tiene como finalidad especificar propiedades y características de conceptos fenómenos variables o hechos en un contexto determinado. Para el desarrollo del presente trabajo se recopiló y se analizó la información obtenida, variables instrumentos como los factores de desempeño empresarial.

El tipo de investigación fue de tipo no experimental ya que se enfocó en la observación, descripción, y análisis de datos.

5.4. Método de investigación

5.4.1. Método inductivo

Se basa en la observación de hechos, generaliza a partir de sus observaciones, el razonamiento va de lo particular a lo general y su objetivo es generar un nuevo conocimiento (Sánchez, 2021). Este método de investigación se aplicó la observación en base a casos particulares para llegar a conclusiones generales.

5.4.2. Método deductivo

Consiste en extraer una conclusión con base en una premisa o una serie de proposiciones que se asume como verdaderas (Sánchez, 2021). Se aplicó este método por que se determinó características para llegar así a las conclusiones específicas y concretas.

5.4.3. Método analítico

Es un método de investigación que se caracteriza por descomponer al objeto de estudio en sus diferentes partes para facilitar su indagación y ayudar a entender a profundidad los elementos que lo conforman (Nirian, 2020). Se aplicó este método en la cual consistió en descomponer la actividad de venta al por menor de cada una de las partes a analizar para entender y obtener conocimiento.

5.4.4. Método sintético

Es un proceso de análisis de razonamiento que busca la forma de reconstruir un acontecimiento de manera resumida, valiéndose de los diferentes elementos fundamentales que estuvieron presentes en el desarrollo del acontecimiento (Arias, 2021). Este método permitió el análisis datos cualitativos como cuantitativos, de los negocios del sector donde permitió sintetizar la información.

5.5. Diseño de investigación

5.5.1. Transversal

Se empleó un diseño transversal en referencia a Hernández y Mendoza (2018) recolectan datos en un solo momento en un tiempo único. Puesto que los datos de la investigación de la parte cuantitativa se recopilaron en el momento de la investigación, es decir que la información se obtuvo de la encuesta aplicada.

5.6. Técnicas de investigación

5.6.1. Técnicas de recolección de datos

Esta técnica fue utilizada como una herramienta, mediante un cuestionario de 17 preguntas agrupadas de la siguiente manera: perspectiva financiera, clientes, recurso humano que se aplicó al sector estudiado para obtener los datos requeridos.

5.6.2. Técnica bibliográfica

A través de esta técnica se revisó diferentes conceptos, teorías y estudios de casos relacionados al tema de diagnóstico sectorial de la venta al por menor de productos farmacéuticos, se utilizó fuentes de información secundaria con proyectos, revistas, artículos científicos, libros y bases de datos virtuales oficiales, que dieron a conocer los datos actualizados pertinentes a la investigación.

5.6.3. Técnica estadística

Se aplicó esta técnica para el desarrollo del tercer objetivo que permitió determinar las estadísticas y promedios de la industria.

5.7. Recursos y materiales

5.7.1. Recursos electrónicos

Se utilizó los recursos electrónicos necesarios para el desarrollo de la investigación que sirve para analizar, recolectar, procesar datos necesarios para el cumplimiento de la investigación.

5.7.2. Recursos digitales

Se utilizó bases de datos científicas como: Redalyc, Dialnet, Scopus, Google Académico y Los catastros o base de datos ubicados en la web del Servicio de Rentas Internas datos (SRI).

5.8. Población y muestra

La población de estudio fueron los negocios de venta al por menor de productos farmacéuticos, según base de datos del SRI (2023) de la CIIU de la provincia de Loja donde se tomó como objeto de estudio a toda la población identificándose 19 empresas comerciales de la cual 16 brindaron la información necesaria para el respectivo cálculo de los indicadores financieros y no financieros.

5.9. Procesamiento y análisis de datos

Para realizar la investigación se realizó un análisis de datos comparando lo que consta en la base de datos del SRI con lo de los actores del sector activos y en actividad, se procedió a ubicarlos y mapearlos, y con esta información se formó un directorio de contactos y direcciones de los actores activos del sector, de esta forma se obtuvo información clara y concisa para poder describir cada una de las particularidades del sector farmacéutico, y así definir el perfil del cliente, y cuantificar los clientes.

Seguidamente para establecer los indicadores de desempeño empresarial se definió y se identificó los factores claves de éxito que se adaptaron al sector, para con ello determinar los indicadores de gestión que permiten evaluar el desenvolvimiento de la empresa respecto de los factores de éxito, y por consiguiente elaborar los instrumentos de recolección de información como encuestas.

Finalmente realizó la aplicación de los instrumentos de recolección de información a los actores del sector estudiado, y proceder a tabular la información primaria y secundaria y así obtener los promedios y estadísticas de la industria, para proceder a desarrollar los indicadores se realizó una división en grupos según los activos de cada negocio para obtener resultados más reales y obtener una comprensión más clara de cada indicador y con ello se elaboró el material de difusión de resultados.

6. Resultados

Los resultados se desarrollan de acuerdo a cada objetivo propuesto, y con las herramientas necesarias para presentarlos.

6.1. Objetivo 1: Caracterizar la sección de ventas al por menor de productos farmacéuticos del cantón Loja para definir los factores claves de éxito del sector empresarial.

6.1.1. Caracterización de las empresas dedicadas a la venta al por menor de productos farmacéuticos.

La siguiente sección describe las particularidades del sector estudiado, participación en el mercado, empresas según base de datos del Servicio de Rentas Internas (SRI) los productos que se comercializa, ubicación y mapeo de los actores reales del sector, marcas y laboratorios de donde se proveen, características de los empleados y ranking de las empresas.

6.1.2. Particularidades del sector

Las particularidades del sector estudiado de la venta al por menor de productos farmacéuticos de acuerdo a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), son importantes porque garantizan la seguridad, la calidad y la innovación en la producción y comercialización de medicamentos, al tiempo que fomentan un entorno económico sostenible para las empresas y protegen los intereses de los consumidores que incluyen el sector al que pertenece, barreras de entrada los principales productos que comercializan y las marcas de laboratorios de donde adquieren los productos.

6.1.2.1. Sector al que pertenecen. La Tabla 3 indica el sector al que pertenecen según la base de datos SRI, se observa la categorización representada por un código numérico especificando sección, grupo, clase y actividad; además el tema principal de donde proviene el tema del sector de la venta al por menor de productos farmacéuticos, es el comercio al por mayor reparación de vehículos automotores y motocicletas.

Tabla 3

Sector al que pertenecen según el CIIU

Código	Descripción	Nivel
G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	Sección
G47	Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas	Grupo
G4772	Venta al por menor de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador en comercios especializados.	Clase
G4772.01	Venta al por menor de productos farmacéuticos en establecimientos especializados	Actividad

Nota. Adaptado de la base de datos del Servicio de Rentas Internas (SRI)

6.1.2.1. Participación en el mercado. La Tabla 4 indica el número de empresas que existen a nivel provincial que se encuentran activas que son 75 440 donde conforman una participación de mercado del 100%, el total de empresas que se encuentran en el código G son 37.515 empresas que tienen una participación del 29% en el mercado, la actividad de empresas que conforman del código numérico G477201 es de 466 empresas que tiene una participación en el mercado del 62%.

Tabla 4

Nivel de participación de los negocios de productos farmacéuticos

Detalle	Número de Empresas	Porcentaje
Total, de empresas provincial CIU	75.440	100
Total, código alfabético G	37515	29
Total, código G477201	466	62

Nota. Adaptado de base de datos del Servicio de Rentas Internas (SRI)

6.1.3. Empresas según base de datos del SRI

La siguiente Tabla 5 muestra el estado del contribuyente de las empresas que están activas, pasivas y suspendidas, en la cual se evidencia que la mayoría están suspendidas, lo que se puede decir debido a varias razones dejaron de funcionar, seguidamente se puede observar las farmacias en estado activo lo cual indica que están funcionando correctamente.

Tabla 5

Estado en el que se encuentra el contribuyente

Estado	Frecuencia	Porcentaje
Se encuentran activos	214	46
Se encuentran pasivos	43	10
Se encuentran suspendidos	205	44
Total	462	100

Nota. Adaptado de base de datos del Servicio de Rentas Internas (SRI)

A continuación, la Tabla 6 evidencia que existe la mayor parte de establecimientos cerrados debido a diferentes razones como problemas económicos por la competencia o problemas internos de gestión, además por la consolidación en el mercado en algunos casos, las grandes cadenas de farmacias pueden adquirir o fusionarse con empresas más pequeñas, lo que puede resultar que se encuentren en estado cerrado.

Tabla 6

Estado del establecimiento

Estado	Frecuencia	Porcentaje
Abierto	161	34
Cerrado	304	66
Total	465	100

Nota. Adaptado de la base de datos del Servicio de Rentas Internas (SRI)

La Tabla 7 muestra que existe un alto porcentaje de empresas no obligadas a llevar contabilidad una de las razones es que el nivel de sus ingresos no supera la base imponible

establecida en la ley, seguidamente se evidencia un bajo porcentaje de las farmacias obligadas que quiere decir que supera la base.

Tabla 7

Empresas obligadas y no obligadas a llevar contabilidad

Obligado	Frecuencia	Porcentaje
Obligados a llevar contabilidad	19	10
No obligados a llevar contabilidad	142	90
Total	161	100

Nota. Adaptado de base de datos del Servicio de Rentas Internas (SRI)

6.1.4. Barreras de entrada

Se refiere a los obstáculos de diverso tipo que complican el ingreso de empresas, marcas o productos nuevos.

Competencia. Situación en la que existe un indefinido número de compradores y vendedores que intentan maximizar su beneficio o satisfacción.

Regulaciones y licencias. Las farmacias y establecimientos de venta al por menor de productos farmacéuticos están altamente regulados por las autoridades sanitarias y gubernamentales.

Capital inicial requerido. Abrir una farmacia o establecimiento de venta al por menor de productos farmacéuticos requiere una inversión inicial considerable en términos de inventario, equipamiento, infraestructura y personal.

6.1.5. Ubicación y mapeo de los actores reales del sector estudiado.

La Tabla 8 muestra los diferentes datos de los negocios de farmacias con el código, descripción, parroquias urbanas y rurales el número de negocios y su respectivo porcentaje, dado que la mayoría están establecidas en las parroquias urbanas de la provincia de Loja ya que se considera un sector de mayor factibilidad de comercialización de los productos.

Tabla 8

Mapeo y ubicación de los negocios abiertos en el cantón Loja

Ruc	Razón social	Nombre comercial	Estado del contribuyente	Parroquia
1100113081001	Villamagua Erreyes Delia María	Farmacia Jerusalén	Activo	Valle
1103002281001	Escobar Berru Paola Anabel	Farmacias Amazonas Norte	Activo	Sucre
1103328975001	Puchaicela Pinta Edith Marlene	Farmacia Jorge David	Activo	Sucre

Ruc	Razón social	Nombre comercial	Estado del contribuyente	Parroquia
1101834784001	Betancourt Guamán José Nixon	Farmacia San Pablo	Activo	El Sagrario
1101997086001	Idrovo León Jenny Judith	Farmacia Sara Betsabé	Activo	El Sagrario
1102645320001	Cueva Rosillo Luis Enrique	Farmacia modelo	Activo	El Sagrario
1104182579001	Carrión Armijos Gladys Noemi	Farmacia la dolorosa	Activo	San Sebastián
1191751422001	Farmacias Cuxibamba	Farmacia Cuxibamba	Activo	San Sebastián
1103903264001	Padilla Lalangui Verónica Magdalena	Farmacia San Eduardo	Activo	Sucre
1103602239001	Delgado Bustamante Diego Javier	Dermatológica	Activo	San Sebastián
1103487193001	Ordoñez Moreno Robert Leonardo	Farmacia San Andrés Matriz	Activo	Vilcabamba
1191790401001	Distribuidora & Farmacia Pichincha	Farma Pichincha S.A.S	Activo	Sucre
1191792455001	Corporación Farmaecosur S.A.S	Espinoza Jaramillo Darío Alexander	Activo	Valle
1191795750001	Plc Skin Cia.Ltda	Correa Valarezo María Eugenia	Activo	Sucre
1191795699001	Cuorefarmacias del Ecuador Cia.Ltda	Orellana Cueva Johanna Katuska	Activo	Sucre
1191795699001	Farma red pq S.A	Farma red pq S.A	Activo	Valle

Nota. Adaptado de base de datos del Servicio de Rentas Internas SRI

6.1.6. Tipo de productos que se comercializan

La Tabla 9 indica los diferentes tipos de productos que se comercializan en los negocios de las farmacias de venta al por menor, que se refiere a las estrategias y acciones que se llevan a cabo para promover, vender los diferentes productos dentro del entorno farmacéutico.

Tabla 9


Tipos de productos que se comercializan

Productos	Definición
Medicamentos éticos	Son todos aquellos productos o medicamentos que por sus características necesitan ser recomendados por un profesional de la salud.
Medicamentos de venta libre	Son aquellos medicamentos que se pueden comprar sin receta médica.
Medicamentos comerciales	Son aquellos para los cuales no ha expirado su patente de marca y son comercializados con un nombre diferente.
Medicamentos genéricos	Medicamento creado para ser igual a un medicamento de marca ya comercializado en cuanto a su dosificación, seguridad, potencia, vía de administración, calidad, características de rendimiento y uso previsto.
Medicamentos de control especial	Son los que, por su potencial de causar abuso y dependencia, son restringidos en su comercialización, por lo que su venta es exclusivamente bajo fórmula médica.
Medicamentos esenciales	Medicamentos que son básicos y necesarios para satisfacer las necesidades de atención de salud de la mayor parte de la población.
Medicamentos vitales	Son los medicamentos indispensables e irremplazables para salvaguardar la vida o aliviar el sufrimiento de un paciente.
Productos de cosméticos	Son productos que se utilizan para el cuidado, de la piel.
Productos cosméticos para bebé	Productos que están especialmente formulados para cuidar la piel delicada y sensible de los recién nacidos y los niños pequeños.
Productos de aseo he higiene personal	Son aquellos que se utilizan para mantener la limpieza y el cuidado del cuerpo.

Nota. Información tomada de la página <https://n9.cl/ak95> (Bermejo, 2017)

6.1.6.1. Marcas de proveedores. La Tabla 10 muestra algunos nombres de las marcas y laboratorios que identifican los productos producidos por un fabricante o proveedor específico, que pueden ser marcas líderes bien conocidas y ampliamente reconocidas en el mercado a nivel nacional de donde se proveen los negocios de las farmacias de los productos farmacéuticos, para la venta al público.









Tabla 10
Marcas de empresas donde adquieren los productos

Marcas	Logotipo
Bayer	
Merck	
Gutis	
Acino	
Medicamenta	
Farmayala	
Natures Garden	
Novartis	
Sanofi Aventis	
James-Brown	

Nota. Información tomada de la página Consultorsalud S.A

La Tabla 11 muestra los diferentes nombres, de los laboratorios farmacéuticos ya que desempeñan un papel muy importante en la producción y suministro de los productos farmacéuticos, que se detalla con su respectivo logo de los laboratorios especializados de donde se proveen de los productos farmacéuticos a comercializar.

