



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

ESCUELA DE SALUD

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA EN
LA PARROQUIA DEL CONDADO, BARRIO COLINAS DEL NORTE D.M.Q 2014

Proyecto de Inversión previo a la Obtención del Título de Tecnóloga en Administración
De Boticas Y Farmacias

Autora: Cahuate Veintimilla Liseth Carolina

Tutor: Eco. Jessica Erazo

Quito, Octubre 2014

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de actor vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a las que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Liseth Carolina Cahuate Veintimilla

C.C 1720904679

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Liseth Carolina Cahuate Veintimilla alumna de la Escuela de Salud libre y voluntariamente cedo derechos de autor de mi investigación en favor al Instituto Tecnológico “Cordillera”

Liseth Carolina Cahuate Veintimilla

C.C 1720904679

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia, que con su infinito amor y empeño hace posible cada etapa de mi vida.

A Dios por cada día darme fuerzas para alcanzar mis metas y seguir en mi proyecto de vida.

A mis tutores Economista Jessica Erazo y Economista Lenin Paredes por su paciencia que a más de ser unos profesionales y excelentes docentes han sido mis amigos quienes me brindaron orientación en todo momento contribuyendo así al alcance de mis metas.

DEDICATORIA

A Dios quien me dio la fe

A mis padres y hermana por enseñarme a alcanzar mis metas

Y mi esposo e hija por su amor incondicional.

Índice General

Titulo	Página
➤ Portada	
➤ Caratula	
➤ Declaración de Aprobación Tutor y Lector	i
➤ Declaración de Autoría del Estudiante	ii
➤ Declaración de Cesión de derechos a la institución	iii
➤ Agradecimiento	iv
➤ Dedicatoria	v
➤ Índice general	vi
➤ Índice de Tablas	xi
➤ Índice de Figuras	xiii
➤ Índice de Anexos	xiii
➤ Resumen Ejecutivo	xv
➤ Abstract	xvi
Capitulo I.....	1
1.01 Justificación.....	1
1.02 Antecedentes	3
Capitulo II	4
2.01 Macro Entorno	4
2.01.01 Factor Economico	4
2.01.01.02 Producto Interno Bruto.....	5
2.01.01.03 Tasas De Interes	7
2.01.01.03.01 Tasa De Interes Activa	7
2.01.01.03.02 Tasa De Interes Pasiva	8
2.01.02 Factor Politico	9
2.01.02.01 Riesgo Pais	9

2.01.03 Factor Social.....	10
2.01.03.01 Desempleo.....	10
2.01.03.02 Nivel Socioeconomico	11
2.01.04 Factor Demografico	12
2.01.04 Factor Legal	13
2.01.04.01 Permiso De Funcionamiento.....	13
2.01.04.02 Asignación Del Uso De Cupos Para Farmacias Y Botiquines.....	14
2.01.05 Factor Tecnologico.....	16
2.02 Entorno Local.....	17
2.02.01 5 Fuerzas De Porter.....	17
2.02.01.01 Rivalidad Entre Competidores.	17
2.02.01.02 Amenazas De Nuevos Entrantes.	18
2.02.01.03 Amenazas De Productos Sustitutos.....	18
2.02.01.04 Poder De Negociación De Los Proveedores	20
2.02.01.05 Poder De Negociación De Los Clientes.....	22
2.03 Analisis Interno	23
2.03.01 Propuesta Estratégica	23
2.03.01.01 Logotipo De La Farmacia	23
2.03.01.02 Visión	24
2.03.01.03 Valores	24
2.03.02 Objetivos	25
2.03.02.01 Objetivo General	25
2.03.02.02 Objetivos Específicos.....	25
2.04 Gestion Comercial.....	25
2.04.01 Nombre De La Farmacia.....	25
2.04.02 Slogan De La Farmacia.	26
2.04.03 Las 4 P Del Marketing	26
2.05 Gestión Administrativa	27
2.05.01 Funciones Del Administrador	28
2.05.02 Funciones Del Dependiente De La Farmacia.....	28
2.05.03 Funciones Del Químico Farmacéutico.....	28
2.06 Gestión Operativa.....	29

2.04 Analisis Foda.....	30
2.05 Matriz De Evaluación Externa.....	31
2.06 Matriz De Evaluación Mefi.....	32
Capitulo III.....	34
3.01 Análisis Del Consumidor.....	34
3.01.01 Análisis De La Población.....	34
3.01.01.01 Características De La Población.....	34
3.01.01.02 Tamaño De La Muestra.....	35
3.01.01.02.01 Fórmula Para Calcular La Muestra.....	35
3.01.02 Obtención De Información.....	36
3.01.02.01 La Encuesta.....	36
3.01.03 Analisis De La Informacion.....	36
3.02 Oferta.....	47
3.02.01 Oferta Historica.....	47
3.02.02 Oferta Actual.....	47
3.02.02.01 Participacion En El Mercado.....	48
3.02.03 Oferta Proyectada.....	49
3.03 Demanda.....	49
3.03.01 Demanda Actual.....	49
3.03.02 Demanda Proyectada.....	50
3.04 Balance Oferta Demanda.....	50
3.05 Balance Oferta Demanda Proyectada.....	51
Capítulo IV.....	52
4.01 Tamaño Del Proyecto.....	52
4.01.01 Capacidad Instalada.....	52
4.01.01.01 Área De Expendio:.....	52
4.01.01.02 Área De Almacenamiento.....	53
4.01.1.02.01 Subareas De Almacenamiento.....	53
4.01.01.03 Área Administrativa.....	53
4.02 Localización.....	54
4.02.01 Macro Localización.....	54

4.02.02 Micro Localización	55
4.02.03 Localización Óptima	56
4.02.03.01 Localización Óptima	56
4.03 Ingeniería Del Producto	57
4.03.01 Definición De Bienes Y Servicios	58
4.03.02 Distribución De La Planta	58
4.03.03 Equipos.....	66
4.04 Aspectos Legales.....	66
4.04.01 Patente	67
4.04.02 Permiso De Bomberos.....	67
4.04.03 Permiso De Vía Pública	67
4.04.04 Ruc Personas Naturales.....	68
Capítulo V	69
5.01 Ingresos Operacionales	69
5.01.02 Ingresos No Operacionales	69
5.02 Costos Operacionales	70
5.02.01 Costo De La Mercadería Disponible Para La Venta	70
5.02.01.02 Medicinas	70
5.02.02.03 No Medicinas	71
5.03 Costos Administrativos	72
5.02.02 Gastos De Venta.....	73
5.02.02.01 Rol De Pagos Administrador	73
5.02.02.02 Rol De Pagos Dependiente.....	74
5.02.02.03 Publicidad.....	74
5.02.02.03.01 Publicidad Inauguración Primer Año	74
5.02.02.03.02 Publicidad Anual.....	75
5.03 Costos Financieros	76
5.04 Inversiones Del Proyecto	78
5.04.01 Activos Fijos	78
5.04.02 Activos Nominales	79
5.04.03 Capital De Trabajo	79

5.05 Estado De Situacion Inicial	80
5.06 Fuentes De Financiamiento	81
5.06.01 Requisitos Para Prestamo	81
Capitulo VI.....	82
6.01 Pronostico Financiero.....	82
6.01.01 Estado De Pérdidas Y Ganancias.....	82
6.01.02 Flujo De Caja	83
6.01.03 Punto De Equilibrio.....	84
6.01.04 T (Mar).....	85
6.02 Evaluación Financiera.....	85
6.02.01 VAN	85
6.02.02 TIR.	86
6.02.03 PRI.....	86
6.02.04 Relacion Costo Beneficio.....	86
6.03 Analisis De Impactos	87
6.03.01 Impacto Ambiental.....	87
6.03.02 Impacto Economico	87
6.03.03 Impacto Productivo	88
Capítulo VII	89
7.01 Conclusiones	89
7.02 Recomendaciones.....	90
A.Anexos.....	91
Bibliografia	93

ÍNDICE DE TABLAS

Título	Página
Capítulo I.....	1
Tabla 1 Inflación	4
Tabla 2 Pib	6
Tabla 3 Tasa Interés Activa.....	7
Tabla 4 Tasa Interés Pasiva.....	8
Tabla 5 Riesgo País.....	9
Tabla 6 Desempleo.....	10
Tabla 7 Nivel Socioeconómico	11
Tabla 8 Crecimiento Demográfico.....	12
Tabla 9 Equipos De Trabajo	16
Tabla 10 Matriz Foda	30
Tabla 11 Matriz Mefe.....	31
Tabla 12 Matriz Mefi	32
Tabla 13 Matriz De Estrategias.....	33
Capítulo III.....	34
Tabla 14 Pregunta 1	37
Tabla 15 Pregunta 2	38
Tabla 16 Pregunta 3	39
Tabla 17 Pregunta 4	40
Tabla 18 Pregunta 5	41
Tabla 19 Pregunta 6	42
Tabla 20 Pregunta 7	42
Tabla 21 Pregunta 8	44
Tabla 22 Pregunta 9	45
Tabla 23 Pregunta 10	46
Tabla 24 Oferta Histórica.....	47
Tabla 25 Oferta Actual.....	47
Tabla 26 Participación En El Mercado	48
Tabla 27 Oferta Histórica.....	49

Tabla 28 Demanda Actual.....	49
Tabla 29 Demanda Proyectada.....	50
Tabla 30 Balance Oferta Demanda	50
Tabla 31 Balance Oferta – Demanda Proyectada	51
Capítulo IV.....	52
Tabla 32 Localización Óptima	57
Tabla 33 Equipos	57
Tabla 34 Demanda Actual.....	69
Tabla 35 Laboratorios Proveedores	70
Tabla 36 Detalle De No Medicinas.....	71
Tabla 37 Gastos Administrativos	72
Tabla 38 Calculo De La Depreciación.....	72
Tabla 39 Gastos De Ventas	73
Tabla 40 Rol De Pagos Del Administrador.....	73
Tabla 41 Rol De Pagos Del Dependiente	73
Tabla 42 Publicidad.....	74
Tabla 43 Publicidad Anual.....	75
Tabla 44 Gasto Financiero	76
Tabla 45 Tabla De Amortización.....	77
Tabla 46 Activos Fijos	77
Tabla 47 Activos Nominales.....	79
Tabla 48 Capital De Trabajo	79
Tabla 49 Estado De Situación Inicial.....	80
Tabla 50 Fuentes De Financiamiento.....	81
Capitulo VI.....	82
Tabla 51 Estado De Pérdidas Y Ganancias.....	82
Tabla 52 Flujo De Caja O Efectivo.....	83
Tabla 53 T (Mar).....	85
Tabla 54 Evaluación Financiera.....	86

ÍNDICE DE FIGURAS

Título	Página
Capítulo II	4
Figura 1 Crecimiento De La Inflación	5
Figura 2 Crecimiento Del Pib	6
Figura 3 Tasa De Interés Activa.....	8
Figura 4 Tasa De Interés Pasiva.....	9
Figura 5 Desempleo	11
Figura 6 Estratificación Social	12
Figura 7 Crecimiento Demográfico	13
Figura 8 Las 4 P Del Marketing.....	13
Figura 9 Gestión Administrativa.....	27
Figura 10 Gestión Operativa	29
Capítulo III.....	34
Figura 11 Pregunta 1	37
Figura 12 Pregunta 2	38
Figura 13 Pregunta 3	39
Figura 14 Pregunta 4	40
Figura 15 Pregunta 5	41
Figura 16 Pregunta 6	42
Figura 17 Pregunta 7	42
Figura 18 Pregunta 8	44
Figura 19 Pregunta 9	45
Figura 20 Pregunta 10	46
Figura 21 Participación En El Mercado	48

Capítulo IV.....	52
Figura 22:Macro Localización	54
Figura 23: Micro Localización.....	55
Figura 24: Localización Óptima.....	56
Figura 25: Vista Frontal Tufarmaplus.....	60
Figura 26: Vista Superior Tufarmaplus.....	61
Figura 27: Vista Lateral Tufarmaplus	62
Figura 28: Vista Lateral Caja Tufarmaplus.....	63
Figura 29: Vista Lateral Baño Y Perchas Tufarmaplus	64
Figura: 30 Plano De Distribución De La Planta Tufarmaplus	65

ÍNDICE DE ANEXOS

A.Anexos.....	91
Encuesta	91

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio fue elaborado con mucha responsabilidad siguiendo correctamente los pasos indicados para su realización, es por ello que se han detectado muchas ventajas al realizar un proyecto de inversión como la creación de una farmacia en el barrio colinas del norte, pensando en el beneficio de los habitantes del sector, a través de el expendio y la comercialización eficaz y eficiente, ofreciendo productos de calidad excelentes instalaciones, atención de primera. Y variedad tanto en precios como en marcas de industrias farmacéuticas.

Se realizó un análisis de los consumidores por medio de una encuesta, para determinar aspectos importantes para el desarrollo del proyecto.

El proyecto se encuentra encaminado a promover la actividad farmacéutica. este proyecto me brindó muchas enseñanzas ya que al investigar y analizar la información consultada no fue fácil, ayudando así a reforzar conocimiento adquiridos en las aulas; además me dio la oportunidad de conocer la manera más óptima de crear un negocio sin miedo a que este fracase y conociendo todo lo necesario para poner en marcha una farmacia. Mediante el proyecto se pudo determinar que la comercialización de productos farmacéuticos, es una actividad rentable capaz de generar recursos económicos aportando al desarrollo del sector de estudio y a la economía del país.

ABSTRACT

This study was conducted with great responsibility correctly by following the steps to achieve them, which is why we have detected many advantages when making an investment project as the creation of a pharmacy in the Hills district North, with the benefit of the inhabitants of the area, through the sale and the effective and efficient marketing, offering quality products excellent facilities, attention first. And variety in both price and brand pharmaceutical industries.

Consumer analysis was performed by means of a survey to determine important aspects of the project development.

The project is aimed at promoting pharmaceutical activity. Be project provided me many lessons as to research and analyze information consulted was not easy, helping to reinforce knowledge acquired in the classroom; He also gave me the opportunity to meet the most optimal way to create a business without fear that this will fail and knowing everything you need to start a pharmacy. Through the project it was determined that the marketing of pharmaceuticals, is a profitable business capable of generating financial resources contributing to the development of the study area and the economy of the country

CAPITULO I

1.01 JUSTIFICACION

En la actualidad, el país enfrenta una serie de problemas, que son el resultado de la mala Administración de los recursos públicos y de una ineficaz política de reactivación de la Economía, que ha venido trascendiendo desde hace muchos años atrás.