Tabla 11
Laboratorios de donde adquieren los productos

Laboratorios	Logotipo	Origen	Tipo de medicamentos
Siegfried		Argentina	Analgésicos
Chalver		Colombia	Línea de cuidado primario
Roemmers		Alemania	Línea terapéutica
Saval		España	Cuidado e higiene personal
Rocnarf		Guayaquil	Línea antialérgica
Neo-farmaco		Ecuador	Antibióticos Multivitamínicos
Lamosan		Quito	Productos de uso tópico
Bagó		Argentino	Suplementos dietarios huesos y articulaciones

Nota. Información tomada de la página de Asociación de Laboratorios Farmacéuticos

6.1.7. Características de los empleados que laboran en las farmacias

En el proceso de observación sensibilización se determinó que para poder laborar en los negocios de venta de productos farmacéuticos deben cumplir con un curso de auxiliar en enfermería u obtener el título de bioquímico, así como también las siguientes características detalladas.

- Conocimiento farmacéutico: Es fundamental que los empleados de farmacia tengan un conocimiento sólido sobre los medicamentos incluyendo sus nombres genéricos y de marca, indicaciones posología efectos secundarios y contraindicaciones.
- Habilidad de comunicación: Es importante ya que es necesario comunicarse de manera efectiva con los clientes.
- Atención al cliente: Consiste en la capacidad de brindar un servicio excepcional al cliente deben ser amables, pacientes y comprensivos.
- Precisión y atención al cliente: Dado que manejan medicamentos y otros productos relacionados con la salud, los empleados de farmacia deben ser extremadamente precisos en su trabajo.
- Adaptabilidad: Las farmacias pueden ser entornos rápidos y cambiantes, especialmente durante períodos de alta demanda o situaciones de emergencia.

6.1.8. Ranking nacional de las pequeñas empresas de venta al por menor de productos farmacéuticos

La Tabla 12 indica el ranking de las pequeñas empresas de venta al por menor de productos farmacéuticos.

Tabla 12

Ranking nacional de las pequeñas empresas de productos farmacéuticos

Nombre	Región	Ciudad	Tamaño	Activos
Vita farma Ecuador	Sierra	Quito	Pequeña	\$1.615 861,96
Importadora y distribuidora farmacéutica Nefropharma S.A.	Costa	Guayaquil	Pequeña	\$1.501 87,26
Aspal medical S.A.	Costa	Guayaquil	Pequeña	\$1.288 589,42
Biolovet C.A.	Costa	Guayaquil	Pequeña	\$1.202 205,42
Tesia Laboratorios S.A.	Costa	Guayaquil	Pequeña	\$541 118,98

Nota. Datos adaptados del ranking de la Superintendencia de compañías valore y seguros

Conclusión parcial

Se puede determinar que de acuerdo a la caracterización que los negocios de la venta al por menor de productos farmacéuticos, es esencial para entender el mercado, garantizar el cumplimiento normativo, optimizar el inventario, mejorar la atención al cliente y desarrollar estrategias comerciales efectivas que le ayudan a obtener mejores ganancias.

La gran parte de los negocios se encuentran situados en las parroquias urbanas del cantón Loja, ya que se considera que al ubicarse en lugares centrales facilita el acceso a las personas además hace que sea conveniente para los clientes realizar múltiples tareas en una sola salida, de acuerdo al mapeo y ubicación se pudo determinar un número total de 16 actores reales, activos, y obligados a llevar contabilidad en la cual se trabajó, seguidamente se detalló los diferentes tipos de productos como; medicamentos éticos, de venta libre, comerciales, genéricos, de control especial, esenciales, vitales, cosméticos, cosméticos para bebé, y de higiene personal que se comercializan, como también las respectivas marcas como; Bayer, Merck, Gutis, Acino, Medicamenta, Farmalaya, Natures Garden, Novaritis, James Brown y laboratorios de donde adquieren los productos para ofrecer a las personas que lo necesiten.

6.2. Objetivo 2. Establecer los indicadores de desempeño empresarial de la sección de ventas de productos farmacéuticos del cantón Loja para facilitar el acopio de información primaria.

Para el desarrollo del segundo objetivo se procede a definir los factores claves de éxito del sector de venta de productos farmacéuticos ya que son un elemento fundamental que influyen significativamente en el rendimiento y éxito de un negocio, seguidamente se define los indicadores de desempeño empresarial financieros que son medidas cuantitativas utilizadas para evaluar, analizar la información sobre liquidez, rendimiento, solvencia, rentabilidad y eficiencia, los indicadores no financieros son aquellos que proporcionan información cualitativa sobre aspectos de una organización o negocio.

6.2.1. Factores claves de éxito

Son aspectos fundamentales que determinan la capacidad de una empresa o negocio para lograr el éxito y alcanzar sus objetivos, mejorar la competitividad impulsar la eficiencia operativa, respaldar la toma de decisiones y promover un crecimiento sostenible.

La Tabla 13 se detalla los factores claves de éxito del sector de venta de productos farmacéuticos que se determinaron ya que son elementos fundamentales que proporcionan orientación, priorización en los negocios, ayudan a enfocarse estratégicamente, tomar decisiones, optimizar los recursos, establecer metas claras, identificar oportunidades y lograr ventajas competitivas.

Tabla 13

Factores claves de éxito de los negocios de farmacia

Factor	Para qué sirve	Sustento teórico
Compras	Se refiere a las compras estratégicas y bien gestionadas que pueden contribuir en gran medida al éxito de una organización al garantizar un suministro adecuado, reducir costos, mantener la calidad, impulsar la innovación.	(Lopez,2020)
Ventas	Se refiere a la importancia estratégica que tiene la actividad de venta y comercialización, las ventas eficientes y efectivas pueden tener un impacto significativo en la generación de ingresos, el crecimiento del negocio, la retención de clientes y la rentabilidad general.	(Silva, 2023)
Manejo de inventarios	Se refiere al manejo adecuado de inventarios ya que puede tener un impacto significativo en la rentabilidad, satisfacción al cliente, la eficiencia operativa y la capacidad de respuesta del negocio.	(González,2010)

6.2.2. Indicadores financieros

Medidas utilizadas para evaluar el desempeño financiero de una empresa, permitiendo a los inversionistas, accionistas y directivos tomar decisiones y monitorear el progreso hacia los objetivos financieros establecidos.

La Tabla 14 muestra el indicador de liquidez se refiere a la capacidad de una empresa para pagar sus obligaciones a corto plazo utilizando sus activos líquidos. Mide la solvencia y la capacidad de generar efectivo de una empresa.

Tabla 14

Indicadores financieros

Nombre del Indicador	Objetivo	Fórmula
Liquidez	Evalúan la capacidad de una empresa para cumplir con sus obligaciones de corto plazo.	<p>Liquidez corriente:</p> $\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$ <p>Prueba ácida:</p> $\frac{\text{Activo corriente}-(\text{inventarios})}{\text{Pasivo corriente}}$
Endeudamiento	Miden la relación entre el capital propio y el capital prestado de una empresa.	$\frac{\text{Total Pasivos}}{\text{Total Activos}}$
Rentabilidad	Se utiliza para evaluar la capacidad de una empresa para generar beneficios o ganancias en relación con sus ingresos, activos o inversiones.	<p>ROA:</p> $\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activos}}$ <p>ROE:</p> $\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$

Nota .Información tomada del libro Administración Financiera (Gitman y Zutter, 2016)

6.2.3. Indicadores empresariales no financieros

Son indicadores utilizados para evaluar el cumplimiento de metas y objetivos propuestos por una organización o negocio orientados a mejorar la eficiencia en los procesos o resultados.

La Tabla 15 indica los indicadores no financieros que se utilizará para poder determinar el cumplimiento de metas y objetivos del sector farmacéutico.

Tabla 15

Indicadores no financieros

Nombre del Indicador	Objetivo	Fórmula
Volumen de compras a crédito mensuales versus proveedores	Identificar oportunidades para negociar con mejores precios.	$\frac{\text{Compras a crédito mensuales}}{\text{Número de Proveedores}}$
Volumen de ventas versus empleados	Evaluar que tan eficiente se está utilizando los recursos humanos	$\frac{\text{Volumen de ventas}}{\text{Número de empleados}}$
Manejo de inventarios	Es la proporción que mide cuantas veces se ha vendido y reemplazado la mercancía durante un periodo de tiempo determinado.	$\frac{\text{Costo de ventas}}{\text{Inventario promedio}}$

Nota .Información adaptada de Mariño (2003)

6.2.4. Matriz del sector organizacional de la venta de productos farmacéuticos

A continuación, se presenta la siguiente matriz del sector organizacional, detallando los factores claves de éxito necesarios para el sector de venta de al por menor de productos farmacéuticos, además se determinó los indicadores de desempeño de las organizaciones y con ello obtener toda la información requerida para proceder a establecer las preguntas de la encuesta a aplicar para obtener las estadísticas y promedios de la industria.

La Tabla 16 muestra la matriz respecto al sector organizacional de la venta al por menor de productos farmacéuticos en establecimientos especializados, además se evidencia algunas características y condicionantes para poder definir los factores claves de éxito, por lo cual se pudo definir como es el factor de compras, ventas y manejo de inventarios, y en base a ello se obtuvo los indicadores de desempeño.

Tabla 16

Matriz del sector organizacional

Sector organizacional	Propuesta de valor a la sociedad (misión) (¿para qué existe dicho sector organizacional?)	Características (a través de qué se logra el propósito del sector organizacional)	Condicionantes (¿para qué lo hacen?)	Factores claves de éxito (funciones sustantivas del sector organizacional)	Indicadores de desempeño organizacional (que facilite compararse con otros actores del sector)	Información requerida (para modelo de encuesta)
ACTIVIDAD G4772.01 Venta al por menor de productos farmacéuticos en establecimientos especializados	Ofrecer una asistencia sanitaria de calidad, para alcanzar y mantener la salud, ofreciendo servicios farmacéuticos y productos, de forma profesional, servicial y cercana.	Adquisición de los productos farmacéuticos	Venta a las personas, para satisfacer necesidades	Compras	Volumen de compras a crédito mensual vs proveedores	N° de compras a crédito N° de compras al contado N° de proveedores con pago a crédito
		Venta de productos farmacéuticos	Para curar, detener o prevenir enfermedades		Ventas	Número de ventas al contado versus número de empleados
		Gestión eficiente y efectiva	Reducción de costos	Manejo de inventarios	Manejo de inventarios	Costo de Ventas versus inventario promedio

Conclusión parcial

En base a los factores claves de éxito del sector farmacéutico como; compras, ventas, y manejo de inventarios se determinó los indicadores de desempeño empresarial, ya que son medidas cuantificables que se utilizan para evaluar el rendimiento de las empresas en las diferentes áreas, además son herramientas claves para medir el progreso hacia los objetivos establecidos y para tomar decisiones más informadas y estratégicas para mejorar la gestión empresarial en esta área y seguidamente se estableció los indicadores financieros ya que son fundamentales para evaluar la salud financiera y el rendimiento de una empresa estos proporcionan información clave sobre liquidez, endeudamiento y rentabilidad.

6.3. Objetivo 3. Determinar las estadísticas y los promedios de la industria del sector de venta de productos farmacéuticos del cantón Loja con información primaria y secundaria

Para el desarrollo del objetivo tres se aplicó la encuesta establecida con el propósito de determinar las estadísticas y promedios de la industria del sector de venta de productos farmacéuticos, realizando los respectivos cálculos de los indicadores financieros y los indicadores empresariales

6.3.1. Tabulación de la encuesta aplicada a los actores del sector de venta al por menor de productos farmacéuticos.

La Tabla 17 muestra un total de 17 preguntas aplicadas en la encuesta de las cuales se obtuvo los resultados estadísticos de lo que es la media; que quiere que representa un valor promedio de cada una de las respuestas, seguidamente la mediana; aquella que ocupa la posición central de acuerdo al conjunto de datos, la moda; se refiere al valor que aparece con mayor frecuencia, acerca del rango; representa la diferencia entre el valor máximo y valor mínimo, y por último se observa lo que es la suma total que proporciona una comprensión completa de un conjunto de datos y para realizar comparaciones.

Tabla 17

Tabulación de resultados de 16 encuestas

Pregunta	Media	Mediana	Moda	Rango	Mínimo	Máximo	Suma
1.¿Cuál es el monto aproximado en activos totales(todos los bienes muebles e inmuebles y derechos de la empresa incluido inventarios)?	101500	110500	N/D	96000	39000	135000	1624000
2.¿Cuál es el monto aproximado de sus activos corrientes?	74943,75	80750	N/D	87000	30000	117000	1199100

Pregunta	Media	Mediana	Moda	Rango	Mínimo	Máximo	Suma
3. ¿Cuál es el monto aproximado en inventarios (mercadería)?	60625	64500	80000	61000	24000	85000	970000
4. ¿Cuál es el monto aproximado en pasivos totales (todas las obligaciones de la empresa con terceros a corto y largo plazo)?	40600	44200	N/D	38400	15600	54000	549600
5. ¿Cuál es el valor de patrimonio que posee?	60900	66300	N/D	57600	23400	81000	974400
6. ¿Cuál es el monto aproximado de utilidad neta que le genera el negocio?	12170,94	8797,5	7650	28730	1020	29750	194735
7. ¿Cuál es el monto promedio de compras a crédito mensuales?	40875	45500	50000	40000	15000	55000	65400
8. ¿Cuál es el monto promedio de ventas al contado mensual?	14318,75	10350	90000	33800	1200	35000	229100
9. ¿Cuántos proveedores tiene aproximadamente?	9,87	10	10	13	21	15	158
10. ¿Cuántos clientes tiene su negocio actualmente?	56,87	50	50	80	30	110	910
11. ¿Cuál es el número de empleados (vendedores) que tiene su negocio?	2,25	2	2	3	1	4	36
12. ¿Cuál es el porcentaje de descuentos?	0,1625	0,175	0,2	0,1	0,1	0,2	2,6
13. ¿Cada cuánto tiempo se abastece de nuevos productos?	8,13	8	8	10	5	15	133
14. ¿Qué tiempo de duración tienen los productos?	4	4	3	2	3	5	64
15. Tiempo promedio que demora un trabajador en atender un cliente?	6,31	5	5	7	3	10	101
16. ¿Cuántos proveedores le aceptan pago a crédito?	9,87	10	10	13	21	15	158
17. ¿Cuánto es el costo de ventas aproximadamente?	14318,75	10350	90000	33800	1200	35000	229100

6.3.2. Indicadores financieros

6.3.2.1. Grupo 1 según activos de 0 a 35 mil. La Tabla 18 indica el promedio de la industria del indicador financiero de liquidez corriente y prueba ácida es así que se evidencia según los resultados obtenidos que los negocios tienen suficientes activos líquidos para cubrir sus pasivos a corto plazo en 1,49 es decir por cada dólar que debe tiene 1,49 para pagar sus deudas, por lo tanto se considera que tienen una capacidad adecuada para cumplir con sus deudas.