Razón por la cual la mayoría de las personas que acceden al servicio de salud tienen que adquirir los medicamentos en lugares que no son del ministerio de salud pública ya que no hay suficientes recursos para la demanda existente.

Es por ello que se ha determinado que una de las problemáticas que aqueja al Barrio Colinas del Norte ubicado en el norte de la ciudad de Quito, parroquia del Condado, es la inexistencia de farmacias grandes o medianas en las que se pueda encontrar variedad de productos farmacéuticos a diversos precios.

Lo cual limita a los habitantes en la adquisición de medicamentos, obligándolos a trasladarse a otros lugares para adquirir el mencionado producto.

Es por ello que surge la propuesta de realizar un estudio de factibilidad para la creación de una farmacia en el distrito metropolitano de Quito, en la parroquia del condado, Barrio Colinas del Norte.

En el estudio de factibilidad se realizara una investigación de mercado, un análisis a los consumidores. La propuesta se encuentra orientada a brindar bases de emprendimiento y a promover la actividad farmacéutica a través de un proceso de Comercialización eficaz y eficiente, ofreciendo productos de calidad excelentes instalaciones, servicio de atención al cliente de primera. Y variedad tanto en precios como en marcas de industrias farmacéuticas.

Finalmente en el presente trabajo se determinara que la comercialización de productos farmacéuticos, es una actividad rentable y viable capaz de generar recursos económicos y posicionamiento en el mercado local y nacional, aportando positivamente a la economía del País y beneficiando en la salud al barrio colinas del norte.

1.02 ANTECEDENTES

Existe un alto riesgo en cuanto a los precios de medicinas, porque están fijados por el Estado, lo que permite una seguridad en porcentaje de rentabilidad. La ubicación estará en punto estratégico para todos los habitantes,

Detectando así que el proyecto es viable aunque no en gran proporción pero si para abastecer los gastos de los mismos y retribuir la inversión de Capital de Trabajo.

(BÓSQUEZ REMACHE MARCELA SUSANA, Septiembre 2012)

Proyecto de factibilidad de creación de una farmacia de autoservicio en el Cantón de Pimampiro, la cual con un estudio de mercado ha detectado una demanda insatisfecha. Por la falta de comercialización de productos farmacéuticos la misma que no cubre las necesidades de los habitantes del Cantón.

El estudio realizado tiene como resultado un impacto positivo a nivel social, económico y educativo, ayudando al desarrollo de los habitantes, cambiando la conducta de compra y aumentando los niveles de ingreso con la generación de empleos y determinando así que el proyecto es viable y rentable al ponerlo en marcha. (PALACIOS PEREZ JOSE LUIS Enero, 2012)

CAPITULO II

2.01 MACRO ENTORNO

2.01.01 FACTOR ECONÓMICO

Los factores económicos son indicadores de gran importancia porque nos permite realizar un análisis anticipado del fracaso y la toma de decisiones más acertadas evitando posibles dificultades.

2.01.01.01 INFLACIÓN

Proceso económico que se provoca por la inestabilidad que existe entre la producción y la demanda; la cual provoca una subida de los precios de la mayor parte de los productos y servicios trayendo consigo la devaluación del dinero para poder adquirirlos o hacer uso de los mismos.

Tabla 1
Incremento de la inflación

INFLACIÓN 5 ÚLTIMOS AÑOS	
Años	% Incremento
2010	3,33%
2011	5,41%
2012	4,77%
2013	2,70%
2014(Mayo)	3,41%

Elaborado por: Liseth Cahuate

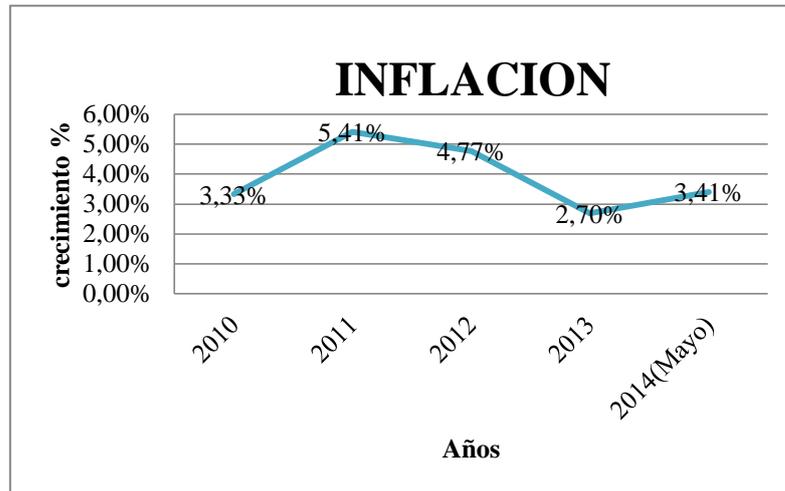


Figura 1 Crecimiento de la Inflación

Elaborado por: Liseth Cahuate

Análisis.- La inflación afecta a todos, pues al tener un excesivo crecimiento de precios en los productos básicos, la economía del país se ve afectada por lo que se provoca una disminución de las ventas debido a los altos precios ofrecidos en el mercado. Se observa que la inflación asciende y representa una amenaza para poner en marcha el proyecto.

2.01.01.02 PRODUCTO INTERNO BRUTO

El Producto Interno Bruto se define como los bienes y servicios producidos en un periodo de un año y que hayan sido elaborados dentro del país.

Tabla 2
PIB

PIB	
Años	PIB
2011	8,00%
2012	5,10%
2013	3,70%
2014 (mayo)	4,00%

Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: Banco Central del Ecuador

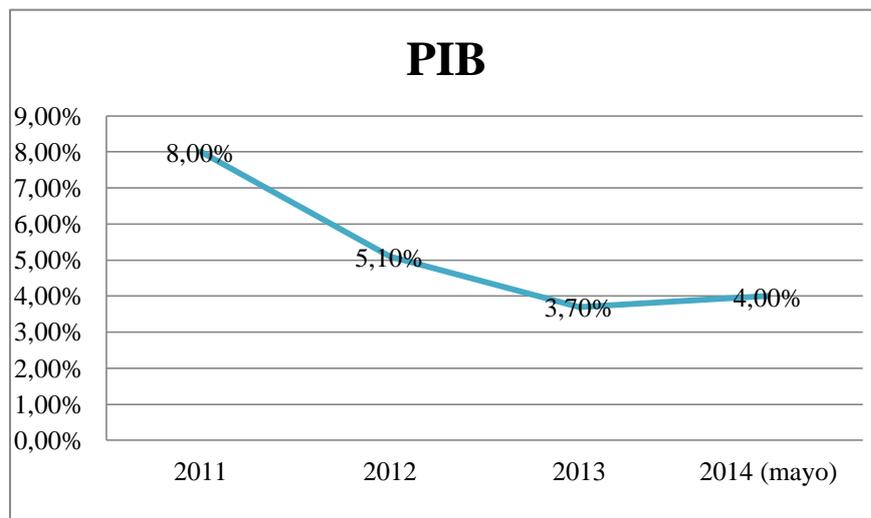


Figura 2 Crecimiento del PIB
Elaborado por: Liseth Cahuate

Análisis.- El crecimiento del PIB significa el crecimiento del poder económico, lo que demuestra si la empresa tendrá ingresos según la tabla el PIB. En el 2014, se puede determinar como una oportunidad ya que si sigue manteniéndose en ascenso es un buen indicador para poner en marcha el proyecto.

2.01.01.03 TASAS DE INTERES

La tasa de interés es el precio que se paga por usar el dinero en casos de préstamos, cuyo porcentaje está fijado por el Banco Central del Ecuador y mientras la tasa de interés alta incentiva el ahorro y una tasa de interés baja incentiva el consumo.

2.01.01.03.01 TASA DE INTERES ACTIVA

Porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del banco central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios. Son activas porque son recursos a favor de la banca.

Tabla 3
Tasa Interés Activa

TASA DE INTERES ACTIVA	
Años	% Incremento
Junio-30-2014	8.19 %
Mayo-31-2014	7.64 %
2013	8.17 %
2012	8.17%

Elaborado por: Liseth Cahuate

Fuente: Banco Central del Ecuador

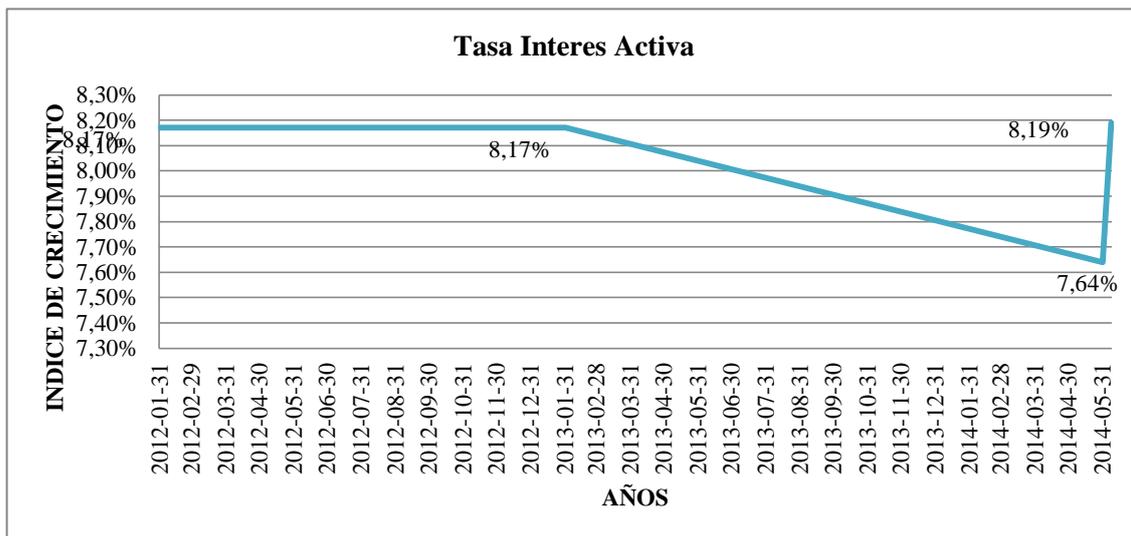


Figura 3 Tasa de Interés Activa

Elaborado por: Liseth Cahuate

Análisis.-El porcentaje de la tasa de interés activa en los dos últimos años está en 8,17% esto es una oportunidad ya que será necesario adquirir un prestamos con un interés estables. Aunque en el mes de marzo se observa un crecimiento al 8.19%.

2.01.01.03.02 TASA DE INTERES PASIVA

Porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen.

Tabla 4
Tasa Interés Pasiva

TASA DE INTERES PASIVA	
Años	% Incremento
Junio-30-2014	5.19 %
Mayo-31-2014	5.11 %
2013	4.53 %
2012	4.53 %

Elaborado por: Liseth Cahuate

Fuente: Banco Central del Ecuador

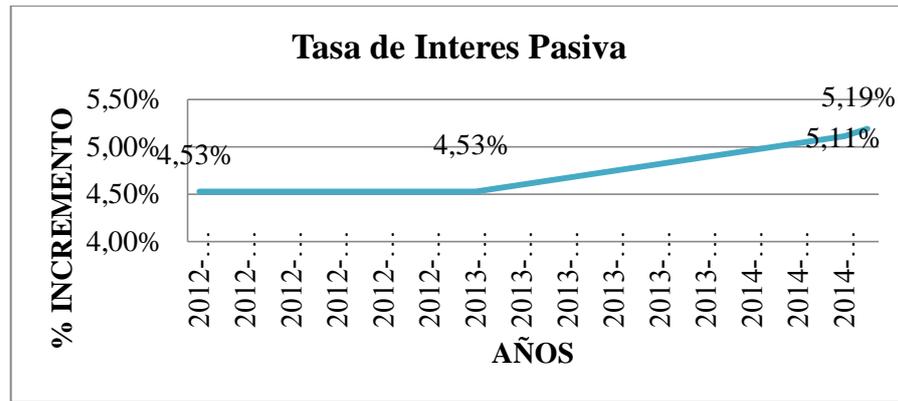


Figura 4 Tasa de Interés Pasiva

Elaborado por: Liseth Cahuate

Análisis.- Este factor representa una amenaza porque los beneficios que nos ofrecen son muy bajos.

2.01.02 FACTOR POLITICO

2.01.02.01 RIESGO PAIS

El riesgo país es un indicador que refleja el EMBI (índice de bonos de mercados emergentes) cada segundo que refleja el valor de calificación de los países en desarrollo.

Un valor alto significa debilidad. (BCE, 2014)

*Tabla 5
Riesgo País*

FECHA	VALOR
20-mar	535
19-mar	519
18-mar	531
17-mar	525
16-mar	544

*Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: Banco Central Del Ecuador*

Análisis: El riesgo país ha incrementado considerablemente los últimos meses, se espera que el valor no siga en crecimiento, convirtiéndose en una amenaza ya que no se podría invertir.

2.01.03 FACTOR SOCIAL

Los factores sociales son variables que se toman en cuenta en base a los estilos de vida, formas de ser, nivel de educación, creencias, costumbres, etc. los factores sociales, son aquellas cosas que afectan a los seres humanos en su conjunto, sea en el lugar y en el espacio en el que se encuentre.

2.01.03.01 DESEMPLEO

Desempleo o desocupación, en la sociedad hace referencia a la situación del trabajador que carece de empleo y por tanto de salario.