Tabla 18

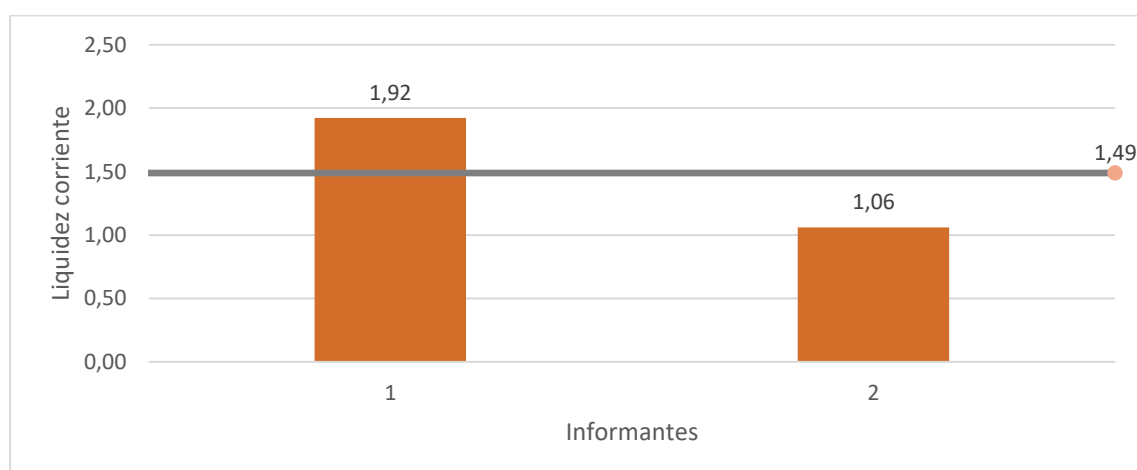
Indicador financiero de liquidez

Indicador	Razón	Promedio
Liquidez	Liquidez corriente	1,49
	Prueba ácida	1,02

La Figura 1 muestra 2 negocios del grupo uno referente a la liquidez corriente, que es una herramienta importante para poder determinar la capacidad de una empresa, por lo cual indica un resultado de 1,49 que se considera que tiene una buena capacidad para cubrir sus obligaciones a corto plazo, y respecto al promedio indicado una empresa se encuentra por debajo del promedio para cubrir sus deudas.

Figura 1

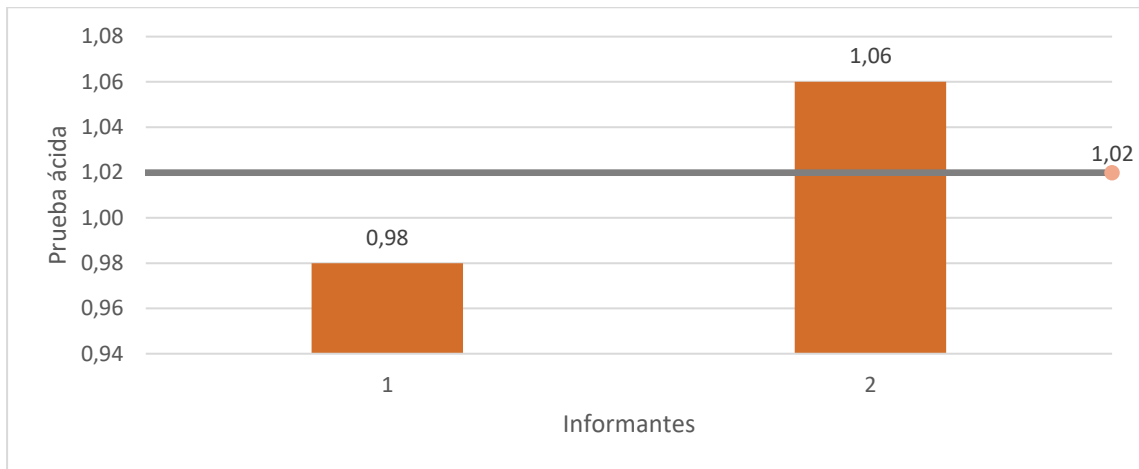
Liquidez corriente



La figura 2 indica la prueba ácida que es aquella que permite determinar si una empresa tiene suficientes activos líquidos para cubrir sus obligaciones a corto plazo sin depender de la venta de inventario, asimismo un valor superior a 1 indica que los negocios tienen más activos líquidos que pasivos a corto plazo, es una señal positiva de que los negocios pueden cubrir con sus obligaciones inmediatas sin vender inventario por consiguiente se observa que de 2 negocios uno está por debajo del promedio establecido que es del \$1,02 .

Figura 2

Prueba ácida



En la Tabla 19 muestra el indicador de endeudamiento que indica un promedio del 39% que representa la proporción de deuda de los negocios en relación con los activos totales, esto indica que están financiados principalmente con capital propio.

Tabla 19

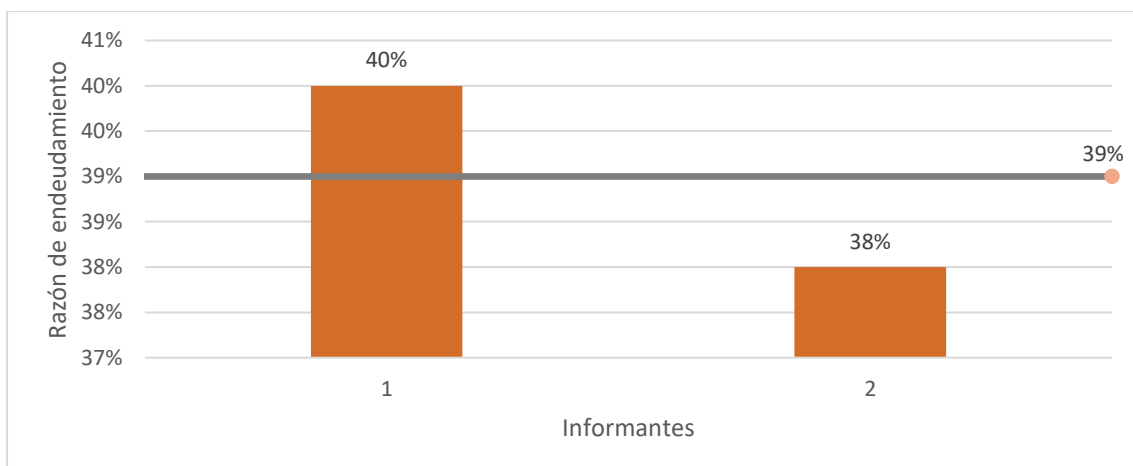
Indicador de endeudamiento

Indicador	Razón	Promedio
Endeudamiento	Razón de endeudamiento	39%

La Figura 3 indica la razón de endeudamiento que es una medida donde muestra la proporción de deuda que tiene la empresa referente con sus activos totales, por lo tanto, se obtiene como resultado un promedio del 39% es decir que se encuentra con una deuda moderada, además indica que de 2 negocios uno se encuentra por debajo del promedio que es del 39%.

Figura 3

Razón de endeudamiento



En la Tabla 20 del indicador de rendimiento muestra un rendimiento sobre activos de 12% significa que, por cada unidad monetaria invertida en los activos de los negocios, obtienen un retorno del 12%. En otras palabras, el negocio genera una rentabilidad del 12% sobre sus activos totales, en cuanto al rendimiento sobre el patrimonio indica un promedio del 20% en relación a su patrimonio neto es decir que los negocios están utilizando eficientemente sus activos para generar beneficios.

Tabla 20

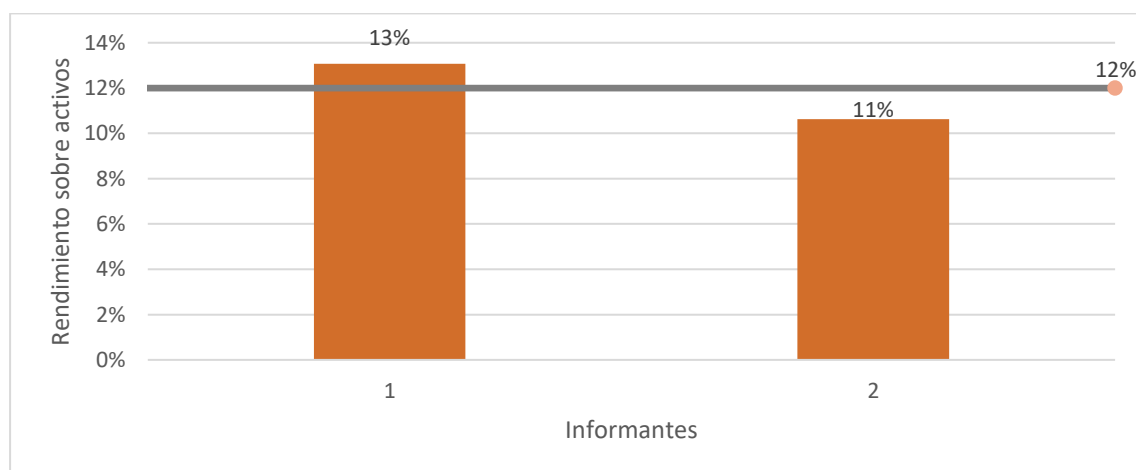
Indicador de rendimiento

Indicador	Razón	Promedio
Rendimiento	ROA	12%
	ROE	20%

La Figura 4 de razón de rendimiento sobre activos de 2 negocios muestra un promedio del 12%, indica que los negocios son eficientes en la generación de ingresos con respecto a sus activos, sin embargo de manera general un ROA del 12 % podría considerarse bastante saludable y positivo que significa en promedio que el negocio está generando un rendimiento del 12% sobre todos los activos que utiliza en su operación, esto indica una buena eficiencia en la generación de ganancias en relación con sus activos.

Figura 4

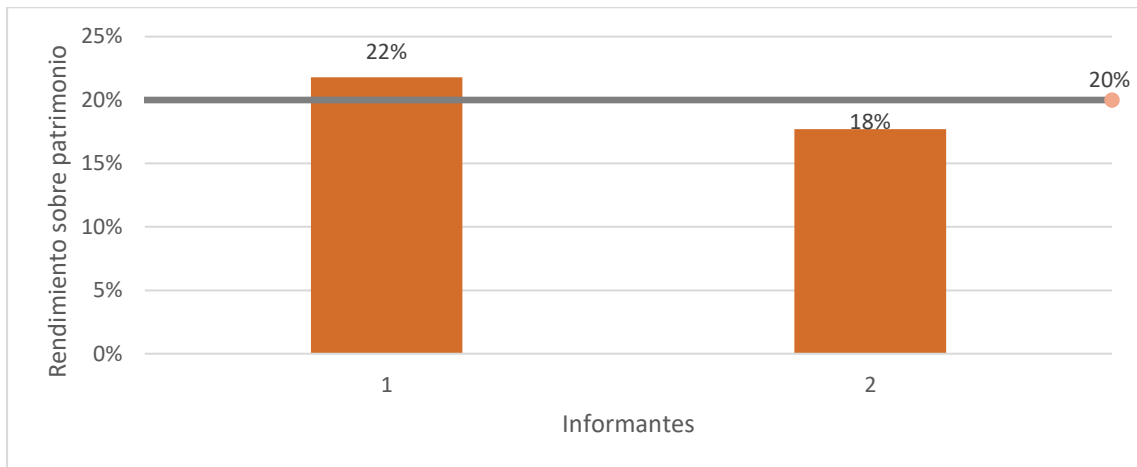
Razón de rendimiento sobre activos



La Figura 5 del indicador de rendimiento sobre el patrimonio, muestra la rentabilidad de dos negocios de la venta de productos farmacéuticos en la cual se observa que un negocio esta por debajo del promedio indicado que es del 20% es así que el promedio establecido se considera positivo ya que indica que el negocio es capaz de generar una rentabilidad adecuada para sus accionistas en comparación con el capital propio invertido en el negocio y un buen desempeño.

Figura 5

Razón de rendimiento sobre patrimonio



6.3.2.2. Grupo 2 según activos desde 45 mil hasta 65 mil. La Tabla 21 muestra el indicador de liquidez con un resultado de 1,80 lo cual indica que tiene suficientes activos líquidos para cubrir sus pasivos a corto plazo, también muestra la prueba ácida que es aquella que mide la capacidad de una empresa utilizando sus activos más líquidos.

Tabla 21

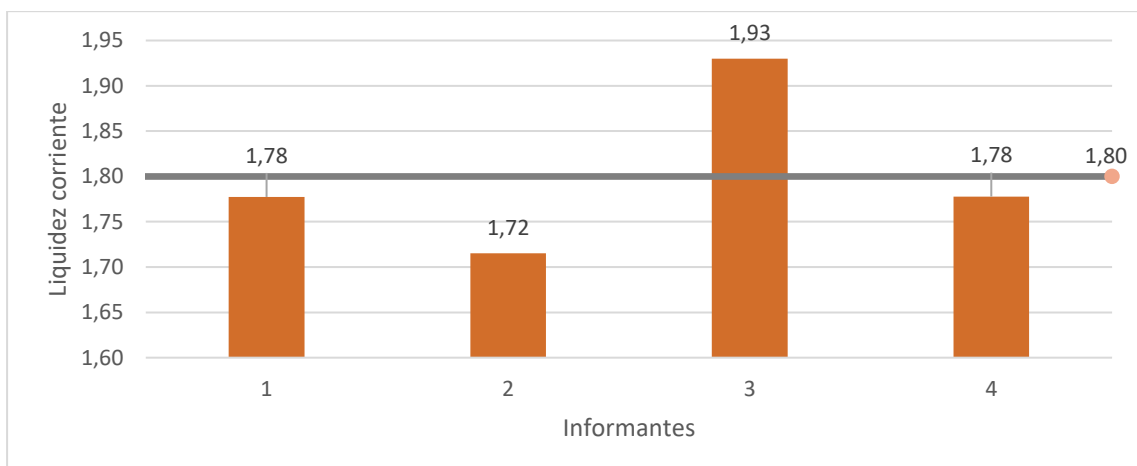
Indicador financiero de liquidez

Indicador	Razón	Promedio
Liquidez	Liquidez corriente	1,80
	Prueba ácida	1,35

La Figura 6 muestra la liquidez corriente de 4 negocios de la venta al por menor de productos farmacéuticos donde se observa que 3 se encuentran por debajo del promedio que es del 1,80 que significa que no alcanzaron el promedio, y uno por encima del promedio indicado, en conclusión, se dice que tiene un promedio óptimo para cubrir sus obligaciones a corto plazo.

Figura 6

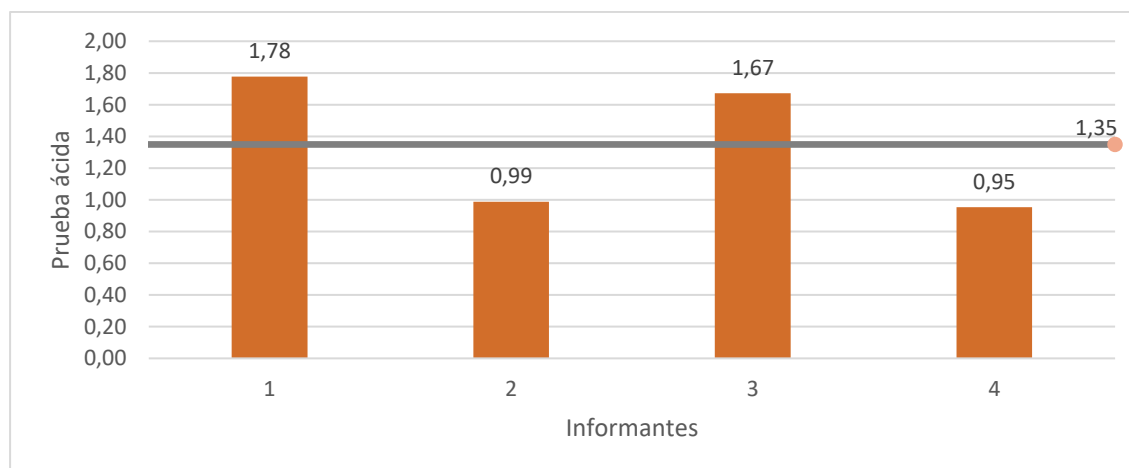
Liquidez corriente



La Figura 7 muestra, la prueba ácida que significa una medida de la capacidad de una empresa para pagar sus obligaciones de corto plazo utilizando sus activos más líquidos excluyendo los inventarios, como indica en la figura que de 4 negocios en la cual 2 se encuentran por debajo del promedio y 2 por encima del promedio que es del \$1,35 es decir que los negocios tienen los suficientes activos líquidos para cubrir con sus obligaciones a corto plazo.

Figura 7

Prueba ácida



La Tabla 22 muestra el indicador de endeudamiento, también conocida como apalancamiento financiero que es una medida que indica la proporción del capital total de una empresa está financiado por deuda en lugar de capital propio, por lo cual indica un resultado del 40% que representa el porcentaje total de la deuda que tiene en relación con sus recursos propios que significa que los negocios de la venta de productos farmacéuticos tienen una deuda baja en comparación con sus activos totales, es así que se considera que se financia con su capital propio lo que puede ser considerado menos arriesgado que depender en gran medida de la deuda.

Tabla 22

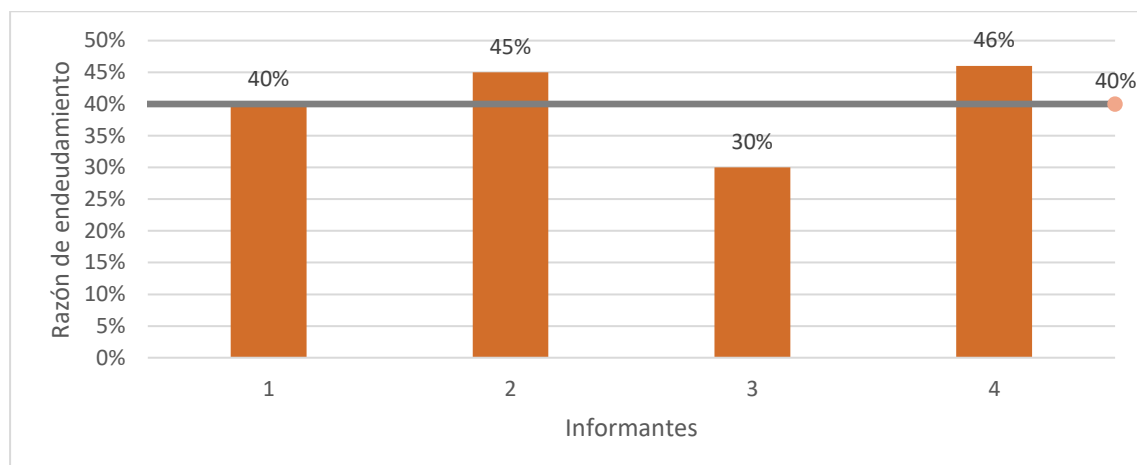
Indicador de endeudamiento

Indicador	Razón	Promedio
Endeudamiento	Razón de endeudamiento	40%

La Figura 8 muestra la razón de endeudamiento en la que se encuentran 5 negocios dando un resultado de un promedio en la que deben regirse que es del 40% por lo que se evidencia que un negocio está por debajo del promedio mientras que los 2 negocios están por encima y uno que está dentro del promedio del 40% por lo cual se considera como bueno ya que indica que los negocios una parte de sus ingresos destina para el pago de sus deudas.

Figura 8

Razón de endeudamiento



La Tabla 23 muestra el rendimiento en cuanto al ROA un promedio del 9% es decir que los negocios generan una rentabilidad del 9% sobre sus activos totales y respecto al ROE se obtiene un resultado del 15% es decir el beneficio que genero los negocios en relación a su patrimonio neto.

Tabla 23

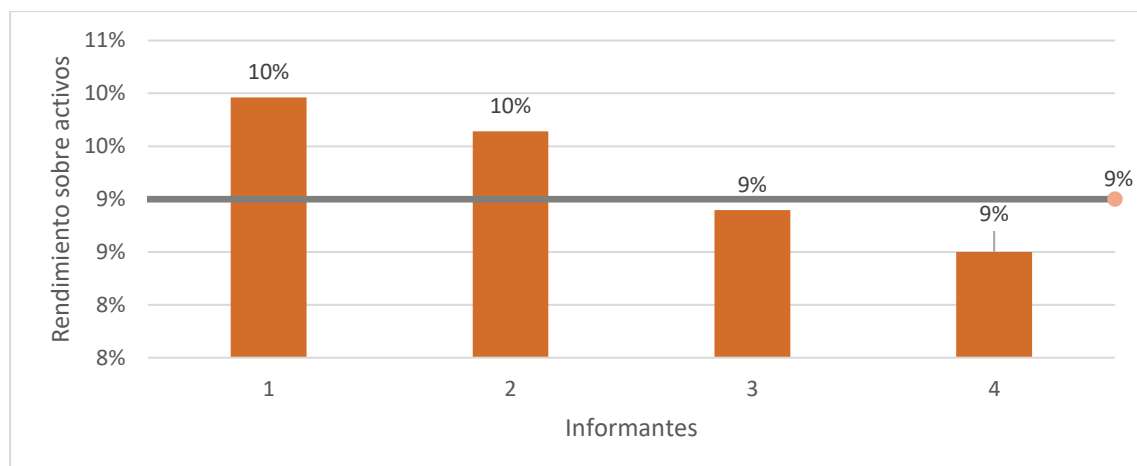
Indicador financiero de rendimiento

Indicador	Razón	Promedio
Rendimiento	ROA	9%
	ROE	15%

La Figura 9 muestra un resultado del 9% que indica la eficiencia con la que el negocio utiliza sus activos para generar ganancias, es decir los negocios generan un rendimiento del 9% sobre cada unidad monetaria de sus activos que posee considerando que muestra que está generando un nivel razonable de ganancias.

Figura 9

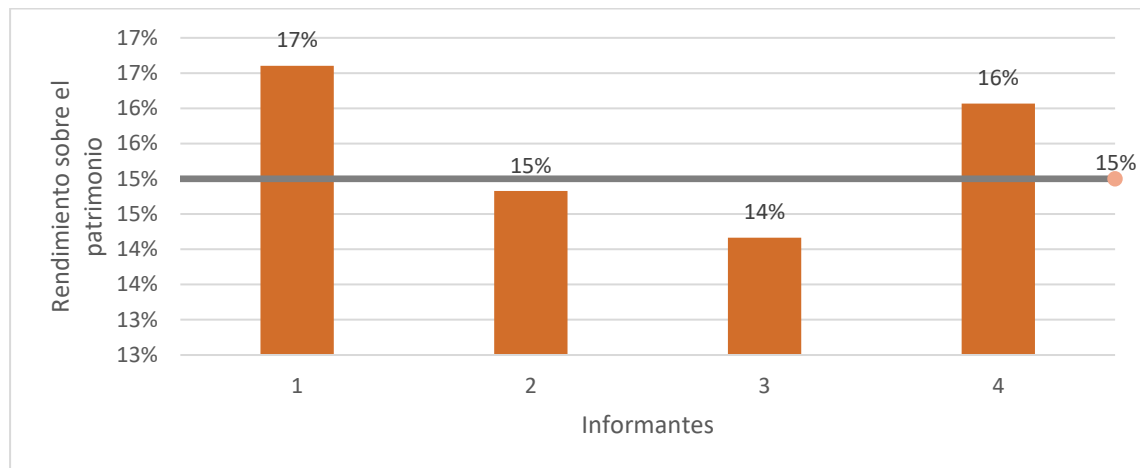
Razón de endeudamiento sobre activos



La Figura 10 muestra el indicador de endeudamiento sobre el patrimonio ya que sirve para conocer la rentabilidad de una empresa, sin embargo ofrece una mejor visión de como la empresa genera valor para los accionistas, seguidamente se observa un resultado del 15% por consiguiente indica que de cuatro negocios un negocio está por debajo del promedio con un valor del 14% y 3 negocios están por encima del promedio, es así que se considera como un rendimiento bueno ya que muestra que los negocios están generando ganancias atractivas.

Figura 10

Razón de endeudamiento sobre el patrimonio



6.3.2.3. Grupo 3 según activos de 66 mil hasta 120 mil. En la Tabla 24 muestra el indicador de liquidez lo cual es una medida de la empresa para pagar sus obligaciones a corto plazo utilizando sus activos corrientes es decir aquellos que se espera que se conviertan en efectivo dentro de un año. Además, indica una prueba ácida que es una métrica financiera que mide la capacidad de una empresa para pagar sus deudas a corto plazo utilizando sus activos más líquidos.

Tabla 24

Indicador financiero de liquidez

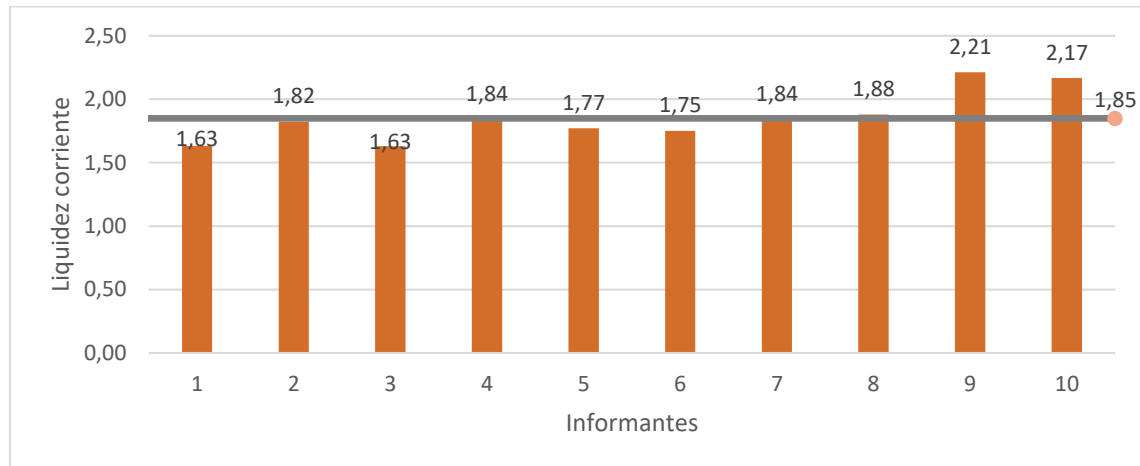
Indicador	Razón	Promedio
Liquidez	Liquidez corriente	1,85
	Prueba ácida	1,32

La Figura 11 muestra la razón de liquidez corriente que es una medida de la empresa para pagar sus obligaciones a corto plazo utilizando sus activos corrientes, por lo tanto en la figura se observa que de 10 negocios resultó un promedio de 1,85 que quiere decir que tiene suficientes activos líquidos para cubrir sus pasivos a corto plazo en 1,85 veces, además se evidencia que existen 4 negocios que están por debajo del promedio establecido que esta entre 1,63 y 1,84 y los 6 negocios restantes están por encima del promedio, es decir que se

encuentran cumpliendo eficientemente sus obligaciones a corto plazo usando sus activos más líquidos sin necesidad de recurrir a la venta de sus activos a largo plazo.

Figura 11

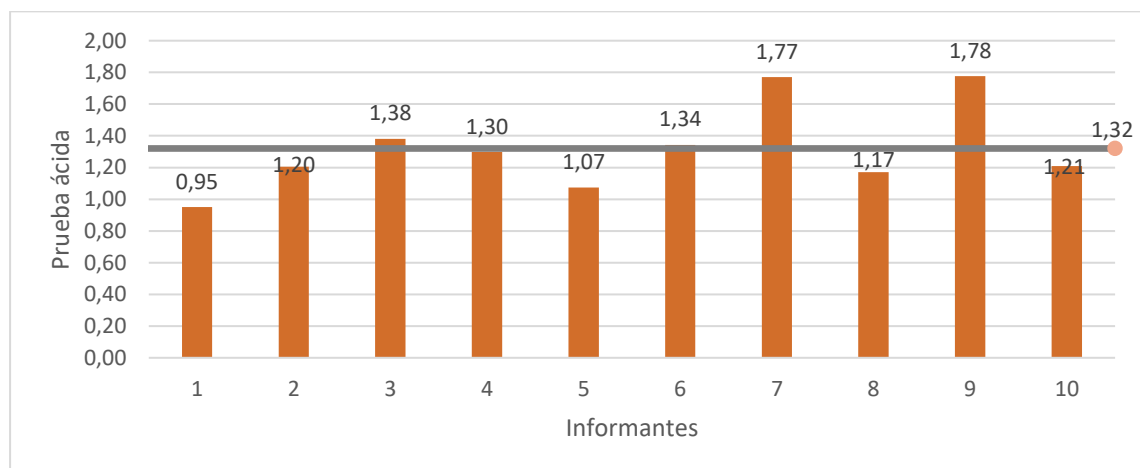
Razón de liquidez corriente



La Figura 12 muestra la razón de prueba ácida de 10 empresas con un promedio del \$1,32 de las cuales 5 se encuentran por debajo del promedio indicado, es decir que no alcanzaron el promedio además se puede decir que los negocios tienen suficientes activos líquidos para cubrir sus pasivos corrientes lo que indica una buena capacidad para hacer frente a sus obligaciones financieras a corto plazo sin tener que vender sus inventarios esto se considera como una buena señal financiera.