Tabla 6
Desempleo

Desempleo	
Años	índice de desempleo
2014	4,12%
2013	4,57%
2012	4,63%
2011	5,07%
2010	6,11%

Elaborado por: Liseth Cahuate

Fuente: Banco Central del Ecuador

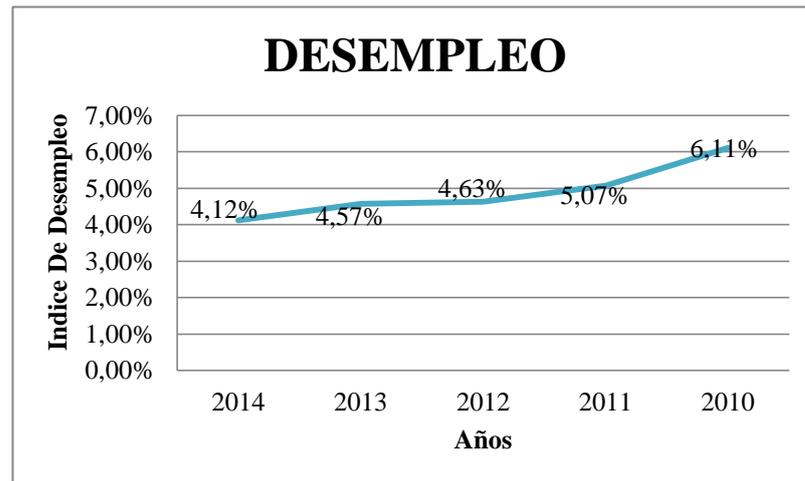


Figura 5 Desempleo
Elaborado por: Liseth Cahuate

Análisis.- El desempleo no refleja ninguna cifra monetaria ya que la pérdida de un ingreso fijo, con la realización de este proyecto se aumentara fuentes de trabajo en el sector. Por otro lado representar una amenaza ya que no existirían consumidores.

2.01.03.02 NIVEL SOCIOECONOMICO

Al analizar el nivel socioeconómico de una familia se examinan, los ingresos del hogar, los niveles de educación y ocupación.

Tabla 7
Nivel Socioeconómico

NIVEL SOCIOECONOMICO	
Estrato	Hogares
A	1,90%
B	11,20%
C+	22,80%
C-	49,30%
D	14,90%

Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: INEC

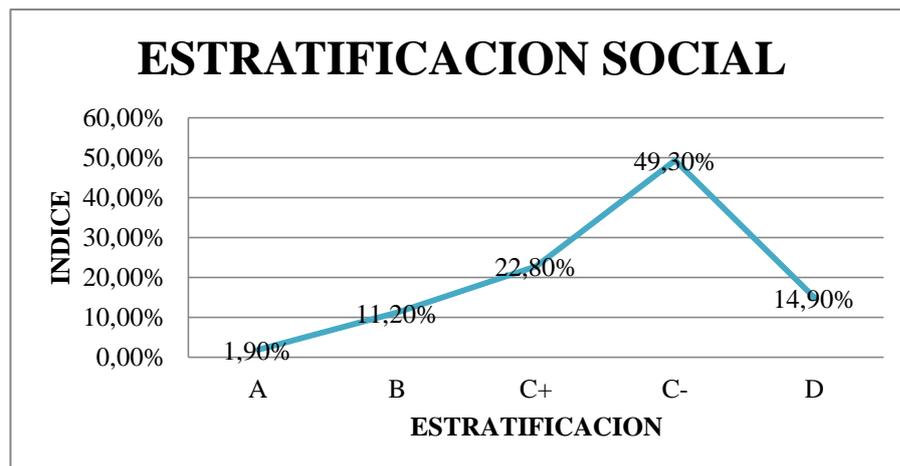


Figura 6 Estratificación Social
Elaborado por: Liseth Cahuate

Análisis.- En el Ecuador siempre has sido catalogado como un país pobre, pese a que tenemos riquezas naturales. Lo que nos demuestra la gráfica y los índices en el Ecuador y el estatus de vida se ha ido mejorando.

2.01.04 FACTOR DEMOGRAFICO

El crecimiento poblacional o crecimiento demográfico puede ser cuantificado como el cambio en el número de individuos en una población por unidad de tiempo.

Tabla 8
Crecimiento Demográfico

CRECIMIENTO DEMOGRÁFICO		
años	Habitantes	crecimiento
2010	14 306 879	1.52%
2014	15 745 532	

Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: INEC

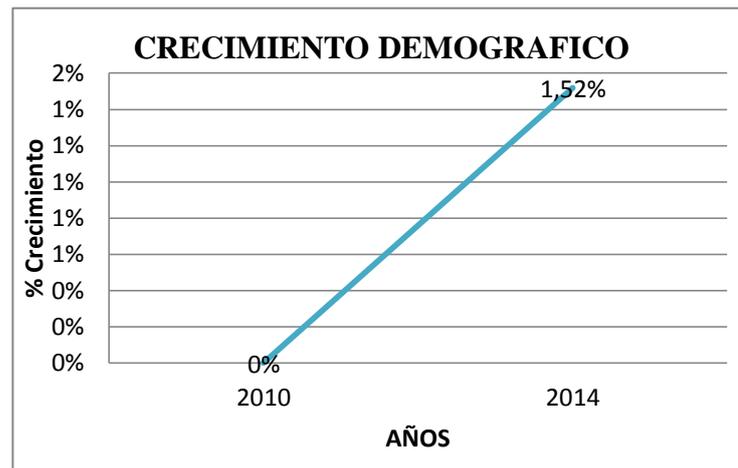


Figura 7 Crecimiento Demográfico
Elaborado por: Liseth Cahuate

Análisis.- En el Ecuador presenta un crecimiento entre el censo del 2010 y el número de población actual según datos del INEC del 1.52% anual. Lo que representa una oportunidad por el apareamiento de nuevos consumidores.

2.01.04 FACTOR LEGAL

2.01.04.01 PERMISO DE FUNCIONAMIENTO A LOS ESTABLECIMIENTOS

SUJETOS A VIGILANCIA Y CONTROL SANITARIO

Son competencia de la ARCSA se solicitan los siguientes requisitos:

- ✓ Croquis de ubicación del establecimiento especificando: cantón, parroquia, sector, calle principal número e intersecciones.
- ✓ Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos; o LUAE en el caso de establecimientos ubicados en el Distrito Metropolitano de Quito.

NOTA 1: Los siguientes requisitos no son necesarios adjuntarlos porque serán verificados en línea con las instituciones pertinentes.

- ✓ Copia de la cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal del Establecimiento.
- ✓ Copia del Registro Único de Contribuyente.
- ✓ Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, Debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
- ✓ El plano del establecimiento a escala 1:50
- ✓ Los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública, serán verificados al momento del control que realiza ARCSA en el Establecimiento, por lo tanto no es necesario que se adjunten.
- ✓ Código del uso de cupo para la instalación de farmacias o botiquines asignado por el Sistema Nacional para la Planificación de Farmacias y Botiquines (**SIPLAFAR**).

2.01.04.02 Asignación del uso de cupos para farmacias y botiquines

Art. 10.- Las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras ingresarán los datos establecidos en el Sistema Nacional de Planificación de Farmacias y Botiquines (SIPLAFAR) a fin de solicitar la asignación del uso de cupo para la instalación de una farmacia o un botiquín a nivel nacional conforme la disponibilidad territorial.

Art. 11.- A partir del ingreso de la solicitud al Sistema SIPLAFAR, la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), o quien ejerza sus competencias, asignará en el plazo de 15 días el uso del cupo disponible en la Planificación Nacional de Farmacias y Botiquines a las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras conforme al orden de ingreso de las solicitudes Receptadas. La asignación para el uso del

cupo se realizará mediante la emisión de un código secuencial alfabético establecida por SENPLADES a través del Sistema de Planificación Nacional de Farmacias y Botiquines (SIPLAFAR).

Art. 12.- En sesenta (60) días la persona natural o jurídica, nacional o extranjera a quien se le otorgó el uso del cupo ingresará la solicitud y los requisitos para obtener el permiso de funcionamiento

En caso de que la persona natural o jurídica, nacional o extranjera no obtenga el respectivo permiso de funcionamiento en el plazo establecido en el inciso anterior, el uso del cupo asignado será cancelado, y el mismo será reasignado al siguiente usuario que ingresó la solicitud en el Sistema SIPLAFAR, y así sucesivamente.

Art. 13.- La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), o quien ejerza sus competencias, previo a la emisión del permiso de funcionamiento, verificará en el Sistema Nacional de Planificación de Farmacias y Botiquines (SIPLAFAR) los datos correspondientes al código presentado por el usuario

Art. 14.- El uso de cupo para la instalación y funcionamiento de farmacias o botiquines, respectivamente, no tiene valor comercial puesto que pertenece al circuito asignado, la transferencia de dominio de los mencionados establecimientos se realizará de conformidad a lo señalado en el Reglamento de Control y Funcionamiento de los Establecimientos Farmacéuticos y sus reformas.

Reglamento para la Planificación Nacional de Farmacias y Botiquines (2014)

2.01.05 FACTOR TECNOLÓGICO

El uso de la tecnología en la actualidad es de gran importancia pues el mercado cada vez está más globalizado por lo que se necesita disponer de una moderna comunicación la cual nos permita ser competitivos y prestar servicios de calidad al cliente final.

Los beneficios de la tecnología son:

Rapidez en el proceso de servicio al cliente.

Mayor productividad.

Mejorar la calidad de vida.

Mayor conocimiento.

Los equipos y maquinaria dispuestos para el funcionamiento del proyecto son:

Tabla 9
Equipos de Trabajo

EQUIPO TECNOLÓGICO
Computadores de escritorio
Línea Telefónica
Programa contable
Impresoras

Elaborado por: Liseth Cahuate

Análisis: el uso de la tecnología se convierte en una oportunidad para poner en marcha el negocio ya que nos permitirá ser competitivos en el mercado.

2.02 ENTORNO LOCAL

Se denomina entorno local al ambiente en donde se realizara las funciones de la empresa.

2.02.01 5 FUERZAS DE PORTER

Desarrolladas por el economista (Michael Porter en 1979), se las utiliza como un modelo de gestión que permite realizar el análisis externo de una empresa, a través del estudio del mercado y, crear estrategias para ser fuertes competidores.

2.02.01.01 RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES.

La rivalidad entre competidores se presenta cuando existen empresas que ofertan los mismos productos que nosotros. Esto provoca una disminución de demanda de los productos, permitiéndonos hacer una comparación y a su vez mejorar las estrategias de la competencia para ser más competitivos.

Existen dos farmacias alrededor que ofrecen los mismos productos, pero la **FARMACIA TUFARMA PLUS** ofrecerá un servicio de calidad ya que es una debilidad de la competencia lo que permitirá competir en el mercado.



Análisis: Farmacias Económicas nacieron en el año 2003 con la agrupación de varias farmacias importantes de diferentes ciudades del Ecuador convirtiéndose en una cadena de farmacia grande en el país, lo que representa una desventaja para **TUFARMA PLUS** la misma que tendrá que generar estrategias para permanecer en el mercado.

FARMACIA HEIDY AND WILLY

Análisis: Se fundó en el año 2005, cuenta con un personal capacitado para la atención al cliente, lo que representa una amenaza ya que tiene varios clientes fidelizados.

2.02.01.02 AMENAZAS DE NUEVOS ENTRANTES.

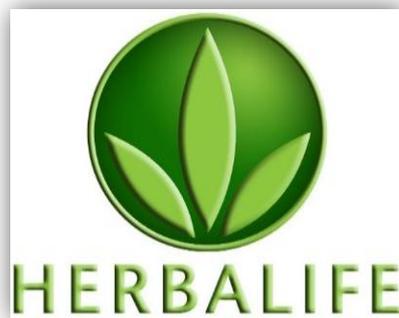
La amenaza de nuevos competidores es grande ya que el sector ha tenido un importante desarrollo y el mercado farmacéutico ha crecido convirtiéndose en un importante negocio. Es preciso indicar que la mayoría son franquicias y no necesitan de una inversión grande para ponerlos en marcha en comparación con la creación de una nueva empresa.

2.02.01.03 AMENAZAS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.

Dicha amenaza se presenta cuando existen empresas que venden productos sustitutos. Se presenta como una amenaza ya que si existen productos sustitutos complican la situación de la empresa. Porque podrían entra en el mercado con Precios bajos reduciendo los ingresos de nuestra empresa. Se diseñara estrategias que nos permitan competir con ellos.

HERBALIFE

La oferta de productos de Herbalife incluye complementos nutricionales. El primero en ser lanzado fue el Formula 1 Nutritional Shake Mix, un batido nutricional que se utiliza como complemento de las comidas. En adición existe una gama de productos nutricionales, siendo en general complementos a base de vitaminas, minerales, hierbas, y otros ingredientes como aloe y vitamina C.



OMNILIFE

Son productos de origen natural destinados a mejorar la calidad de vida de sus consumidores.



FORLIFE

Fundada en UTAH, ESTADOS UNIDOS en 1998, sus fundadores son David y Bianca Lisonbee, buscando opciones para su salud previniendo y combatiendo así todo tipo de enfermedades auto-inmunes y degenerativas, algunas como: alergias, artritis, Fibromialgia tuberculosis, diabetes, lupus, asma, osteoporosis, artrosis, vitíligo, esclerosis múltiple, psoriasis, VIH, y el cáncer, hongos, bacterias.



2.02.01.04 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

Es la capacidad con la que cuenta un proveedor, si están bien constituidos y cuentan con los recursos necesarios podrán imponer condiciones de precio y pedido, pero hay que tomar en cuenta que esto permitirá negociar para llegar acuerdos con los proveedores.

En el mercado farmacéutico hay varios Proveedores que son necesarios para nuestra empresa por lo que seleccionaremos los que sean más beneficiosos para la empresa.

Para selección del proveedor se tomaran en cuenta puntos como:

- ✓ Listado de precios

- ✓ Lista de productos
- ✓ Logística
- ✓ Variedad de productos
- ✓ Forma de pago: crédito, garantías, descuento por pronto pago.
- ✓ Monto de compra
- ✓ Descuento adicional
- ✓ Productos caducados

TUFARMA PLUS tendrá proveedores calificados que brinden facilidad de pago y la entrega de los productos sea rápida y confiable.

De los proveedores se mencionan los siguientes:

BAYER



DIFARE



LA SANTE



NOVARTIS



NIFA



LIFE



ECUAQUIMICA



Análisis: los laboratorios detallados serán los destinados a proveer de los medicamentos necesarios para el normal funcionamiento de la farmacia.

2.02.01.05 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES.

Cientes:

Es cualquier agente económico que consume bienes y servicios. Para satisfacer sus necesidades. El Consumidor es el demandante de los Bienes finales que se ofrecen en el Mercado y, por lo tanto, quien selecciona entre los mismos cuáles habrá de comprar.