Figura 12

Razón de prueba ácida

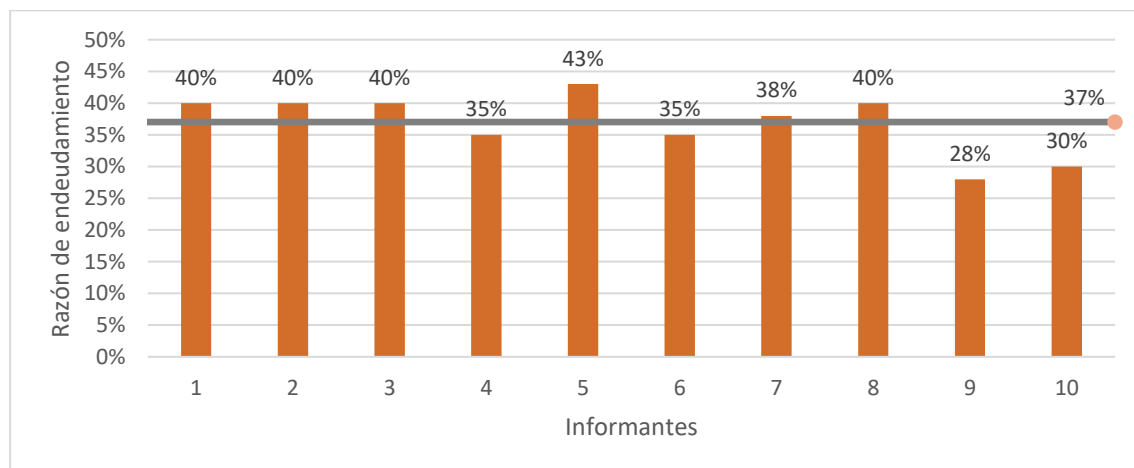


La Tabla 25 muestra el indicador de endeudamiento que mide la proporción de deuda respecto al pasivo, indica cómo se financia la empresa y cuál es su capacidad para cubrir los pasivos a largo plazo lo cual representa un resultado dando un promedio del 45% que se considera como bueno ya que los negocios no tienen un alto riesgo de endeudamiento, es decir tienen una deuda moderada.

Tabla 25*Indicador de endeudamiento*

Indicador	Razón	Promedio
Endeudamiento	Razón de endeudamiento	45%

La figura 13 del indicador de endeudamiento es importante ya que revela la proporción de deuda que tiene una empresa, además este indicador ofrece una visión clara de la cantidad de apalancamiento que posee y ayuda a percibir posibles desequilibrios financieros entre deuda y patrimonio, como indica en la figura 10 negocios resultando un promedio del 45% en la que se encuentran 3 empresas por debajo del promedio del 37% y 7 por encima, se considera que los negocios mantienen un endeudamiento moderado en base a los porcentajes obtenidos que se observa en la gráfica.

Figura 13*Razón de endeudamiento*

La Tabla 26 muestra el indicador de rendimiento sobre activos que es aquel que mide la capacidad de una empresa para generar beneficios en relación con sus activos totales y sobre el patrimonio, es aquel que mide la capacidad de una empresa para generar beneficios en relación con el capital aportado por los accionistas, lo que representa en la tabla un ROA del 13% que significa que los negocios reflejan eficiencia en el manejo de sus activos, y un ROE del 21% es decir que generó un beneficio en relación a su patrimonio.

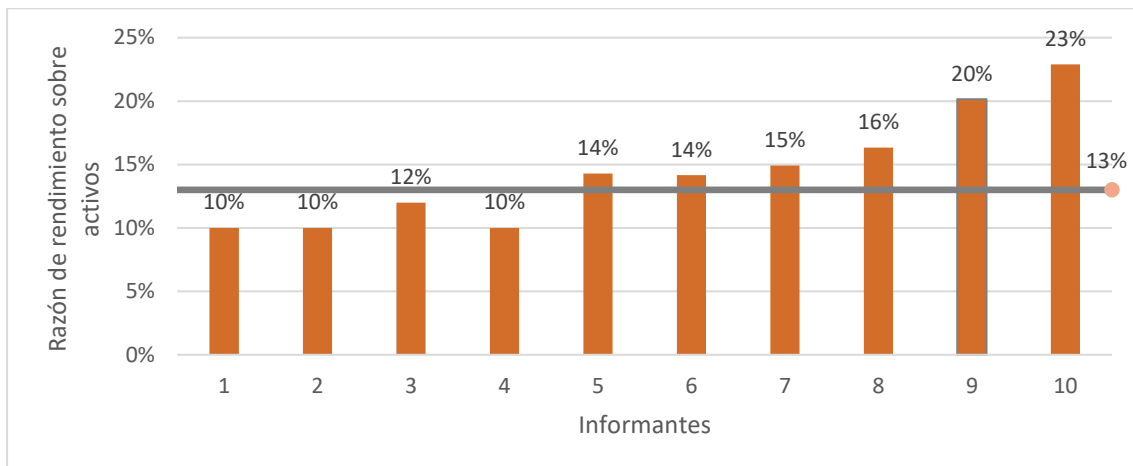
Tabla 26*Indicador de rendimiento*

Indicador	Razón	Promedio
Rendimiento	ROA	13%
	ROE	21%

La Figura 14 respecto a la razón de rendimiento sobre los activos muestra un resultado del 13% de cada 10 negocios 4 se encuentran por debajo del promedio y 6 están por encima, además se puede evidenciar que el resultado del 13% significa que los negocios son eficientes respecto a sus activos para generar ganancias, lo cual es un signo de buena gestión y eficiencia operativa.

Figura 14

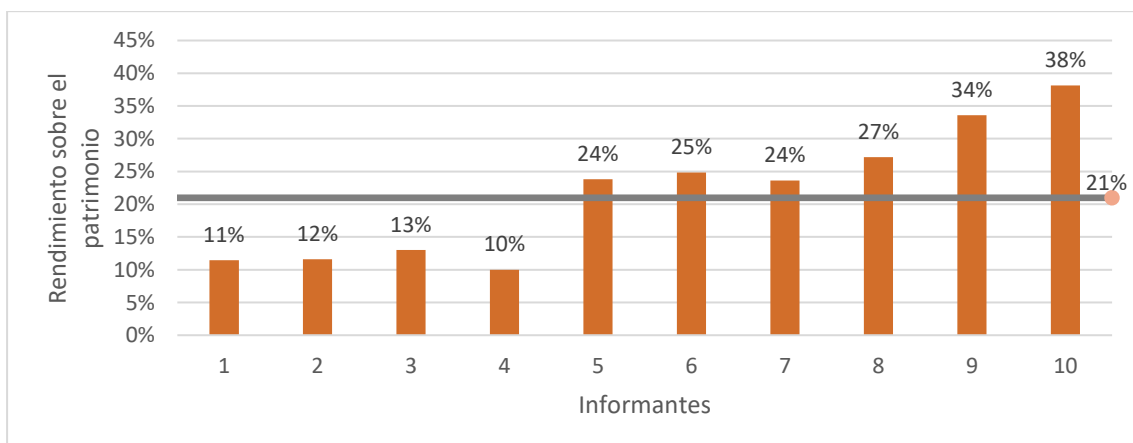
Razón de rendimiento sobre activos



La Figura 15 de razón de rendimiento sobre el patrimonio indica un total de 10 negocios con un promedio del 21% de las cuales 4 están por debajo del promedio y 6 están por encima considerando un resultado eficiente ya que los negocios si generan un rendimiento, es así que este indicador proporciona una visión detallada de la eficiencia en cuanto al uso de los recursos propios de un negocio como es el caso de los negocios de la venta de productos farmacéuticos.

Figura 15

Razón de rendimiento sobre el patrimonio

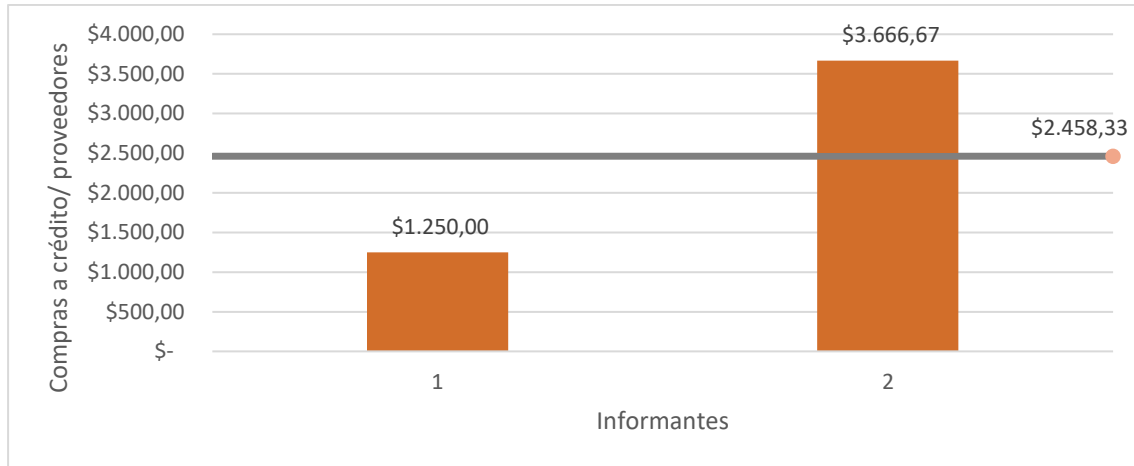


6.3.3. Indicadores no financieros

6.3.3.1. Grupo 1 según activos de 0 hasta 35 mil. La Figura 16 representa 2 negocios del indicador de compras a crédito a cada proveedor, que es aquel que compara el monto de las compras realizadas a crédito con el saldo pendiente de pago a sus proveedores, dando un resultado de un promedio del valor de compras de \$2.458,33, es decir que el negocio está utilizando una cantidad significativa de compras respecto a sus proveedores.

Figura 16

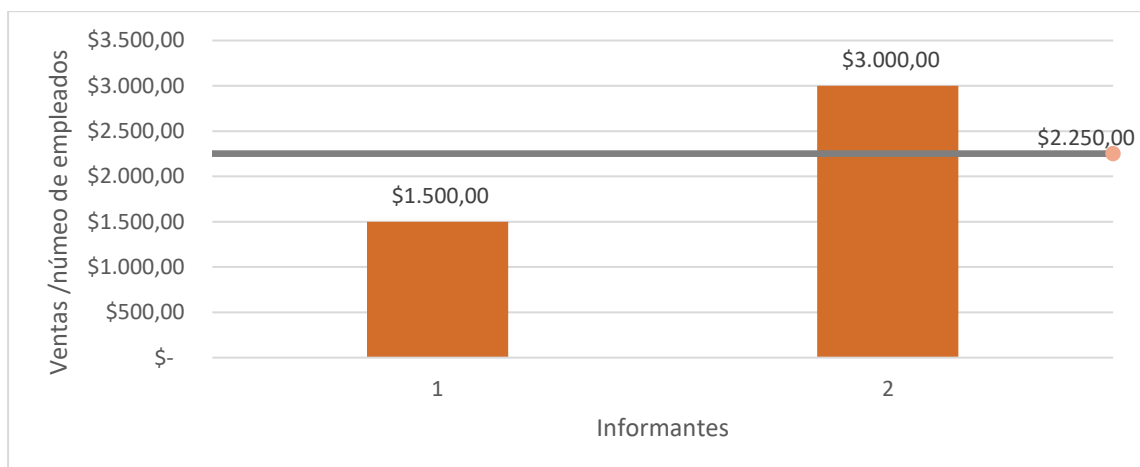
Indicador de compras a crédito a cada proveedor



La Figura 17 muestra el promedio en función de cada empleado y el volumen de ventas mensuales, este indicador es una herramienta útil para evaluar la eficiencia y la productividad de una empresa en términos de su fuerza laboral y su capacidad para generar ingreso, en la gráfica se observa un promedio de \$2.250,00, y de cada 2 integrantes del sector 1 se encuentra por debajo del promedio obtenido.

Figura 17

Indicador de ventas versus número de empleados

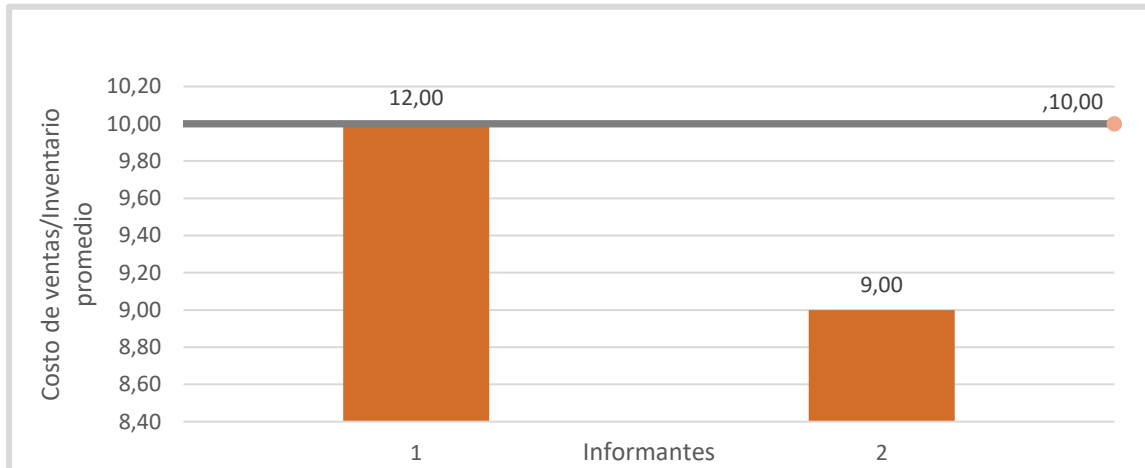


La Figura 18 muestra el indicador de manejo de inventarios que es comúnmente utilizado para evaluar la eficiencia con la que una empresa convierte su inventario en ventas

durante un periodo de tiempo específico, que se calcula con la fórmula de costo de ventas dividido para inventario promedio lo cual se observa en la figura 2 negocios dando un resultado promedio de 10 veces por año que quiere decir que está vendiendo a un ritmo moderado.