Análisis: Cuando los compradores son pocos, están más organizados o están más informados, mayores serían sus exigencias en cuanto a rebaja de precios, de mayor calidad y servicios. Pero esto se convierte en una oportunidad para diseñar estrategias y así captar a los clientes fidelizándolos hacia nuestra empresa.

2.03 ANALISIS INTERNO

2.03.01 PROPUESTA ESTRATÉGICA

A continuación se muestra cual será el nombre de la nueva empresa y el logotipo que usaremos.

2.03.01.01 LOGOTIPO DE LA FARMACIA



2.03.01.01.01 MISIÓN



Brindar a los clientes un servicio de calidad, basándose en la satisfacción de sus necesidades a través de la confiabilidad, garantía y venta de productos farmacéuticos.

TUFARMA PLUS

2.03.01.02 VISIÓN



Conseguir un lugar de importancia del sector farmacéutico, utilizando estrategias de comercialización las cuales permitan incrementar el volumen de las ventas en un plazo de 1 año, orientados a crecer y ser competitivos en el mercado actual.

TUFARMA PLUS

2.03.01.03 VALORES

- 
- ✓ Compromiso: Brindar un servicio con ética
 - ✓ Responsabilidad: siempre atender en el horario establecido
 - ✓ Cordialidad: dar buena atención al cliente, siempre con una sonrisa
 - ✓ Respeto: Tratar al cliente siempre de la mejor manera
 - ✓ Innovación: siempre en constante actualización
 - ✓ Calidad: brindar siempre calidad en el servicio y producto.
- TUFARMA PLUS

2.03.02 OBJETIVOS

2.03.02.01 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de pre factibilidad para la creación de una farmacia en el Barrio Colinas del Norte.

2.03.02.02 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Realizar un estudio de mercado para la posible creación de una farmacia.
- ✓ Investigar requisitos, normas y realizar convenios necesarios para conseguir sacar a flote el proyecto.
- ✓ Realizar un análisis de los indicadores económicos del ambiente externo.
- ✓ Desarrollar una matriz FODA y analizar la situación actual.

2.04 GESTION COMERCIAL

La Gestión Comercial es una de las actividades más importantes para la promoción de cualquier producto pues es el contacto de la empresa con el cliente final.

2.04.01 NOMBRE DE LA FARMACIA



2.04.02 SLOGAN DE LA FARMACIA.

“SU SALUD ES LO PRIMERO”

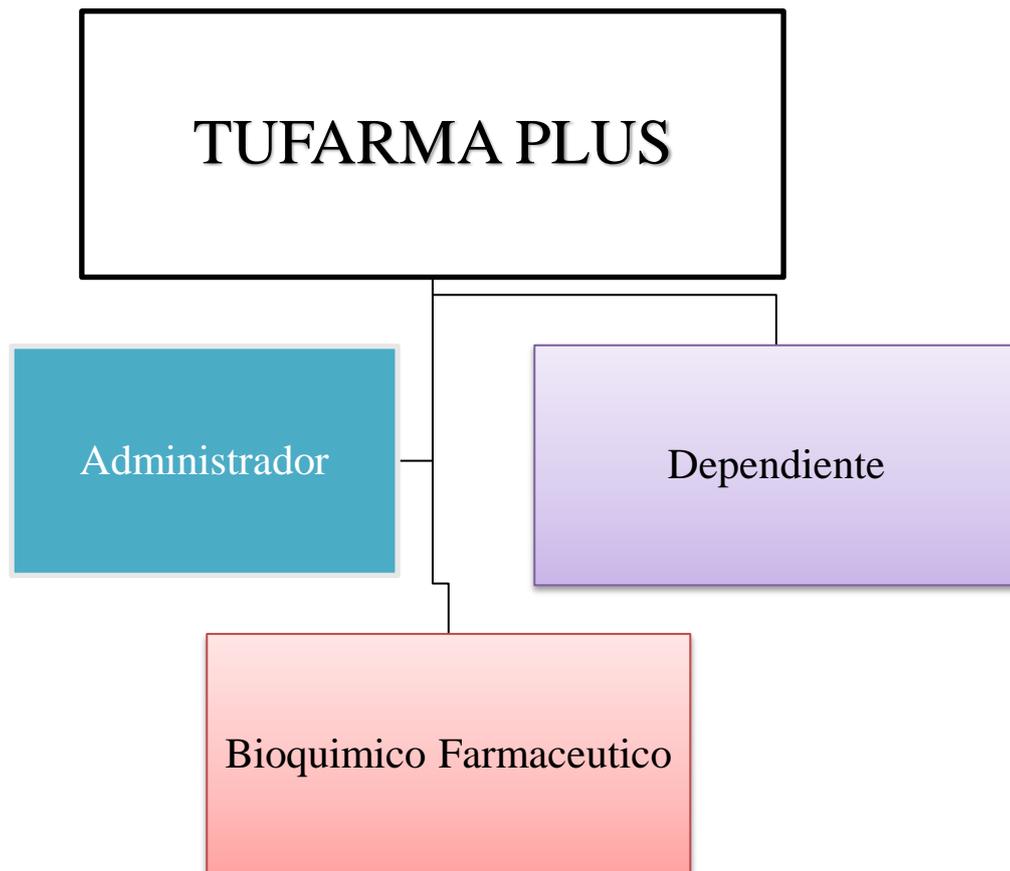
Es el slogan ya que la atención a los clientes es lo primero siendo este el más importante y ser mejor en el mercado.

2.04.03 LAS 4 P DEL MARKETING



Figura 8
Las 4 p del marketing
Elaborado por: Liseth Cahuate

2.05 GESTIÓN ADMINISTRATIVA



*Figura 9 Gestión Administrativa
Elaborado por: Liseth Cahuate*

2.05.01 FUNCIONES DEL ADMINISTRADOR

- ✓ Planificar, organizar, dirigir y controlar los procesos de la farmacia con el fin de cumplir la meta de ventas.
- ✓ Controlar y hacer cumplir las normas y políticas de la farmacia.
- ✓ Ejecutar todos los procesos operativos y administrativos establecidos dentro de la farmacia.
- ✓ Controlar y abastecer, adquirir el stock de mercadería en base a la selección.

2.05.02 FUNCIONES DEL DEPENDIENTE DE LA FARMACIA

- ✓ Almacenamiento de los medicamentos
- ✓ Organizar áreas y sub áreas dentro de la farmacia
- ✓ Cumplir con las normas internas de la farmacia
- ✓ Cumplir con el control de productos psicotrópicos
- ✓ Realizar inventarios para llevar un control interno
- ✓ Respetar las políticas de precios.
- ✓ Ofrecer un óptimo servicio al cliente.

2.05.03 FUNCIONES DEL QUÍMICO FARMACÉUTICO.

- ✓ Custodia y conservación óptima de los medicamentos
- ✓ Dispensación correcta
- ✓ Atención farmacéutica

2.06 GESTIÓN OPERATIVA

La gestión operativa es un proceso en el cual se emplean los recursos y esfuerzos de los trabajadores que componen la farmacia.

Algunos de los procesos de la gestión operativa son:



Recepción: Verificación de la factura y de las condiciones del medicamento.



Almacenamiento: Guardar, los medicamentos en cada área para mantener la calidad del producto.



Dispensación: Esta área esta destina para brindar información al cliente del medicamento y otros productos.



Expendio: Esta área esta destina para la venta o despacho del medicamento y otros productos.



Facturación: Se entrega un documento que refleja toda la información de una operación de compraventa

*Figura 10 Gestión Operativa
Elaborado por: Liseth Cahuate*

2.04 ANALISIS FODA

Tabla 10
MATRIZ FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Poca Competencia.	Empezar siendo nuevos
Personal capacitado.	Pago de interés sobre préstamo
Precios competitivos.	Infraestructura arrendada
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Crecimiento de la población	Incremento de la inflación
Centros de Salud, y Laboratorios alrededor de la farmacia	Inseguridad
Competencia casi inexistente	Productos sustitutos
Riesgo País	incremento de la tasa de desempleo
Crecimiento del PIB	

Elaborado por: Liseth Cahuate

2.05 MATRIZ DE EVALUACIÓN EXTERNA

La matriz permite evaluar todos los componentes externos que afectarían a la Farmacia, si las estrategias no son las adecuadas pues son factores a los cuales está sujeta. Las calificaciones de la matriz va desde 1 siendo la más baja hasta 4 siendo la más alta.

Tabla 11
MATRIZ MEFE (matriz de evaluación de factores externos)

FACTORES	PESO	CALIF	PONDERACION
OPORTUNIDADES			
Crecimiento de la población	0,12	3	0,36
Centros de Salud y Laboratorios alrededor	0,13	3	0,39
Poca competencia	0,08	2	0,16
Crecimiento del PIB	0,18	4	0,72
Riesgo país	0,15	4	0,6
TOTAL PONDERACION			2,23
AMENAZAS			
Incremento De La Inflación	0,08	3	0,24
Inseguridad	0,10	3	0,3
Productos Sustitutos	0,08	4	0,32
Incremento De La Tasa De Desempleo	0,08	3	0,24
TOTAL PONDERACION			1,10
TOTAL TABLA	1,00		3,33

Elaborado por: Liseth Cahuate

Análisis.- la matriz MEFE nos da como resultado del 3,33 total. La empresa tiene oportunidades en total de 2,23 teniendo posibilidades de crecer pero debe crear estrategias para responder a los cambios que se presenten y así evitar las amenazas de una suma de 1,10.

2.06 MATRIZ DE EVALUACIÓN MEFI

Esta matriz nos permite evaluar las fuerzas y debilidades de la empresa con la finalidad de crear estrategias que permita el crecimiento de la misma.

Tabla 12
MATRIZ MEFI (matriz de evaluación de los factores internos)

FACTORES	PESO	CALIF	PONDERACION
FORTALEZAS			
Poca Competencia	0,25	3	0,45
Personal capacitado	0,20	4	0,80
Precios competitivos	0,10	4	0,40
TOTAL PONDERACION			1,65
DEBILIDADES			
Empezar siendo Nuevos	0,16	3	0,48
Endeudamiento	0,22	3	0,66
Infraestructura arrendada	0,07	2	0,14
TOTAL PONDERACION			1,28
TOTAL TABLA	1		2,93

Elaborado por: Liseth Cahuate

Análisis.-la matriz MEFI arroja un resultado total del 2,93 mostrando que las fortalezas de la empresa son favorables teniendo como resultado de 1,65, pero se debe mejorar el 1,28 de puntuación de las debilidades para solidificarnos en el mercado.

Tabla 13
Matriz de Estrategias

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
F1: Poca Competencia	D1: Empezar siendo nuevos		
F2: Personal Capacitado	D2: Pago de interés sobre préstamo		
F3: Precios competitivos	D3: Infraestructura arrendada	ESTRATEGIAS	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS	FO	DO
O1: Crecimiento de la población	A1: incremento de la inflación	1. Realizar promociones para fidelizar clientes aprovechando el crecimiento poblacional (F1, O1, O2)	1. Mejorar el servicio día a día para incrementar las ventas (D2, D3, O5)
O2: Centros de Salud, y Laboratorios alrededor de la farmacia	A2: inseguridad en el sector	2. Aprovechar al máximo los recursos (F1, F2, F3, O2)	2. Realizar publicidad para darnos a conocer (D1, O1)
O3: Competencia casi inexistente	A3: productos sustitutos	FA	DA
O4: Riesgo País	A4: Incremento de la tasa de desempleo	1. Oportunidad de abrir nuevas farmacias nula (F1, A1, A3)	1. Realizar estrategias para impedir la entrada de nuevos competidores (A1, D2)
O5: Crecimiento del PIB		2. Buena Atención al cliente (F1, A3)	2. Buscar medidas de seguridad (D1, A2, A4)

Elaborado por: Liseth Cahuate

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.01 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

Este análisis va enfocado al consumidor mediante un estudio que nos permitirá plantear interrogantes sobre el riesgo del producto o servicio que se pondrá en el mercado, para detectar la necesidad actual y futura de un bien y la determinación de la demanda insatisfecha pues esto representa quienes serán nuestros futuros clientes.

3.01.01 ANÁLISIS DE LA POBLACIÓN

Población es el conjunto de todos los elementos que son objeto del estudio estadístico. Muestra es un subconjunto, extraído de la población (mediante técnicas de muestreo), cuyo estudio sirve para deducir las características de toda la población.

3.01.01.01 CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN.

El universo que tomaremos para realizar este proyecto, serán los habitantes del barrio Colinas del Norte al noroccidente de Quito, barrio que a lo largo de la vía principal mide un kilómetro, rodeado de vías secundarias que cuenta con habitantes con características de costumbres propias de la localidad el cual se está transformando en un Sector ampliamente comercial por constar con una variedad de locales de varias actividades económicas.

3.01.01.02 TAMAÑO DE LA MUESTRA.

Conjunto de personas elegidas al azar, que se consideran representativos del grupo al que pertenecen y que se toman para estudiar o determinar las características del grupo.

3.01.01.02.01 FÓRMULA PARA CALCULAR LA MUESTRA

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizara la siguiente fórmula:

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

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

q= probabilidad de no ocurrencia, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

P= probabilidad de que ocurra, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

k= Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

e = Límite aceptable de error muestra que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

$$14823/4 = 3705$$

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

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0.50 \cdot 0.50 \cdot 3\,705}{0,05^2 \cdot (3\,705 - 1) + (1,96)^2 \cdot 0.50 \cdot 0.50}$$

$$n = \frac{(3,8416) \cdot (0.25) \cdot (3\,705)}{0.0025 \cdot (3\,704) + 3,8416 \cdot (0.25)}$$

$$n = \frac{3\,558,28}{9,26 + 0,9604}$$

$$n = \frac{3558,28}{10,2204} = 348$$

3.01.02 OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN

3.01.02.01 LA ENCUESTA

Es una técnica que nos permite recopilar información de los habitantes en donde se va a realizar el estudio, los mismos que nos proporcionarían opiniones importantes para el análisis del mercado.

3.01.03 ANALISIS DE LA INFORMACION

A continuación se realizará la tabulación de las encuestas

Pregunta N° 1.

¿Qué farmacia visita frecuentemente?