Figura 18

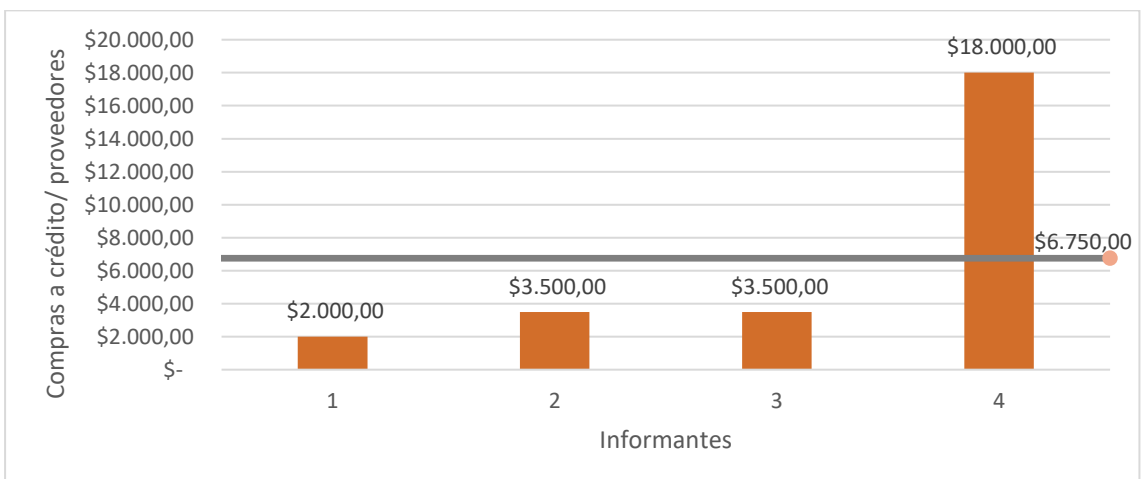
Indicador de manejo de inventarios



6.3.3.2. Grupo 2 según activos desde 45 mil hasta 65 mil. La Figura 19 muestra el indicador de compras a crédito versus proveedores, es importante para evaluar la eficiencia de la gestión de la empresa, además se puede decir que si el indicador es bajo la empresa paga a sus proveedores rápidamente en comparación con el volumen de compras realizadas a crédito por otro lado si el indicador es alto indica que la empresa tarda más en pagar a sus proveedores, es así que se observa un promedio de \$6.750, 00, donde 3 de las 4 empresas están por debajo del promedio que significa que tienen una mejor distribución en sus compras con los diferentes proveedores.

Figura 19

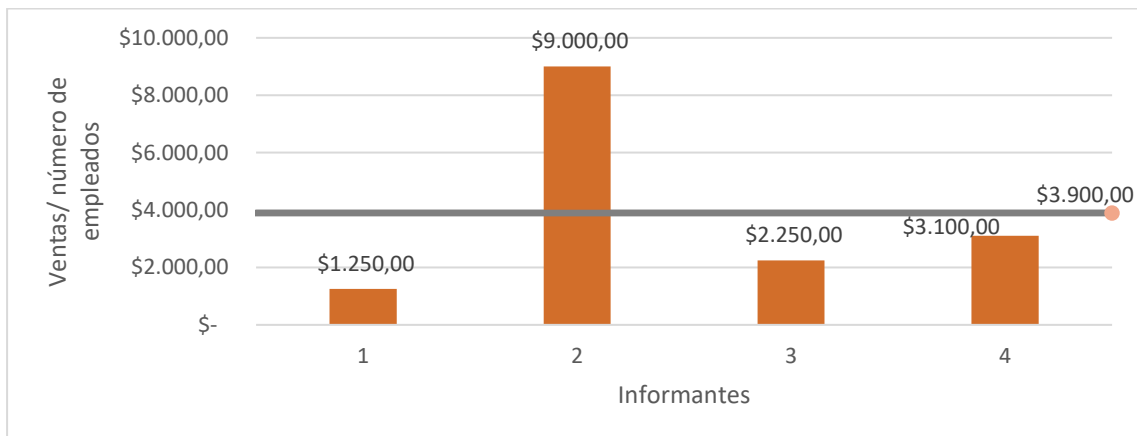
Indicador empresarial de compras a crédito a cada proveedor



La Figura 20 muestra el indicador empresarial de ventas por cada empleado, este indicador es crucial para evaluar la eficiencia del equipo de ventas de la empresa, además proporciona información valiosa para identificar los empleados más efectivos y poder establecer objetivos realistas de desempeño, por lo tanto se observa en la gráfica el promedio que es de \$3.900,00 y en la cual se encuentran 1 negocio por encima del promedio y 3 por debajo del promedio es decir no cumplieron con la meta del valor de venta de cada empleado, esto podría ser el resultado de problemas de gestión, y falta de motivación del personal.

Figura 20

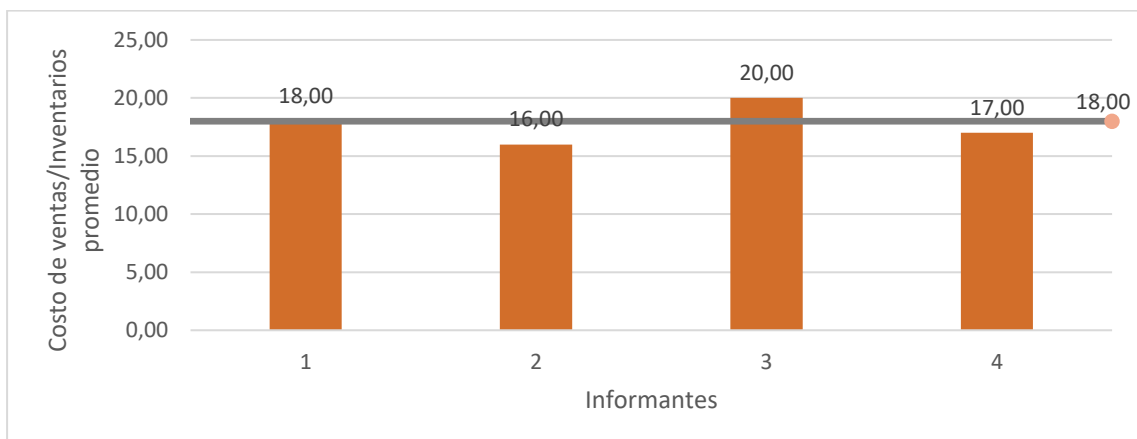
Indicador de ventas versus número de empleados



La figura 21 de indicador de manejo de inventarios significa que una alta rotación de inventario generalmente indica una gestión eficiente del inventario ya que implica que la empresa está vendiendo su inventario rápidamente, por otro lado una rotación de inventario baja indica que la empresa tiene demasiado inventario en relación con sus niveles de ventas lo que puede aumentar costos y reducir la rentabilidad, la figura muestra un total de 4 negocios de la venta al por menor de productos farmacéuticos de los cuales 2 se encuentran por debajo del promedio y uno por encima del promedio indicado que es de 18 que quiere decir los negocios reemplazan su inventario aproximadamente 18 veces al año.

Figura 21

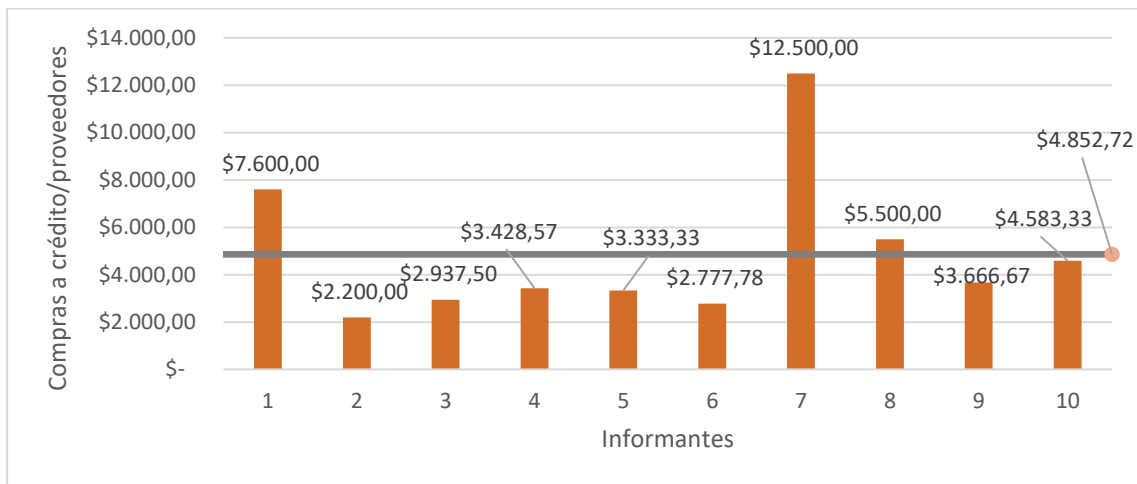
Indicador de manejo de inventarios



6.3.3.3. Grupo 3 desde 66 mil hasta 120 mil. La figura 22 muestra un total de 10 negocios de la venta al por menor de productos farmacéuticos referente al indicador de compras a crédito por cada proveedor, este indicador es de gran importancia para evaluar la eficiencia de la gestión de la empresa en cuanto a la distribución de sus compras, por lo cual la gráfica muestra un resultado promedio de \$4. 852,72, se observa que de los 10 negocios 6 se encuentran por debajo del promedio establecido que permite entender que existe una mejor distribución de las compras a crédito a cada proveedor.

Figura 22

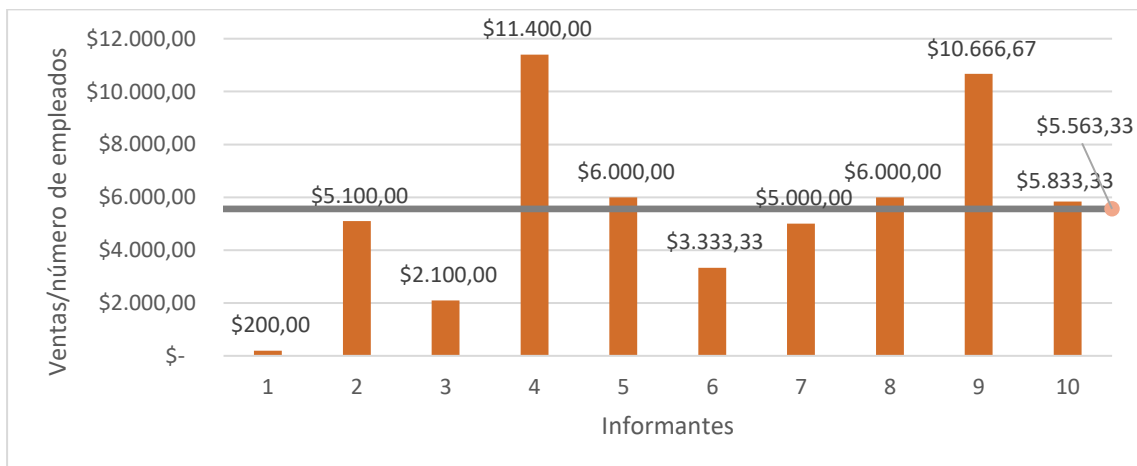
Indicador de compras a crédito por cada proveedor



La Figura 23 muestra el indicador de ventas al contado por el número de empleados, lo cual este indicador es crucial para evaluar la eficiencia del equipo de ventas de la empresa, además proporciona información valiosa para identificar los empleados más efectivos y poder establecer objetivos realistas de desempeño, asimismo muestra un total de 10 negocios de los cuales 5 se encuentran por debajo del promedio establecido que es de \$5.563,33 por cada empleado.

Figura 23

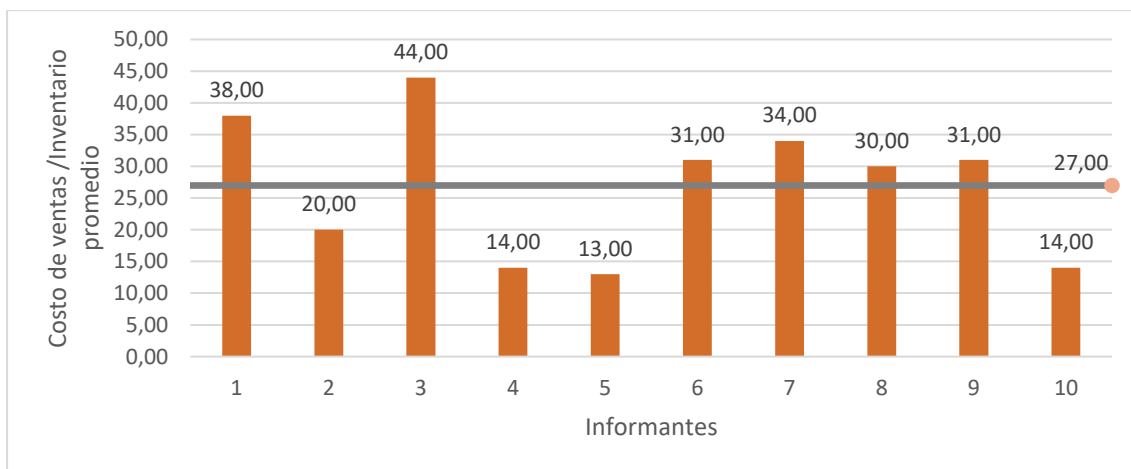
Indicador de ventas al contado versus número de empleados



La Figura 24 muestra el indicador del manejo de inventarios que es muy importante ya que proporcionan una visión integral del manejo de inventarios y pueden ayudar a las empresas a identificar áreas de mejora en sus procesos de gestión de inventarios, indica que una alta rotación de inventario generalmente una gestión eficiente del inventario ya que implica que la empresa está vendiendo su inventario rápidamente, por lo tanto se observa en la tabla un promedio de 32 que significa lo que las empresas venden y reemplazan en 27 veces anualmente, resultando un total de 10 negocios de los cuales 4 se encuentran por debajo del promedio.

Figura 24

Indicador de manejo de inventarios



Conclusión parcial

Los promedios y estadísticas del sector de venta al por menor de productos farmacéuticos respecto a indicadores financieros como de liquidez, endeudamiento y rentabilidad se obtuvo resultados positivos, seguidamente los indicadores empresariales en cuanto a compras, ventas y manejo de inventarios se evidenció que la mayoría de los negocios se manejan correctamente, y generan ganancias.

7. Discusión

Según la investigación de Lascano (2014), está enfocado en el desarrollo de técnicas de retail en aquellas farmacias independientes del cantón Ventanas, donde los beneficios identificados garantizarán a los encargados de los establecimientos farmacéuticos, mejores resultados comerciales, ya que podrán brindar un mejor servicio que permita retener por más tiempo a los actuales clientes, así como que permita captar a nuevos en los diversos sectores del sector, con el objetivo de generar una influencia de como ofrecer un mejor servicio a los clientes, y por ende de como incrementar las ventas, es así que tiene similitud acerca del mismo sector de ventas al por menor y con los factores claves de éxito de esta investigación respecto a compras, ventas que se considera que son aspectos fundamentales en determinar la capacidad de una empresa o negocio y alcanzar el éxito.

En cuanto a los indicadores de desempeño empresarial del sector farmacéutico que son medidas utilizadas para evaluar el desempeño financiero de una empresa, estos indicadores brindan información sobre la rentabilidad, la eficiencia, y solvencia de una empresa, permitiendo a los inversionistas, accionistas y directivos tomar decisiones y monitorear el progreso hacia los objetivos financieros establecidos, concuerda con un estudio de la empresa Farmaenlace Cía. Ltda. es un referente nacional en la comercialización de medicamentos y servicios relacionados a esta área, más aún cuando estos se orientan al consumidor final, el objetivo de estudio del estudio es implementar una solución de Inteligencia de Negocios (BI) para establecer los indicadores claves de desempeño los mismos que son similares a la investigación de las ventas al por menor (Quimbia, 2017).