Tabla 14
Pregunta 1

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Heidy And Willy	93	26,72%
Económicas	255	73,28%
Total	348	100%

Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: Encuestas

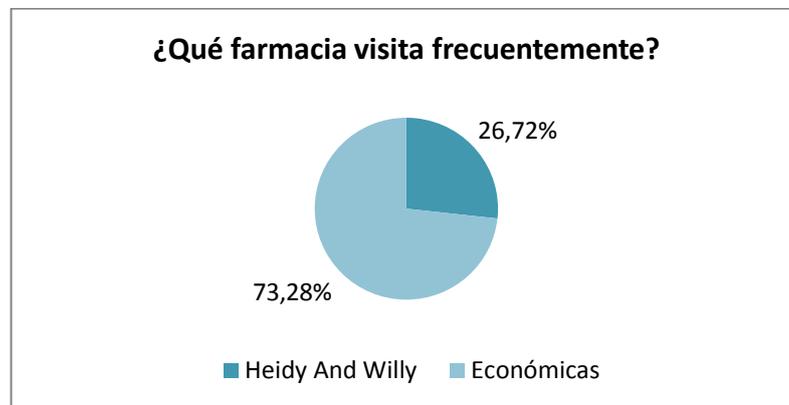


Figura 11 Pregunta 1
Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: Encuestas

Análisis: al analizar las encuestas se ha determinado, que el 73.28% de la población realiza sus compras en farmacias Económicas, lo que indica que es la mayor competencia que tendrá el nuevo negocio, se necesitara desarrollar estrategias que mantengan a **TUFARMACIA PLUS**, competente en el mercado.

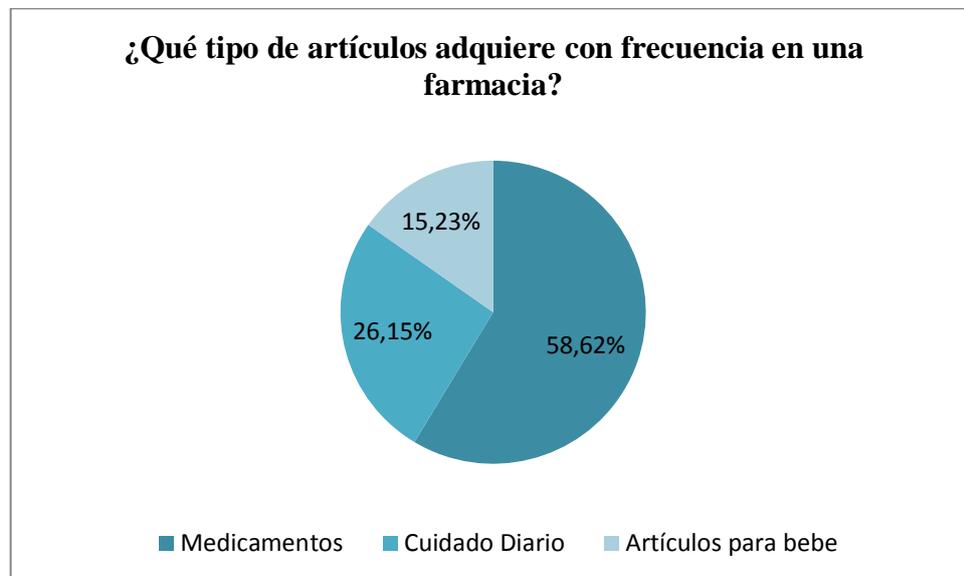
Pregunta N° 2.

¿Qué tipo de artículos adquiere con frecuencia en una farmacia?

*Tabla 15
Pregunta 2*

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Medicamentos	204	58,62%
Cuidado Diario	91	26,15%
Artículos para bebe	53	15,23%
total	348	100,00%

*Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: Encuestas*



*Figura 12 Pregunta 2
Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: Encuestas*

Análisis: el 58,62% de la población consume en la farmacia medicamentos pero es necesario contar con variedad de artículos para cuidado diario y artículos porque también se comercializan en gran cantidad.

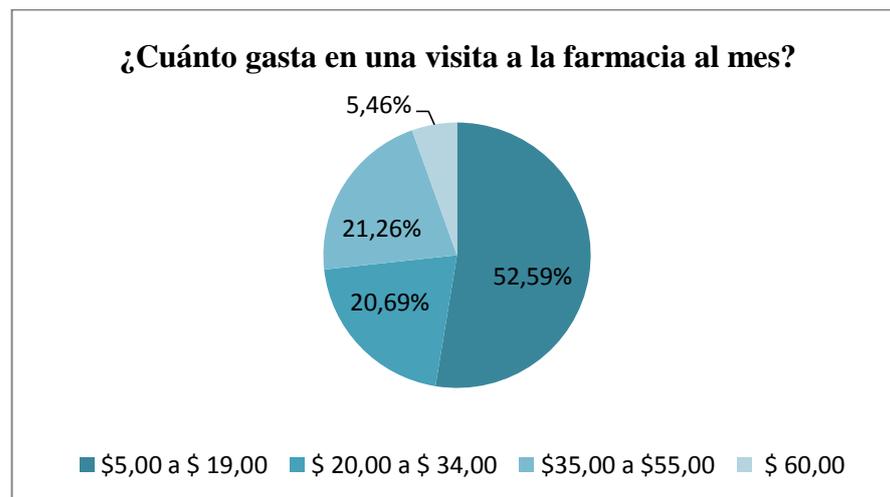
Pregunta N° 3

¿Cuánto gasta en una visita a la farmacia al mes?

*Tabla 16
Pregunta 3*

Opciones	Respuestas	Porcentaje
\$5,00 a \$ 19,00	183	52,59%
\$ 20,00 a \$ 34,00	72	20,69%
\$35,00 a \$55,00	74	21,26%
\$ 60,00	19	5,46%
Total	348	100,00%

*Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: Encuestas*



*Figura 13 Pregunta 3
Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: Encuestas*

Análisis: El consumo promedio de los habitantes corresponde a 52,59% es de \$12,00; el 20,69% consume hasta \$34,00; el 21,26% entre \$35 a \$55 y un porcentaje bajo que corresponde al 5,46% que es más de \$60.00 esta información servirá para realizar la reposición del inventario mensual y determinar la demanda

Pregunta N° 4.

¿Qué tan necesario cree usted que en el Barrio Colinas del Norte se cree una nueva farmacia?

Tabla 17
Pregunta 4

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Muy necesario	312	89,66%
Necesario	32	9,20%
Poco necesario	4	1,15%
No necesario	0	0,00%
total	348	100,00%

Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: Encuestas

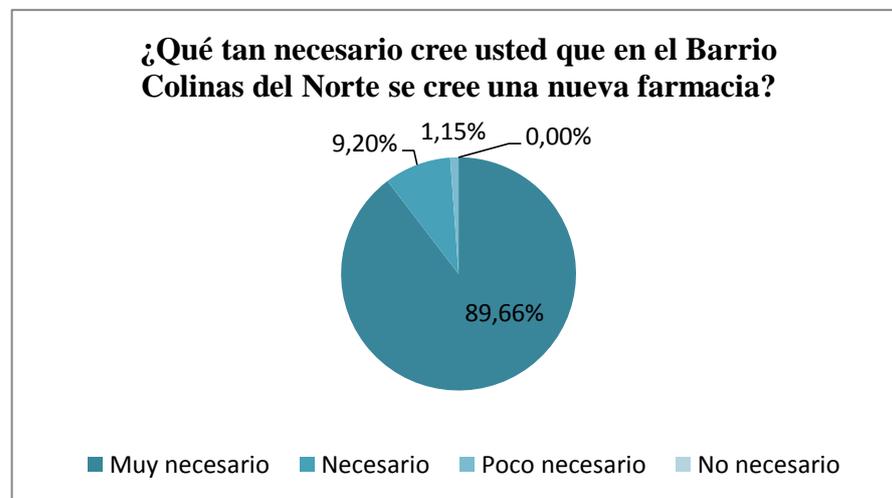


Figura 14 Pregunta 4
Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: Encuestas

Análisis: El 89,66% de los habitantes de Colinas del Norte, considera que es necesaria la creación de una nueva farmacia. Esta información demuestra que existe una alta demanda por parte de los habitantes.

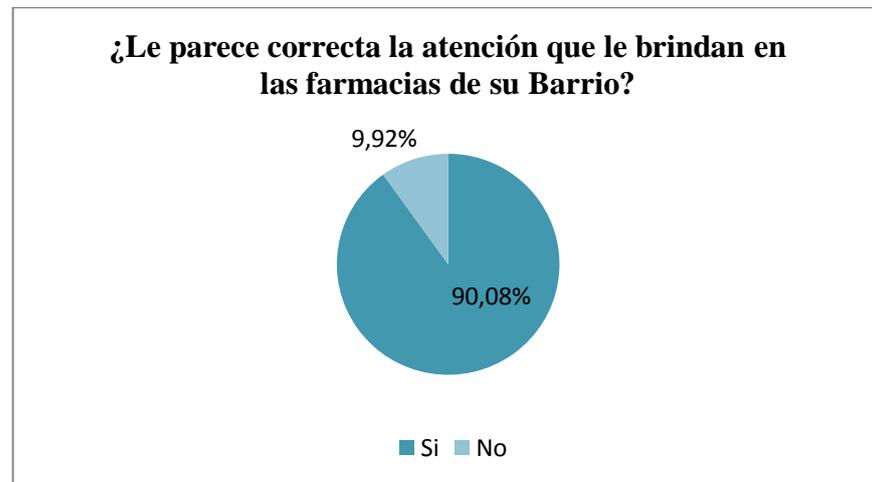
Pregunta N° 5.

¿Le parece correcta la atención que le brindan en las farmacias de su Barrio?

*Tabla 18
Pregunta 5*

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Si	336	90,08%
No	37	9,92%
Total	373	100,00%

*Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: Encuestas*



*Figura 15 Pregunta 5
Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: Encuestas*

Análisis: El 90,08 % de los pobladores les parece correcto el trato que se les brinda en la competencia, esto señala que la atención de calidad es un componente definitivo para atraer clientes y que se logre fidelizar a dichos clientes ofreciéndoles un servicio personalizado y de calidad.

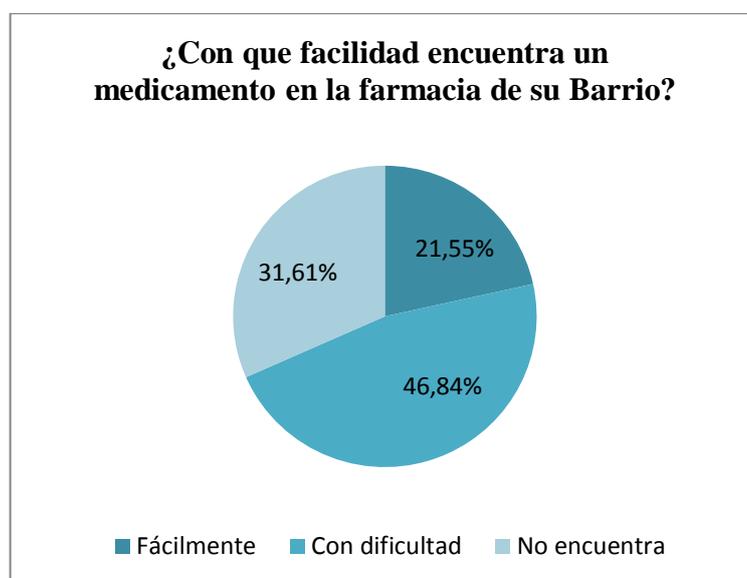
Pregunta N° 6.

¿Con que facilidad encuentra un medicamento en la farmacia de su Barrio?

*Tabla 19
Pregunta 6*

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Fácilmente	75	21,55%
Con dificultad	163	46,84%
No encuentra	110	31,61%
Total	348	100,00%

*Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: Encuestas*



*Figura 16 Pregunta 6
Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: Encuestas*

Análisis: el 46,84% de la población manifiesta que le es difícil conseguir los medicamentos que requieren, lo que nos demuestra que tenemos que mantener un stock variado para satisfacer las necesidades de los habitantes ya que representa la mayoría de la demanda.

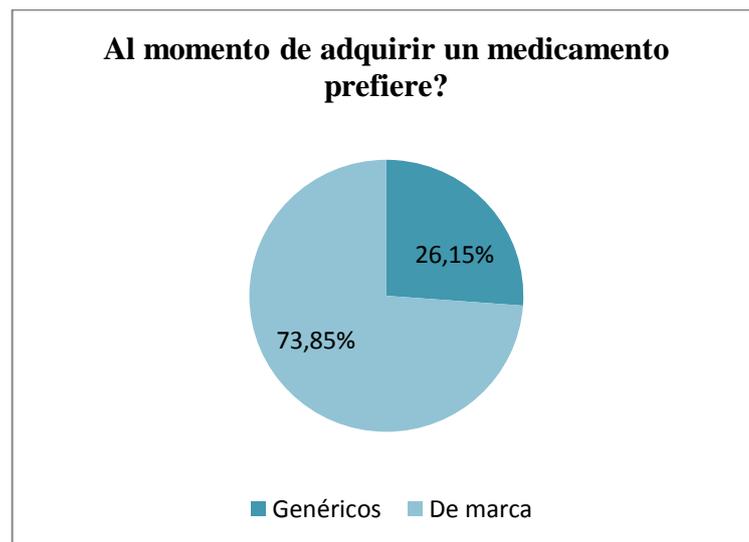
Pregunta N° 7.

¿Al momento de adquirir un medicamento prefiere?

*Tabla 20
Pregunta 7*

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Genéricos	91	26,15%
De marca	257	73,85%
Total	348	100,00%

*Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: Encuestas*



*Figura 17 Pregunta 7
Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: Encuestas*

Análisis: el 73,85% de la población al momento de comprar sus medicamentos prefiere productos de marca aunque tengan un precio alto, ya que no confían en productos genéricos pensando que son de menor calidad.