La investigación de Cartuche (2020), tuvo un enfoque en la aplicación de los indicadores financieros y además de manifestar explícitamente la importancia de los mismos ya que constituyen una herramienta fundamental para el proceso de evaluación del desempeño de una empresa de un periodo determinado, en efecto el objetivo del trabajo de investigación es aplicar de manera correcta cada uno de los indicadores financieros tanto de liquidez y rentabilidad con la finalidad de determinar la gestión financiera de la Distribuidora Farmacéutica Cía.Ltda, para ello se comparó los resultados obtenidos del periodo 2018 y del año 2017 en cuanto a liquidez tuvo un rendimiento de \$1,13 en el año 2018 y \$1,16 en el año 2017 por otra parte un ROA de 5,5% y 6,3% interpretándose que el índice tuvo una disminución y en la razón sobre el patrimonio obtuvo 29,60% y 35,35% tal escenario refleja el aumento por lo tanto no concuerda con la investigación realizada ya que se obtuvo resultados diferentes respecto a liquidez un resultado de \$1,85 resaltando el grupo 3, seguidamente el rendimiento sobre activos un resultado de 13% y el rendimiento sobre el patrimonio del 21%, por otro lado los indicadores no financieros se evidencio un resultado positivo en cuanto al indicador de ventas versus número de empleados y así mismo en el

indicador de compras a crédito versus proveedores se evidenció que están gestionando eficientemente respecto a sus pagos con los proveedores.

En lo relacionado a la pregunta de investigación: ¿En qué condiciones se encuentran las empresas de la sección de venta de productos farmacéuticos del cantón Loja?, los resultados indican que se ha caracterizado de manera cualitativa y cuantitativa esto será de beneficio para cada individuo del sector para evaluar su desempeño ya sea frente a la competencia y con ello plantearse metas estratégicas

En cuanto a las limitaciones para el desarrollo de esta investigación el proceso de recolección de la información resultó bastante complicado al encuestar personalmente a los dueños de los negocios de las farmacias ya que manifestaban que es una información confidencial mostrando desconfianza.

8. Conclusiones

Una vez concluido el trabajo de integración curricular se llegó a las siguientes conclusiones:

Mediante la caracterización se identificó 16 empresas correspondiente a la venta al por menor de productos farmacéuticos la mayor parte ubicadas en las parroquias urbanas del cantón Loja considerándose un sector de mayor acceso para las personas ofreciendo diferentes productos adquiridos de los diferentes laboratorios y empresas como de medicamenta, farmalaya, novaritis, sanofy, bagó, lamosan, siegfried para satisfacer las necesidades de los clientes, así como también se pudo identificar barreras de entrada como es la competencia regulaciones y licencias y capital requerido.

Las empresas de venta al por menor de productos farmacéuticos pueden lograr evaluar su desempeño organizacional de acuerdo a los indicadores financieros como es liquidez, rentabilidad y rendimiento y los indicadores empresariales los cuales se establecieron de acuerdo a los factores claves de éxito identificados como las compras, ventas y manejo de inventarios considerándose elementos fundamentales que proporcionan orientación a las empresas y a enfocarse en sus metas estratégicamente.

La determinación de promedios y estadísticas del sector de venta al por menor de productos farmacéuticos son de gran importancia ya que sirven como referencia para cada empresa poder crear metas estratégicas, se muestran resultados respecto a indicadores financieros en cuanto a liquidez se puede resaltar el grupo 2 con un promedio de 1,80 y el grupo 3 de 1,85 indicando una liquidez eficiente es decir q estos negocios tienen suficientes activos líquidos para cubrir sus pasivos a corto plazo, de igual manera el endeudamiento dio un promedio del 37% es decir que se encuentran con una deuda moderada y un rendimiento del 12% que se considera bastante saludable es decir que los negocios están generando un buen rendimiento, en los indicadores empresariales respecto a sus ventas existe un volumen eficiente que es de \$3.900 en promedio por cada empleado.

9. Recomendaciones

En función a los resultados y conclusiones obtenidas en el Trabajo de Integración Curricular (TIC), se sugiere a los negocios dedicados a la venta al por menor de productos farmacéuticos las siguientes recomendaciones.

- Se sugiere la caracterización para comprender y optimizar la operación de negocios en este sector, permitiendo tomar decisiones informadas y estratégicas que impulsen el éxito empresarial.
- Analizar los factores claves de éxito ya que son de vital importancia y proporcionan orientación, priorización en los negocios, ayudan a enfocarse estratégicamente, tomar decisiones, optimizar los recursos, establecer metas claras, identificar oportunidades y lograr ventajas competitivas.

A que le den mayor importancia a lo que respecta los datos obtenidos de los promedios y estadísticas para que tengan el conocimiento en que se encuentran y así puedan mejorar e implementar mejores estrategias para su buen funcionamiento.

10. Bibliografía

- Alegre, A. (15 de junio de 2022). *Razones Financieras*. <https://n9.cl/krr7l>
- Andrade , X. (28 de junio de 2021). *Industria farmacéutica*. <https://n9.cl/pmovb>
- Arias , E. (01 de abril del 2021). Método sintético. <https://n9.cl/1ezdp>
- Arias, E.(01 de abril de 2020). *Ratios financieros*. <https://n9.cl/p4151>
- Balbin,D, Fontela, A, Juarez,B.,y Zegarra,O.E.(2020). La concentración en el sector farmacéutico peruano y su impacto económico[Tesis de Maestría, Universidad ESAN. Escuela de Administración de Negocios para Graduados]. Repositorio Institucional Universidad ESAN. <https://n9.cl/riu7i>
- Bermejo,M.(18 de marzo de 2017).Tipos de medicamentos según su uso y efectos secundarios. <https://n9.cl/ak95>
- Cartuche, J.(2020) *Indicadores de Liquidez y rentabilidad: una herramienta clave para determinar la gestión financiera de una distribuidora farmacéutica periodo 2017-2018*. [Tesis de Pregrado Universidad Técnica de Machala]. <https://n9.cl/s3voo>
- Castillo, G.(2017) *Estrategia financiera para empresas del Sector Farmacéutico.Caso: Eurofarma S.A.*[Tesis de Postgrado Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador]. <https://n9.cl/18fs2>
- Cedeño, J. (Diciembre de 2021).Desempeño empresarial y su incidencia en la competitividad de la empresa geocorp solutions, cantón guayaquil, provincia guayas año 2019 [Trabajo de titulación en opción al título de magíster en administración de empresas mención: gestión de las pymes] : <https://n9.cl/a1nca>
- Cevallos G y Mejía H. (2020, 10 de abril). El sector farmacéutico en Ecuador <https://n9.cl/wpoq8>
- Coronel, D. P., & Dávila, J. E. (2011). *Caracterización empresarial del sector exportador de la Región 7 del Ecuador*. 1–55 <https://n9.cl/krqj1>
- Durán, F. (2020). Análisis de la subasta inversa corporativa de medicinas y su impacto en desempeño financiero de la industria farmacéutica de quito registrada en la superintendencia de compañías valores y seguros, periodo 2015-2018. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/18792>
- Duque G, Córdova F, Gonzáles K, y Aguirre J. (2021). *Cualidades gerenciales y su influencia en el desempeño empresarial*, NNOVA Research Journal, 6(3), 155–170. <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n3.2021.1873>
- Gitman, y Zutter,C.(2016)*Principios de Administración Financiera* 10macuarta Edición. Pearson Educación.

- González, A. y Ochoa, V. (2021). Aplicación de la metodología de diagnóstico sectorial del grupo ARCOSES en el sector de fabricación de productos farmacéuticos en Colombia. <https://n9.cl/3a81x>
- González, D. (09 de marzo de 2010). Cadena de suministro y logística, los cinco factores claves de éxito. <https://n9.cl/xdd2h>.
- Grefa, Andrea. *Factores claves y generación de valor agregado a la producción de guayusa wiñak con perspectiva de exportación al mercado internacional*. [Universidad Estatal del Sur de Manabí. Ingeniera comercial en mención comercio exterior]. Manabí, 2020. <https://n9.cl/bq1jn>
- Hernández-Sampieri, R., y Mendoza Torres, C. P. (2018). Metodología de la investigación las Rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta. Mc Graw Hill educación. <http://bit.ly/3mK6APo>
- Ibáñez, J. (19 de abril de 2022). *La industria farmacéutica española*. Obtenido de La industria farmacéutica española: <https://n9.cl/heylv>
- Intelligence, Mordor. Mercado farmacéutico de japon. 2023. <https://n9.cl/z9mc71>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC]. (2012). Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CIIU Rev. 4.0). Unidad de Análisis de Síntesis, 44. <https://n9.cl/f5h3w>
- Inga B, Dula L, Becerra F, Juárez A, Zegarra B y Omar, E. (2020). *La concentración en el sector farmacéutico peruano y su impacto económico* [Tesis de maestría, Universidad Esan] <https://n9.cl/keydh>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2010). Clasificación Industrial Internacional Uniforme. <https://n9.cl/0lunu>
- INEC. (2012). Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CIIU Rev. 4.0). Unidad de Análisis de Síntesis, 44. <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/SIN/metodologias/CIIU4.0.pdf>
- Lascano, J. (2014). *Identificación de los factores claves de éxito en la aplicación de técnicas de retail para las farmacias independientes del cantón ventanas* [Tesis de Pregrado, Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil]. <https://n9.cl/hwxlq>
- López, C. (2020). Los factores claves de éxito <https://n9.cl/bmq7h>
- López S, Méndez G, Ávila C, Franco C, y Rueda F. (2023). *Metodologías y aplicaciones de diagnósticos sectoriales una revisión de literatura*, vol 28 p. e17872 <https://doi.org/10.14483/23448393.17872>
- Mariño, W. (2010). 100 indicadores para controlar tu pequeña empresa. Grupo Santillana S.A.
- Naciones Unidas. (2009). Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU). In *Dermatologic Surgery* (Vol. 33, Issue 10). <https://n9.cl/tr47e>

Nirian, P. (01 de mayo del 2020). Método analítico. <https://n9.cl/d9xs6m>

Pérez, L. (22 de junio de 2022). *El sector farmacéutico global. Un análisis de los datos financieros*. Obtenido de El sector farmacéutico global. Un análisis de los datos financieros: <https://n9.cl/8qmx1>

Pacheco, Jesús. *El comercio*. 2022. <https://enciclopediaeconomica.com/comercio/>

Quiroa, M. (1 de abril de 2021). *Análisis sectorial*. Obtenido de Análisis sectorial: <https://n9.cl/7ompk>

Quiroa M. (2020 01 de noviembre). Industria farmacéutica <https://n9.cl/7srrr>

Quimbia, R. (2017). *Modelo de inteligencia de negocios (BI), para el manejo de indicadores clave de desempeño (KPI) en ventas para la toma de decisiones en los retail de farmacias de la empresa Farmaenlace Cía., Ltda.* [Tesis de Postgrado Universidad Técnica del Norte]. <https://n9.cl/q7ey6>

Rodriguez, Nancy. <https://blog.hubspot.es/sales/diagnostico-empresarial>. 10 de Octubre de 2022. <https://n9.cl/lf1ici>

Sánchez, J. (01 de abril de 2020). *Sector económico*. Obtenido de Sector económico: <https://n9.cl/ren4m>.

Silva, D. (4 de enero de 2023). De qué depende el éxito en las ventas. <https://n9.cl/90k36>

Spiegato. (2023). ¿Qué son las estadísticas de la industria? <https://spiegato.com/es/que-son-las-estadisticas-de-la-industria>

Suárez, S. (01 de Julio de 2018). *El sector farmacéutico*. Obtenido de El sector farmacéutico. <https://n9.cl/qwmag>

Sevilla, A. (01 de marzo de 2020). *Comercio*. Obtenido de Comercio: <https://n9.cl/f0983>

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros [SCVS]. (2021) | *Ecuador - Guía Oficial de Trámites y Servicios*. Wwww.gob.ec. <https://www.gob.ec/scvs>

Superintendencia de control del poder de mercado [SPCM]. (2015). *Superintendencia de control del poder de mercado*. <https://n9.cl/yv65p0>

Servicio de Rentas Internas del Ecuador [SRI] . (2020) *intersri - Servicio de Rentas Internas*. Sri.gob.ec. <https://www.sri.gob.ec/que-es-el-sri>

Suttle, Rick. *Importancia de las estadísticas en la industria y los negocios*. 2018. <https://n9.cl/maiby>

Torres. M (2019). Modelo de las cinco fuerzas porter. 167.116 <https://n9.cl/skxr3a>

11. Anexos

Anexo 1

Volante de información

Tesista : Tania Isabel Balcazar Balcazar

Carrera : Finanzas



unl

Universidad
Nacional
de Loja

La Universidad Nacional de Loja en su afán de contribuir de manera positiva a la sociedad, está llevando de manera conjunta entre docentes y estudiantes el siguiente proyecto de investigación:

Diagnóstico sectorial de venta al por menor de productos farmacéuticos, de acuerdo a la clasificación industrial internacional uniforme del cantón Loja.

Objetivo

Proporcionar los promedios de la industria a las empresas privadas para que entorno a ello se identifique fortalezas y debilidades que faciliten la toma de decisiones estratégicas.

Por tanto, se solicita muy comedidamente su colaboración, recalcando que la información proporcionada será manejada con absoluta confidencialidad.



Nota importante...

Este estudio se realiza periódicamente en países como EE.UU, Colombia, y Argentina, permitiendo a las empresas posicionarse en el mercado y obtener la mayor ganancia.

¿Sabías qué...?

Para constatar la validez del proyecto

Las estadísticas de la industria son los promedios obtenidos de un conjunto de empresas en áreas como: ventas, gastos, clientes, etc.

carlos.rodriqueza@unl.edu.ec
0994022030
Internacional: +593 7254510
Nacional: (07) 2545100
direccion.investigacion@unl.edu.ec



Director del proyecto: Carlos Rodríguez
Carrera: Finanzas



Anexo 2

Encuesta



Universidad
Nacional
de Loja

Estamos realizando una investigación con el propósito de obtener información relevante y poder determinar las estadísticas y los promedios de la industria razón por la cual se le pide de la manera más comedida que llene el siguiente cuestionario.

La información será confidencial, anónima y de beneficio en toma de decisiones.

Datos Generales

Actividad de CIU:

Ruc:

Nombre del Negocio:

Dirección:

Instrucción general:

Por favor, marque con una (x) según considere

1.¿Cuál es el monto aproximado en activos totales (todos los bienes muebles e inmuebles y derechos de la empresa incluido inventarios)?

\$ 1.000,00	\$ 60.405,21
\$ 60.406,21	\$ 119.811,42
\$ 119.812,42	\$ 179.217,63
\$ 179.218,63	\$ 238.623,84
\$ 238.624,84	\$ 298.030,05
\$ 298.031,05	\$ 357.436,26
\$ 357.437,26	\$ 416.842,47

2.¿Cuál es el monto aproximado de sus activos corrientes indique el valor aproximado?

.....

3.¿Cuál es el monto aproximado en inventarios (mercadería)?

.....

4.¿Cuál es el monto aproximado en pasivos totales (todas las obligaciones de la empresa con terceros a corto y largo plazo)?

\$ 2.004,51	\$ 13.506,46
\$ 13.507,46	\$ 25.009,42
\$ 25.010,42	\$ 36.512,37
\$ 36.513,37	\$ 48.015,32
\$ 48.016,32	\$ 59.518,27

5.¿Cuál es el valor de patrimonio que posee?

.....

6. ¿Cuál es el monto aproximado de utilidad neta que le genera el negocio?

.....

7.¿Cuál es el monto promedio de compras a crédito mensuales?

- \$ 3.000,00 \$ 10.000,00
- \$ 11.000,00 \$ 20.000,00
- \$ 21.000,00 \$ 30.000,00
- \$ 31.000,00 \$ 40.000,00
- \$ 41.000,00 \$ 50.000,00
- \$ 51.000,00 \$ 60.000,00
- \$ 61.000,00 \$ 70.000,00
- \$ 71.000,00 \$ 80.000,00

8.¿Cuál es el monto promedio de ventas al contado mensuales?

- \$ 2.332,89 \$ 19.102,13
- \$ 19.103,13 \$ 35.872,37
- \$ 35.873,37 \$ 52.642,62
- \$ 52.643,62 \$ 69.412,86
- \$ 69.413,86 \$ 86.183,10
- \$ 86.184,10 \$102.953,34

9.¿Cuántos proveedores tiene aproximadamente?

- 1 a 3
- 4 a 6
- 7 a 9
- 10 a 12
- 13 a 15
- Otro indique

10.¿Cuántos clientes aproximadamente tiene su negocio actualmente? Escoja una opción

- 20 a 40
- 50 a 100
- 101 a 150
- 151 a 200
- 201 a 250
- 251 a 300

11.¿Cuántos empleados (vendedores) tiene aproximadamente en su negocio? Escoja una opción

- 1 a 3
- 4 a 6
- 7 a 9
- 10 a 12
- 13 a 15
- Otro indique

12. ¿Cuál es el porcentaje de descuentos?

- 20% a 30%
- 30% a 40%
- 40% a 50%
- Otro indique

13. Cada que tiempo se abastece de nuevos productos

- cada semana
- Cada 15 días
- Cada mes
- Cada 3 meses
- Cada 6 meses
- Otro indique.....

14. ¿Qué tiempo de duración tienen los productos?

- 1 años a 3 años
- 4 años a 6 años
- 7 años a 9 años
- Otros indique

15. ¿Tiempo promedio que demora un trabajador en atender un cliente? Escoja una opción

- 1 min a 3 min
- 4 min a 6 min
- 7 min a 9 min
- 10 min a 12min
- 13 min a 15 min
- Otro indique

16. ¿Cuántos proveedores le aceptan pago a crédito?

- 1 a 3
- 4 a 6
- 7 a 9
- Otro indique

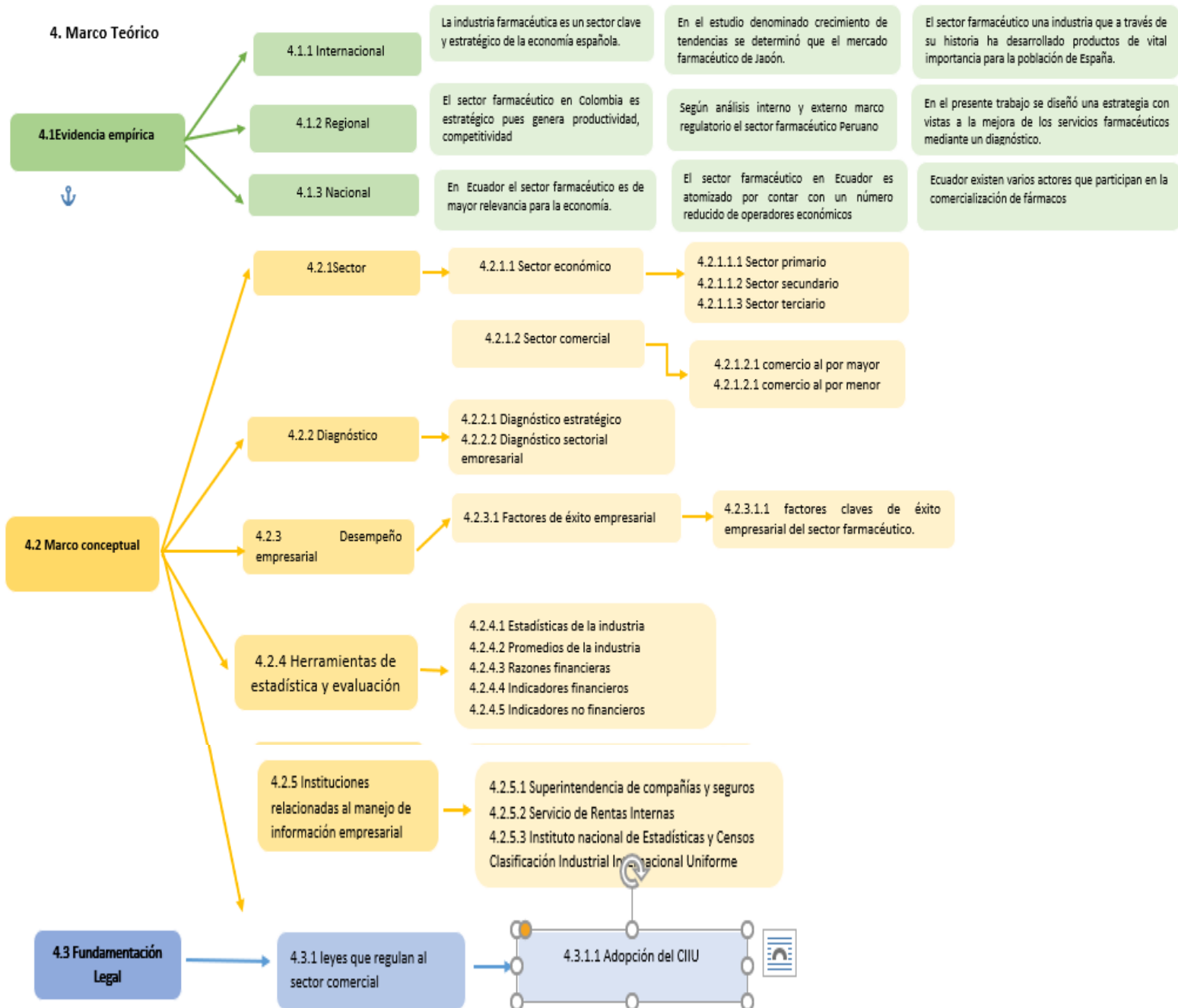
17. ¿Cuánto es el costo de ventas aproximadamente?

.....

Gracias por su colaboración

Anexo 3

Estructura de marco teórico



Anexo 4

Difusión de resultados

Diagnóstico sectorial de venta al por menor de productos farmacéuticos, de acuerdo a la clasificación industrial internacional uniforme del

OBJETIVO

Proporcionar los promedios de la industria a las empresas privadas para que entorno a ello se identifique fortalezas y debilidades que faciliten la toma de decisiones estratégicas.

RESULTADOS INDICADORES



Grupo 1 activos desde 0 hasta 35 mil			
Indicadores	Razón	Promedio	Explicación
Liquidez	Liquidez corriente	1,49	Indica que tiene suficientes activos líquidos, es decir que por cada dólar que debe le queda 0,49 para pagar sus deudas.
	Prueba ácida	1,02	Significa que tiene suficientes activos líquidos para pagar sus deudas.
Endeudamiento	Razón de endeudamiento	40%	Representa la proporción de deuda.
Rendimiento	ROA	12%	Significa que esta generando una rentabilidad del 12%.
	ROE	20%	Esta utilizando eficientemente sus activos lo cual esta generando una rentabilidad adecuada del 20%.

Grupo 2 activos desde 45 mil hasta 65 mil			
Indicadores	Razón	Promedio	Explicación
Liquidez	Liquidez corriente	1,80	Indica que tiene suficientes activos líquidos, es decir que por cada dólar que debe le queda 0,80 para pagar sus deudas.

Grupo 3 activos desde 66 hasta 120mil			
Indicadores	Razón	Promedio	Explicación
Liquidez	Liquidez corriente	1,85	Muestra que tiene suficientes activos líquidos, es decir que por cada dólar que debe le queda 0,85 para pagar sus deudas.
	Prueba ácida	1,32	Significa que tiene suficientes activos líquidos para pagar sus deudas.
Endeudamiento	Razón de endeudamiento	45%	Representa la proporción de deuda moderada
Rendimiento	ROA	14%	Significa que esta generando una rentabilidad del 14%.
	ROE	37 22%	Esta utilizando eficientemente sus activos lo cual esta generando una rentabilidad adecuada del 22%



INDICADORES

EMPRESARIALES

Son indicadores clave de rendimiento, son medidas cuantitativas o cualitativas utilizadas para evaluar el desempeño de una empresa en relación con




Grupo 1 según activos desde 0 hasta 35 mil			
Indicador	Fórmula	Promedio	Explicación
Compras	$\frac{\text{Compras a crédito mensuales}}{\text{proveedores}}$	\$2.458,33	Evalúa la eficiencia de la gestión de la empresa.
Ventas	$\frac{\text{Ventas al contado}}{\text{número de empleados}}$	\$2.250,00	Es crucial para evaluar la eficiencia del equipo de ventas
Manejo de Inventarios	$\frac{\text{Valor total de ventas}}{\text{inventarios promedio}}$	0,48	proporcionan una visión integral del manejo de inventarios

Grupo 2 según activos desde 45 mil hasta 65mil			
Indicador	Fórmula	Promedio	Explicación
Compras	$\frac{\text{Compras a crédito mensuales}}{\text{proveedores}}$	\$6.750,00	Evalúa la eficiencia de la gestión de la empresa.
Ventas	$\frac{\text{Ventas al contado}}{\text{número de empleados}}$	\$3.900,00	Es crucial para evaluar la eficiencia del equipo de ventas
Manejo de Inventarios	$\frac{\text{Valor total de ventas}}{\text{inventarios promedio}}$	0,23	proporcionan una visión integral del manejo de

Grupo 3 según activos desde 66 mil hasta 120 mil			
Indicador	Fórmula	Promedio	Explicación
Compras	$\frac{\text{Compras a crédito mensuales}}{\text{proveedores}}$	\$4.852,72	Evalúa la eficiencia de la gestión de la empresa.
Ventas	$\frac{\text{Ventas al contado}}{\text{número de empleados}}$	\$5.563,33	Es crucial para evaluar la eficiencia del equipo de ventas
Manejo de Inventarios	$\frac{\text{Valor total de ventas}}{\text{inventarios promedio}}$	0,52	proporcionan una visión integral del manejo de inventarios

Anexo 5

Registro de socialización del volante de difusión de resultados


unl

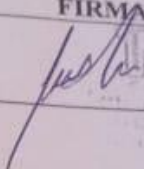


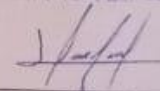
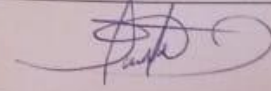
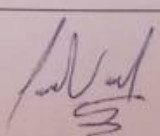
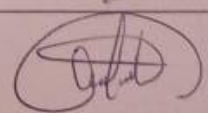
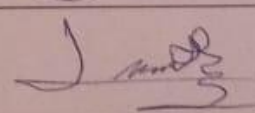
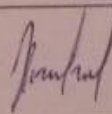
Universidad
Nacional
de Loja

CARRERA DE FINANZAS

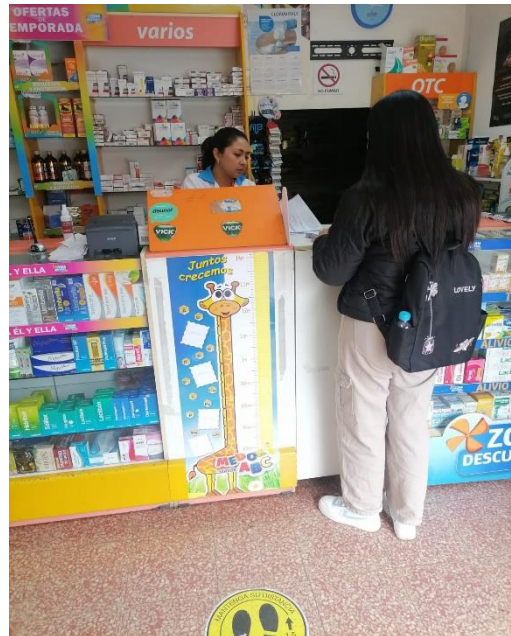
Registro de haber socializado los resultados con los actores que operan en la actividad G4772.01 (venta al por menor de productos farmacéuticos en establecimientos especializados)

Los resultados compartidos por medio de una hoja volante permitirán a sus beneficiarios evaluar su gestión dentro de la industria, para a partir de ello tomar decisiones y establecer metas puntuales que contribuyan a su crecimiento.

A continuación, se pide registrar su firma como constancia de que se ha socializado los resultados del proyecto.

EMPRESA	FIRMA
FARMACIA MODELO	 
Farmacia "San Pablo"	ASBP
Farmacia Sara Betsabe	 FARMACIA SARA BETSABE Jenny Idrovo León RUC: 1101997086001 Juan de Salinas 15-22 / Sucre y 18 de N...
Farmacia Pichincha	
FARMACIA AMAZONAS NORTE	
Farmacia Conibamba	
Farmacia San Eduardo	
FARMACIA JERUSALEN	
Farmacia Jorge David	

Anexo 6
Fotografías





Anexo 7

Certificado de traducción del Abstract

Loja, 28 de Febrero de 2024

CERTIF. N°. 013-KC-2024

*La suscrita, Lic. Karla Juliana Castillo Abendaño, Mgs., con cédula de identidad 1105213019 **DOCENTE DE INGLÉS DE EDUCACION SUPERIOR**", a petición de la parte interesada y en forma legal,*

C E R T I F I C A

*Que el numeral 2.1 **ABSTRACT**, del Trabajo de investigación, titulado **"DIAGNÓSTICO SECTORIAL DE VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS, DE ACUERDO A LA CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME DEL CANTÓN LOJA"** de autoría de la señorita **TANIA ISABEL BALCAZAR BALCAZAR**, con C.I. 1105420531, estudiante de la carrera de Finanzas de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, está correctamente traducido del idioma español al idioma inglés, para lo cual se autoriza la impresión y presentación para los fines pertinentes.*

Facultando al interesado hacer uso del presente documento en lo que estime conveniente

English is the doorway to the future!



Lic. Karla Juliana Castillo Abendaño, Mgs.
ENGLISH PROFESSOR OF SUPERIOR EDUCATION