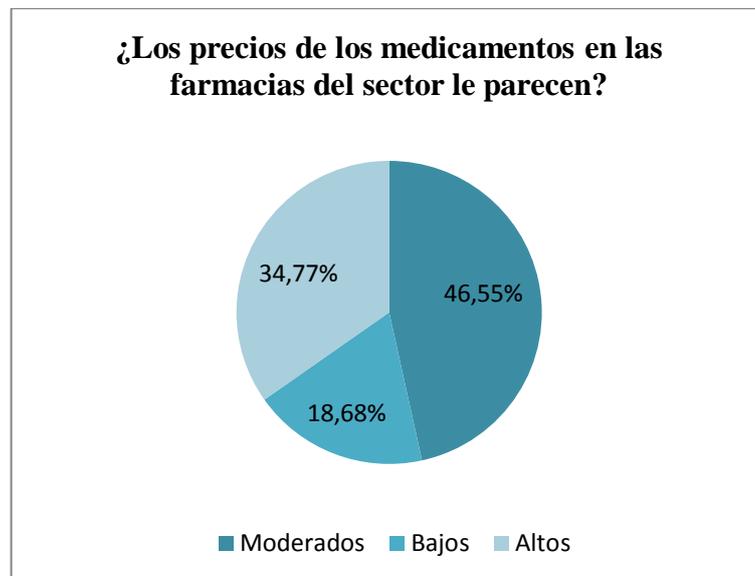
Pregunta N° 8.

¿Los precios de los medicamentos en las farmacias del sector le parecen?

*Tabla 21
Pregunta 8*

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Moderados	162	46,55%
Bajos	65	18,68%
Altos	121	34,77%
Total	348	100,00%

*Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: Encuestas*



*Figura 18 Pregunta 8
Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: Encuestas*

Análisis: El 46,55% de los habitantes considera que los precios de las farmacias a la cual acuden con moderados, en un 18,68% consideran que son bajos y el 34,77% que son altos por los tanto se determina que el elemento de mayor relevancia al momento de realizar las compras es el precio.

Pregunta N° 9.

¿Qué cree usted que es más importante al momento de realizar sus compras?

*Tabla 22
Pregunta 9*

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Precios Cómodos	100	28,74%
Buena Atención	164	47,13%
Variedad	84	24,14%
Total	348	100,00%

*Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: Encuestas*



*Figura 19 Pregunta 9
Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: Encuestas*

Análisis: el 47,13% del total que representa la mayoría del total de las personas cree que lo más importante al momento de realizar las compras es la buena atención, el restante que corresponde al 28,74% piensa que los precios cómodos y el 24,14% que tenga variedad de productos.

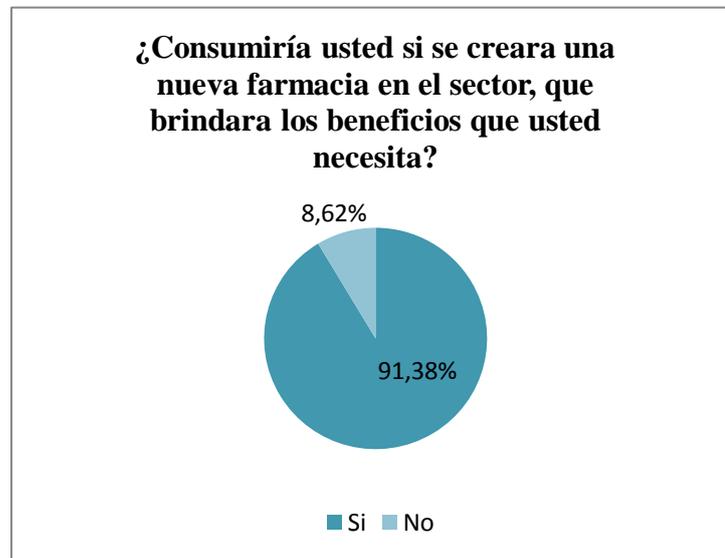
Pregunta N° 10.

¿Consumiría usted si se creara una nueva farmacia en el sector, que brindara los beneficios que usted necesita?

*Tabla 23
Pregunta 10*

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Si	318	91,38%
No	30	8,62%
Total	348	100,00%

*Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: Encuestas*



*Figura 20 Pregunta 10
Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: Encuestas*

Análisis: el 90% de la población manifiesta que si consumiría productos si se creara una nueva farmacia. Lo que demuestra que tendríamos gran demanda con la nueva farmacia.

3.02 OFERTA

3.02.01 OFERTA HISTORICA

*Tabla 24
Oferta Histórica*

Años	PROYECCION HISTORICA
2014	\$ 360.500,40
2013	\$ 338.870,38
2012	\$ 318.538,16
2011	\$ 299.425,87
2010	\$ 281.460,32

*Fuente: PIB farmacéutico
Elaborado por: Liseth Cahuate*

Análisis: Para la oferta histórica se tomó en cuenta el crecimiento del Producto interno bruto que es el 6%, por sector de la Salud, de los años 2011-2013, tomando como referencia a la oferta actual que es de \$ 360 500.40

3.02.02 OFERTA ACTUAL

*Tabla 25
Oferta Actual*

Farmacias Del Sector	Ventas Diarias	Ventas Mensuales	Ventas Anuales
Farmacias Económicas	\$ 741,39	\$ 22.241,70	\$ 266.900,40
Farmacia Heidy and Willy	\$ 260,00	\$ 7.800,00	\$ 93.600,00
Total	\$ 1.155,45	\$ 30.041,70	\$ 360.500,40

*Fuente: Encuestas
Elaborado por: Liseth Cahuate*

3.02.02.01 PARTICIPACION EN EL MERCADO

Tabla 26
Participación En el Mercado

PARTICIPACION EN EL MERCADO		
Farmacias Del Sector	Ventas Anuales	Porcentaje
Farmacias Económicas	\$ 266.900,40	74,04%
Farmacia Heidy and Willy	\$ 93.600,00	25,96%
Total	\$ 360.500,40	100,00%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Liseth Cahuate

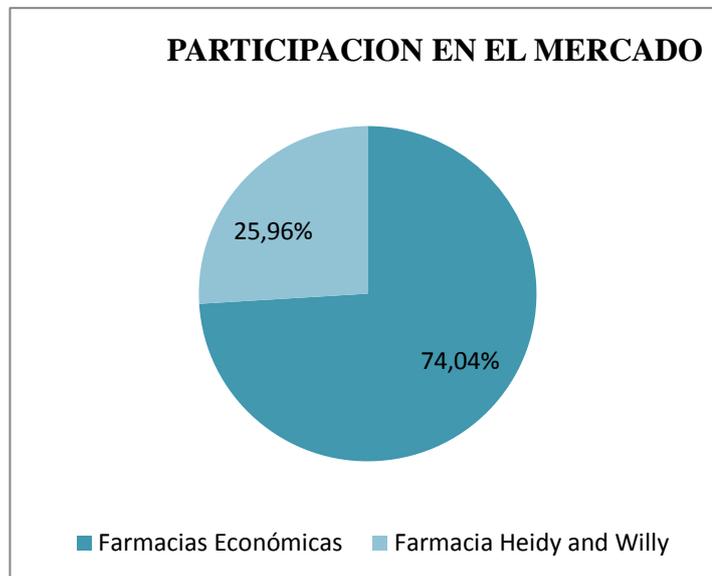


Figura 21: Participación en el mercado
Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: ticket promedio

3.02.03 OFERTA PROYECTADA

*Tabla 27
Oferta Histórica*

AÑOS	PROYECCIÓN FUTURA
2014	\$ 360.500,40
2015	\$ 382.130,42
2016	\$ 405.058,25
2017	\$ 429.361,75
2018	\$ 455.123,46

*Fuente: PIB farmacéutico
Elaborado por: Liseth Cahuate*

Análisis: Para la oferta proyectada se tomó en cuenta el crecimiento anual del Producto Interno Bruto, por sector de la Salud, de los años 2011-2013, que es el 6%, tomando como referencia a la oferta actual que es de \$ 360 500,40.

3.03 DEMANDA

3.03.01 DEMANDA ACTUAL

Se determinó que los posibles consumidores serán 3705 familias, de las cuales el promedio de consumo es de \$12,00 mensuales.

*Tabla 28
Demanda Actual*

DEMANDA ACTUAL	
Posibles consumidores	3705
Promedio de consumo mensual	\$ 12,00
Total mensual	\$ 44.460,00
Total anual	533.520,00

*Fuente: INEC
Elaborado por: Liseth Cahuate*

3.03.02 DEMANDA PROYECTADA

Tabla 29
Demanda Proyectada

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA
2014	\$ 533.520,00
2015	\$ 541.629,50
2016	\$ 547.437,89
2017	\$ 555.758,94
2018	\$ 564.206,48

Fuente: INEC
Elaborado por: Liseth Cahuate

3.04 BALANCE OFERTA DEMANDA

Tabla 30
Balance Oferta - Demanda

OFERTA - DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
\$ 360.500,40	533.520,00
	173.019,60

Fuente: INEC
Elaborado por: Liseth Cahuate

3.05 BALANCE OFERTA DEMANDA PROYECTADA

Tabla 31
Balance Oferta – Demanda Proyectada

OFERTA	- DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
\$ 360.500,40	\$ 533.520,00	\$ 173.019,60
\$ 382.130,42	\$ 541.629,50	\$ 159.499,08
\$ 405.058,25	\$ 547.437,89	\$ 142.379,64
\$ 429.361,75	\$ 555.758,94	\$ 126.397,19
\$ 455.123,46	\$ 564.206,48	\$ 109.083,02

Elaborado por: Liseth Cahuate

CAPÍTULO IV

4.01 TAMAÑO DEL PROYECTO

4.01.01 CAPACIDAD INSTALADA

Hace referencia a la infraestructura necesaria para producir bienes o brindar algún servicio. Se requiere de: recurso físico, recurso tecnológico, recurso humano, equipos, producto terminado.

Tomando en cuenta lo indicado, la farmacia “TUFARMA PLUS” contará con un área de 40m² según lo establecido en el reglamento de control y funcionamiento de establecimientos farmacéuticos.

Y constará de las siguientes áreas:

4.01.01.01 ÁREA DE EXPENDIO:

- ✓ Perchas, vitrinas para los medicamentos y productos en general que se ofertaran en la farmacia.
- ✓ Perchas y vitrinas para el almacenamiento de los productos.
- ✓ cajas registradoras

4.01.01.02 ÁREA DE ALMACENAMIENTO

- ✓ Bodega de almacenamiento para productos destinados para el abastecimiento de la farmacia.

4.01.1.02.01 SUBAREAS DE ALMACENAMIENTO

- ✓ Productos controlados
- ✓ Productos Termolábiles
- ✓ Productos Higroscópicos
- ✓ Productos Termosensibles
- ✓ Área de Colirios

4.01.01.03 ÁREA ADMINISTRATIVA

Oficina del administrador de la Farmacia:

- ✓ Escritorio
- ✓ Computador
- ✓ Impresora
- ✓ Cajoneras metálicas

Baño: Baterías sanitarias y lavabo de manos.

4.02 LOCALIZACIÓN

Hace referencia a la ubicación más beneficiosa para la creación de la farmacia, no dejando otras alternativas posibles.

4.02.01 MACRO LOCALIZACIÓN

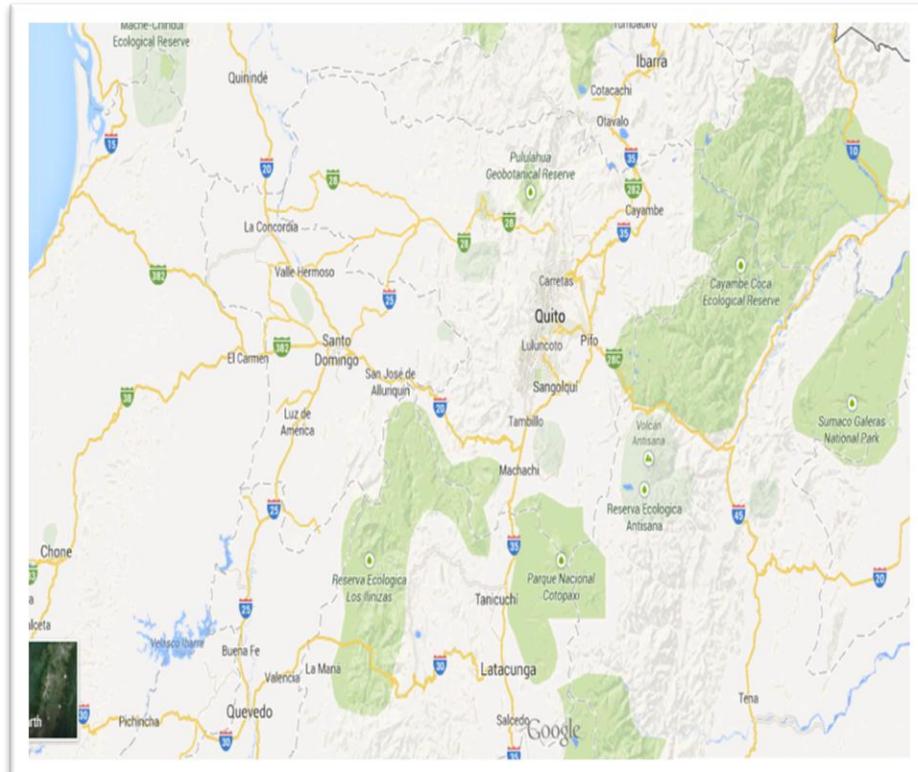


Figura 22: Macro localización
Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: ticket promedio

El proyecto de factibilidad se realizara en:

País: Ecuador
Cuidad: Quito
Parroquia: Condado
Barrio: Colinas del Norte

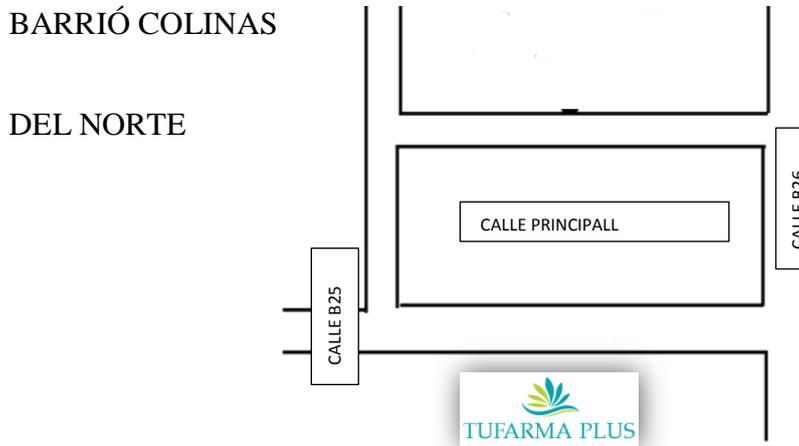
4.02.02 MICRO LOCALIZACIÓN



*Figura 23: Micro Localización
Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: ticket promedio*

Análisis: El sector en que se va a llevar a cabo el estudio de factibilidad, ya que existe un crecimiento poblacional y el crecimiento comercial de los últimos años ha creado la necesidad de crear un lugar que satisfaga las necesidades de salud de los habitantes de dicho sector.

4.02.03 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA



*Figura 24: Localización Óptima
Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: ticket promedio*

Análisis: La Farmacia “TUFARMA PLUS” se ubicara en: el Barrio Colinas Del Norte, entre las calles B 25 y la B 26 ya que es un sitio estratégico, debido a que existe una numerosa afluencia de personas en el sector y locales comerciales tomando en cuenta el puntaje de la localización óptima.

4.02.03.01 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA

Se tomó en cuenta al lugar donde se ubicara la farmacia mediante la siguiente tabla de ponderación con la respectiva calificación:

4=	muy significativo
3=	significativo
2=	poco significativo
1=	no significativo

Tabla 32
Localización Óptima

FACTOR	LOCALIZACIÓN A	LOCALIZACIÓN B
	COLINAS DEL NORTE CALLE PRINCIPAL B26-B25	CALLE TRANSVERSAL PARADA BUSES
	CALIFICACION	CALIFICACION
AFLUENCIA COMERCIAL	4	4
ACCESIBILIDAD	4	4
DISPONIBILIDAD LOCALES COMERCIALES	4	1
SEGURIDAD	3	2
TOTAL	15	11

Fuente: Liseth Cahuate
Elaborado por: Liseth Cahuate

Análisis: según la ponderación de la tabla 33, indica que el lugar propicio es entre las calles B 25 y B 26 por distintas características como la afluencia comercial, disponibilidad de arrendar un local y la accesibilidad.

4.03 INGENIERIA DEL PRODUCTO

El estudio de factibilidad tiene como objetivo determinar la función más propicia del negocio a crearse, se utilizará todos los recursos necesarios y se tomará en cuenta

aspectos que tengan un impacto para la farmacia para lo cual se necesita de un análisis y así garantizar óptimos resultados.

4.03.01 DEFINICION DE BIENES Y SERVICIOS

Los bienes y servicios permiten satisfacer las necesidades de los individuos de forma tangible o intangible. Los bienes están representados en objetos materiales, cuya utilidad nos permite satisfacer una necesidad de un modo directo o indirecto. Los servicios están considerados en aquellos trabajos que otras personas realizan para satisfacer nuestras necesidades. (Gabriela Toro, 2014)

Definición de Medicamentos

Un medicamento es un fármaco, compuesto de una forma farmacéutica, utilizado para el expendio, uso industrial o clínico, y utilizado en las personas, compuesto de propiedades que permiten el mejor efecto farmacológico de sus componentes con el fin de prevenir, aliviar o mejorar la salud de las personas enfermas.

4.03.02 DISTRIBUCION DE LA PLANTA

1.- Área administrativa

Se encarga de los procesos administrativos correspondientes.

- ✓ Documentación legal.
- ✓ Bibliografía respectiva.

2.- Área de Recepción

Formada por el área de cuarentena, en donde se colocan los productos en estado de decisión, es decir los productos que están por caducar, dañados o de baja rotación.

3.- Área de Almacenamiento

Conformado por sub áreas:

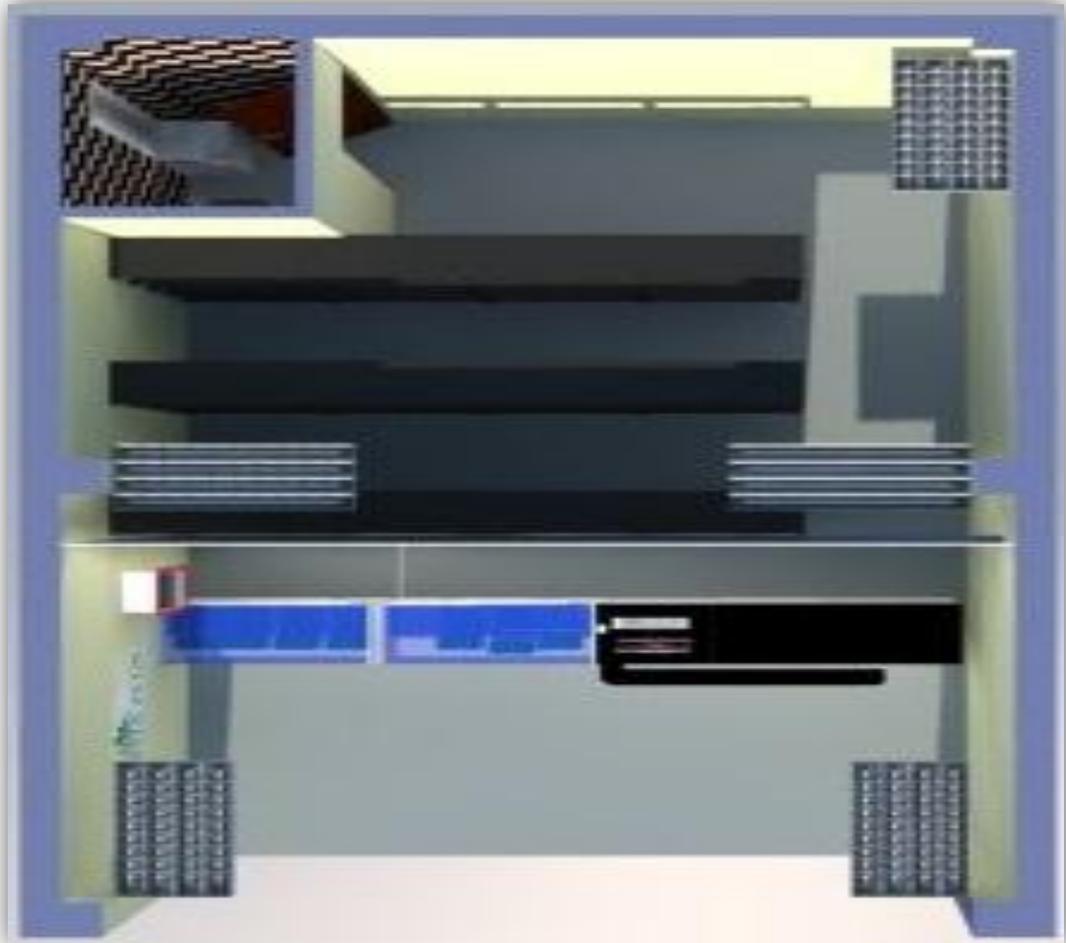
- ✓ Área de cuarentena.
- ✓ Productos controlados
- ✓ Productos Termolábiles
- ✓ Productos Higroscópicos
- ✓ Productos Termosensibles
- ✓ Área de Colirios

4.- Área de Dispensación y Expendio

- ✓ Espacio destinado para la atención al cliente
- ✓ Recepción de la prescripción médica
- ✓ entrega de los productos y facturación.



*Figura 25: Vista Frontal TUFARMAPLUS
Elaborado por: Liseth Cahuate*



*Figura 26: vista superior TUFARMAPLUS
Elaborado por: Liseth Cahuate*



*Figura 27: vista lateral TUFARMAPLUS
Elaborado por: Liseth Cahuate*



*Figura 28: vista lateral caja TUFARMAPLUS
Elaborado por: Liseth Cahuate*



*Figura 29: Vista lateral Baño y Perchas TUFARMAPLUS
Elaborado por: Liseth Cahuate*

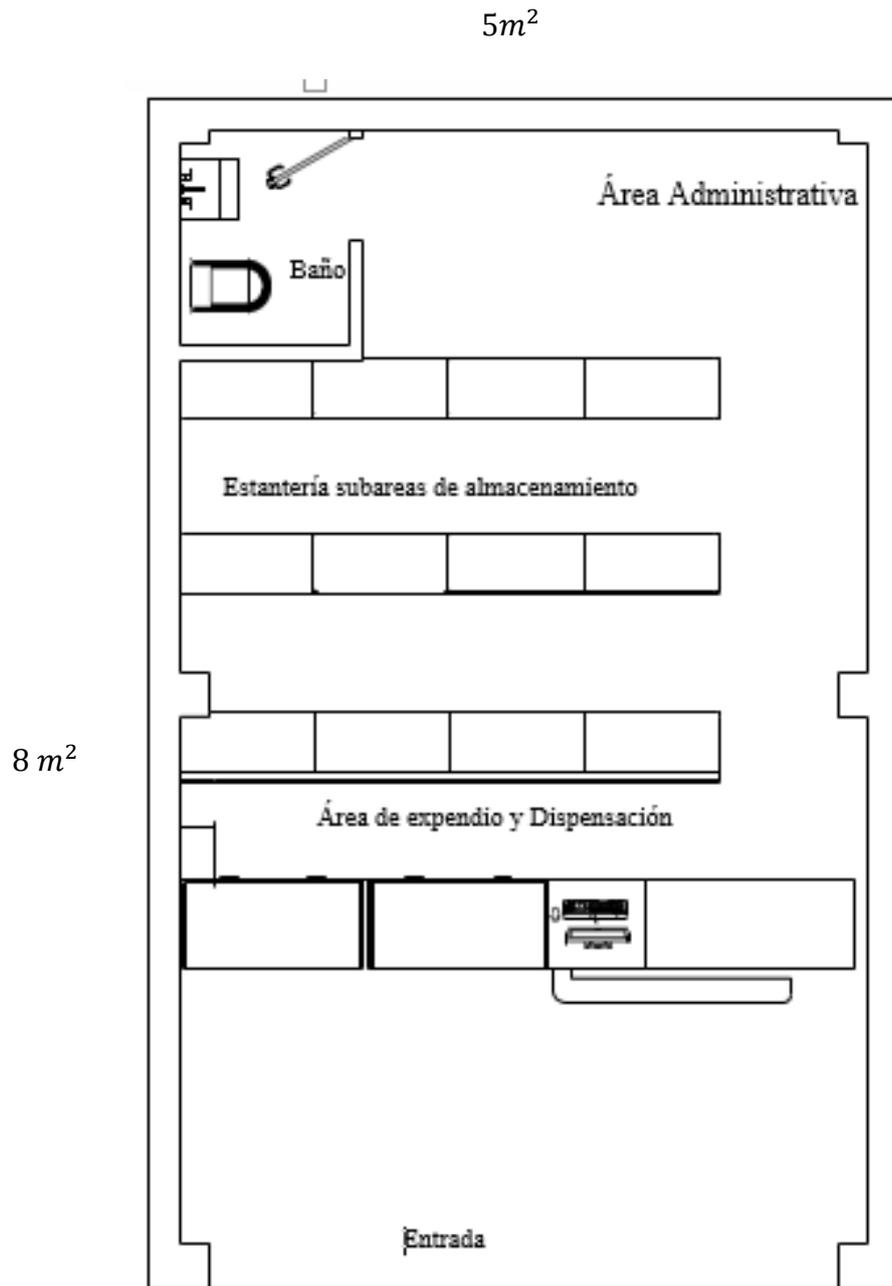


Figura: 30 Plano de distribución de la planta TUFARMAPLUS
Elaborado por: Liseth Cahuate

4.03.03 EQUIPOS

Se establecerá todos los recursos materiales, equipos necesarios para el normal funcionamiento de la farmacia.

Tabla 33
Equipos

EQUIPOS			
CANT	DETALLE	V.UNITARIO	V.TOTAL
2	Lectores De Barras	\$ 65,00	\$ 130,00
2	Extintores	\$ 30,00	\$ 60,00
1	Dispensador	\$ 30,00	\$ 30,00
1	Ventilador	\$ 35,00	\$ 35,00
1	Refrigerador	\$ 200,00	\$ 200,00
TOTAL			\$ 455,00

Elaborado por: Liseth Cahuate

4.04 ASPECTOS LEGALES

Para el normal funcionamiento de la farmacia **TUFARMA PLUS** se debe tener una carpeta con la documentación legal vigente, mantenerlos actualizados de acuerdo al tiempo de validez de cada uno entre los cuales tenemos:

- ✓ Patente
- ✓ Permiso de bomberos
- ✓ Permiso de vía pública
- ✓ RUC

4.04.01 PATENTE

La patente es un rubro que debe ser cancelado por los Comerciantes independientes para ejercer la actividad económica y poder obtener el RUC.

4.04.02 PERMISO DE BOMBEROS

Para la obtención del Permiso de Funcionamiento se deberá cumplir con los artículos:

Art. 350.- El propietario del local o la persona interesada para obtener el permiso de funcionamiento debe presentar al Cuerpo de Bomberos la siguiente documentación:

- a) Solicitud de inspección del local;
- b) Informe favorable de la inspección;
- c) Copia del RUC;

4.04.03 PERMISO DE VÍA PÚBLICA

Requisitos para obtener el permiso de ocupación de la vía pública

- ✓ Tasa única de trámite.
- ✓ Formulario "Solicitud para la instalación de rótulos publicitarios"
- ✓ Copia de cédula o del representante legal.

- ✓ Copia del Certificado de Factibilidad otorgado por la DUAR.
- ✓ Foto del rótulo publicitario
- ✓ Copia de la Tasa de Habilitación y Patente Municipal de la empresa propietaria de la estructura donde se pretenda ubicar la publicidad
- ✓ Copia del comprobante de pago del impuesto predial al día
- ✓ Plano de ubicación y diseño del rótulo, firmado por el interesado y el responsable técnico

4.04.04 RUC PERSONAS NATURALES

Requisitos para solicitar el RUC:

- ✓ Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad
- ✓ Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral
- ✓ Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio.

CAPITULO V

5.01 INGRESOS OPERACIONALES

Son los ingresos que se generan por concepto las ventas de bienes y servicios de la farmacia. Para lo cual se tomará en cuenta el promedio de ventas analizado en la demanda y tomando del mercado solo el 32,43% del total de la demanda.

Tabla 34
Demanda Actual

DEMANDA ACTUAL	
Posibles consumidores	3705
Promedio de consumo mensual	\$ 12.00
Total mensual	\$ 44.460,00
Total anual	\$533.520,00
Demanda Insatisfecha	\$ 173.019,60

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Liseth Cahuate

5.01.02 INGRESOS NO OPERACIONALES

Son los que se genera por concepto de ventas que no corresponden a la naturaleza del negocio.

La farmacia “TUFARMA PLUS” no contara con ingresos operacionales.

5.02 COSTOS OPERACIONALES

Son gastos que surgen de las actividades actuales de la empresa.

5.02.01 COSTO DE LA MERCADERIA DISPONIBLE PARA LA VENTA

5.02.01.02 MEDICINAS

Para la inversión de las medicinas se tomó en consideración al CUADRO NACIONAL DE MEDICAMENTO BASICOS VIII EDICION.

Los laboratorios detallados a continuación serán los proveedores.

Tabla 35
Laboratorios Proveedores

LABORATORIOS		TOTAL
BAYER S.A		\$ 3.500,00
DIFARE S.A		\$ 3.000,00
ECUAQUIMICA		\$ 3.000,00
LA SANTE		\$ 3.500,00
LIFE		\$ 2.500,00
MERCK SHARP &DOHME		\$ 1.500,00
NOVARTIS		\$ 2.000,00
NIFA		\$ 5.000,00
TOTAL		\$ 24.000,00

Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: tesis Bosquez Marcela 2011

5.02.02.03 NO MEDICINAS

Productos necesarios para mantener un stock variado para nuestra farmacia, que no son medicamentos.

Tabla 36
Detalle de no medicinas

NO MEDICINAS	TOTAL
Accesorios De Bebe	\$ 150,00
Bebidas	\$ 60,00
Cuidado Del Cabello	\$ 170,00
Cuidado Dental	\$ 180,00
Desodorantes	\$ 200,00
Higiénicos	\$ 120,00
Pañales	\$ 400,00
Otros	\$ 720,00
Total	\$ 2.000,00

Elaborado por: Liseth Cahuate
Fuente: tesis Bosquez Marcela 2011

5.03 COSTOS ADMINISTRATIVOS

Son todos los gastos que tienen que ver con la administración de la farmacia para su normal funcionamiento.

Tabla 37
Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR ANUAL
Arriendo	\$ 1.800,00
Sueldo Bioquímico	\$ 2.400,00
Servicios Básicos	\$ 500,00
Útiles de Oficina	\$ 100,00
Útiles de Aseo	\$ 350,00
Depreciación Muebles y Enseres	\$ 112,40
Depreciación Equipos	\$ 45,50
Depreciación Equipo de Computación	\$ 633,33
Depreciación Equipo de Oficina	\$ 14,50
Amortización	\$ 114,00
TOTAL	\$ 6.069,73

Elaborado por: Liseth Cahuate

Tabla 38
Calculo de la depreciación

Descripción	Vida Útil	Costo Total	Valor Anual
Depreciación Muebles y Enseres	10	\$ 1.124,00	\$ 112,40
Depreciación Equipos	10	\$ 455,00	\$ 45,50
Depreciación Equipo de Computación	3	\$ 1.900,00	\$ 633,33
Depreciación Equipo de Oficina	10	\$ 145,00	\$ 14,50
Amortización	5	\$ 570,00	\$ 114,00
total		\$ 4.194,00	\$ 919,73

Elaborado por: Liseth Cahuate

5.02.02 GASTOS DE VENTA

Se define a los gastos que se incurre en las actividades de las ventas. Además del sueldos del administrador.

Tabla 39
Gastos de Ventas

GASTOS DE VENTAS	
DESCRIPCIÓN	TOTAL
Sueldo del Administrador	\$ 7.017,12
Sueldo del Dependiente	\$ 5.384,92
Publicidad Inauguración año 1	\$ 450,00
Publicidad Anual	\$ 2.060,50
Total	\$ 14.912,54

Elaborado por: Liseth Cahuate

5.02.02.01 ROL DE PAGOS ADMINISTRADOR

Tabla 40

Rol de Pagos del Administrador

Años	1	2	3	4	5
Salario	\$ 450,00	\$ 505,89	\$ 568,72	\$ 639,36	\$ 718,00
Vacaciones	\$ 18,75	\$ 21,08	\$ 23,70	\$ 26,64	\$ 29,95
Décimo tercero	\$ 37,50	\$ 42,16	\$ 47,39	\$ 53,28	\$ 59,90
Décimo cuarto	\$ 28,33	\$ 30,69	\$ 33,25	\$ 36,02	\$ 39,02
Aporte patronal. 11,15%	\$ 50,18	\$ 56,41	\$ 63,41	\$ 71,29	\$ 80,14
Fondos de Reserva	\$ 0,00	\$ 42,14	\$ 47,37	\$ 53,26	\$ 59,87
TOTAL MENSUAL	\$ 584,76	\$ 698,37	\$ 783,84	\$ 879,85	\$ 986,88
TOTAL ANUAL	\$ 7.017,12	\$ 8.380,44	\$ 9.406,08	\$ 10.558,20	\$ 11.842,56

Fuente: Liseth Cahuate

5.02.02.02 ROL DE PAGOS DEPENDIENTE

Tabla 41

Rol de Pagos del Dependiente

ROL DE PAGOS DEPENDIENTE					
Años	1	2	3	4	5
Salario	\$ 340,00	\$ 382,49	\$ 430,28	\$ 484,05	\$ 544,54
Vacaciones	\$ 14,17	\$ 15,94	\$ 17,93	\$ 20,17	\$ 22,69
Décimo tercero	\$ 28,33	\$ 31,87	\$ 35,86	\$ 40,34	\$ 45,38
Décimo cuarto	\$ 28,33	\$ 31,87	\$ 35,86	\$ 40,34	\$ 45,38
Aporte patronal 11,15%	\$ 37,91	\$ 42,65	\$ 47,98	\$ 53,97	\$ 60,72
Fondos de Reserva	\$ 0,00	\$ 31,94	\$ 35,93	\$ 40,42	\$ 45,47
TOTAL MENSUAL	\$ 448,74	\$ 536,76	\$ 603,83	\$ 679,29	\$ 764,18
TOTAL ANUAL	\$ 5.384,92	\$ 6.441,09	\$ 7.245,99	\$ 8.151,47	\$ 9.170,11

5.02.02.03 PUBLICIDAD

5.02.02.03.01 PUBLICIDAD INAGURACION PRIMER AÑO

Tabla 42

Publicidad

INAGURACION DEL PRIMER AÑO	
Adornos de Globos	\$ 80,00
Globos con Helio	\$ 50,00
Zanqueros	\$ 70,00
Disco móvil	\$ 150,00
Publicidad volante	\$ 100,00
Total	\$ 450,00

*Fuente: Liseth Cahuate
Elaborado por: Liseth Cahuate*

5.02.02.03.02 PUBLICIDAD ANUAL

La publicidad anual está orientada a que el consumidor realice el acto de la compra, la efectividad se la mide en el volumen de ventas que se han realizado en determinado tiempo.

Tabla 43
Publicidad Anual

PUBLICIDAD ANUAL	
Rotulo Luminosos	\$ 235,00
Volantes	\$ 100,00
Jarros	\$ 137,50
Toma todo	\$ 180,00
Esferos	\$ 308,00
Flash Memory de Llaverio	\$ 500,00
Propaganda	\$ 300,00
Premios	\$ 300,00
TOTAL	\$ 2.060,50

Fuente: Mercado Libre
Elaborado por: Liseth Cahuate

5.03 COSTOS FINANCIEROS

Son aquellos costos que se generan por concepto de financiamiento de la empresa con préstamos. En este caso se solicitara un préstamo para PYMES en la Mutualista Pichincha ya que el interés anual es del 11.23%.

Tabla 44
Gasto financiero

COSTOS FINANCIEROS	
Monto Del Préstamo	\$ 26.395,00
Tasa De Interés	11,23% Anual
Tiempo De Financiamiento	3 AÑOS
Interés Año 1	\$ 2.621,47
Interés Año 2	\$ 1675,94
Interés Año 3	\$ 618,56

Fuente: Mutualista Pichincha

Tabla 45
Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACION				
MES	CAPITAL	INTERES VENCIDO	PAGO MES	CAPITAL
0	\$ 26.935,00	\$ 252,06	\$ 884,75	\$ 632,69
1	\$ 26.302,31	\$ 246,14	\$ 884,75	\$ 638,61
2	\$ 25.663,70	\$ 240,16	\$ 884,75	\$ 644,59
3	\$ 25.019,11	\$ 234,13	\$ 884,75	\$ 650,62
4	\$ 24.368,49	\$ 228,04	\$ 884,75	\$ 656,71
5	\$ 23.711,78	\$ 221,89	\$ 884,75	\$ 662,86
6	\$ 23.048,92	\$ 215,69	\$ 884,75	\$ 669,06
7	\$ 22.379,86	\$ 209,43	\$ 884,75	\$ 675,32
8	\$ 21.704,54	\$ 203,11	\$ 884,75	\$ 681,64
9	\$ 21.022,91	\$ 196,73	\$ 884,75	\$ 688,02
10	\$ 20.334,89	\$ 190,29	\$ 884,75	\$ 694,46
11	\$ 19.640,43	\$ 183,80	\$ 884,75	\$ 700,95
12	\$ 18.939,48	\$ 177,24	\$ 884,75	\$ 707,51
13	\$ 18.231,96	\$ 170,61	\$ 884,75	\$ 714,14
14	\$ 17.517,83	\$ 163,93	\$ 884,75	\$ 720,82
15	\$ 16.797,01	\$ 157,19	\$ 884,75	\$ 727,56
16	\$ 16.069,45	\$ 150,38	\$ 884,75	\$ 734,37
17	\$ 15.335,07	\$ 143,51	\$ 884,75	\$ 741,24
18	\$ 14.593,83	\$ 136,57	\$ 884,75	\$ 748,18
19	\$ 13.845,65	\$ 129,57	\$ 884,75	\$ 755,18
20	\$ 13.090,47	\$ 122,50	\$ 884,75	\$ 762,25
21	\$ 12.328,22	\$ 115,37	\$ 884,75	\$ 769,38
22	\$ 11.558,83	\$ 108,17	\$ 884,75	\$ 776,58
23	\$ 10.782,25	\$ 100,90	\$ 884,75	\$ 783,85
24	\$ 9.998,40	\$ 93,57	\$ 884,75	\$ 791,18
25	\$ 9.207,22	\$ 86,16	\$ 884,75	\$ 798,59
26	\$ 8.408,63	\$ 78,69	\$ 884,75	\$ 806,06
27	\$ 7.602,57	\$ 71,14	\$ 884,75	\$ 813,61
28	\$ 6.788,96	\$ 63,53	\$ 884,75	\$ 821,22
29	\$ 5.967,74	\$ 55,85	\$ 884,75	\$ 828,90
30	\$ 5.138,84	\$ 48,09	\$ 884,75	\$ 836,66
31	\$ 4.302,18	\$ 40,26	\$ 884,75	\$ 844,49
32	\$ 3.457,69	\$ 32,36	\$ 884,75	\$ 852,39
33	\$ 2.605,29	\$ 24,38	\$ 884,75	\$ 860,37
34	\$ 1.744,92	\$ 16,33	\$ 884,75	\$ 868,42
35	\$ 876,50	\$ 8,20	\$ 884,75	\$ 876,55
36	\$ 0,04	\$ 0,00	\$ 884,75	\$ 884,75

Elaborado por: Liseth Cahuate

5.04 INVERSIONES DEL PROYECTO

5.04.01 ACTIVOS FIJOS

Son aquellos que no varían durante el año fiscal de la empresa.

Tabla 46
Activos fijos

ACTIVOS FIJOS			
Descripción	Unidades	Costo unitario	Costo total
Muebles Y Enseres			
Perchas	5	\$ 80,00	\$ 400,00
Cajonera Metálica	2	\$ 70,00	\$ 140,00
Vitrina	2	\$ 180,00	\$ 360,00
Silla Normal	2	\$ 22,00	\$ 44,00
Escritorios	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Total			\$ 1.124,00
Equipos			
Lectores De Barra	2	\$ 65,00	\$ 130,00
Extintores	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Dispensador	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Ventilador	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Refrigeradora	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Total			\$ 455,00
Equipos De Computación			
Computadora	2	\$ 450,00	\$ 900,00
Impresora	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Impresora Facturas	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Sistema Administrativo Contable	1	\$ 850,00	\$ 850,00
Total			\$ 1.900,00
Equipos De Oficina			
Teléfono Fax	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Útiles De Oficina	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Total			\$ 145,00
Total			\$ 3.624,00

Fuente: Mercado Libre
Elaborado por: Liseth Cahuate

5.04.02 ACTIVOS NOMINALES

Aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles de ser recuperados.

Tabla 47
Activos Nominales

ACTIVOS NOMINALES	
Gastos de constitución	\$ 550
Patente municipal	\$ 20
Total	\$ 570

Elaborado por: Liseth Cahuate

5.04.03 CAPITAL DE TRABAJO

En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente

Tabla 48
Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Caja	\$ 1.000,00
Banco	\$ 1.000,00
Mercadería	\$ 26.000,00
Total	\$ 28.000,00

Fuente: Liseth Cahuate
Elaborado por: Liseth Cahuate

5.05 ESTADO DE SITUACION INICIAL

Tabla 49

Estado de situación Inicial

Farmacia TUFARMA PLUS			
Balance general			
2014			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVOS CORRIENTES	
Caja	\$ 1.000,00		
Bancos	\$ 1.000,00		
Mercadería	\$ 26.000,00		
SUB. ACT. CORRIENTE	\$ 28.000,00		
ACTIVO FIJO		PASIVOS A LARGO PLAZO	
Muebles y Enseres	\$ 1.124,00	Ob. bancarias	\$ 26 935,00
Equipos de oficina	\$ 145,00		
Equipos	\$ 455,00		
Equipos de computación	\$ 1.900,00		
SUB. ACTIVOS FIJOS	\$ 3.624,00		
ACTIVOS DIFERIDOS		PATRIMONIO	
Gastos de constitución	\$550,00	Patrimonio	\$ 5.259,00
Patentes	\$ 20,00		
SUB. AC. DIFERIDOS	\$ 570,00		
TOTAL ACTIVOS	\$ 32.194,00	TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	\$ 32.194,00

Fuente: Liseth Cahuate

Elaborado por: Liseth Cahuate

5.06 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Tabla 50

Fuentes de Financiamiento

TOTAL ACTIVOS	\$ 32.194,00
Préstamo	\$ 26935,00
Patrimonio	\$ 5.259,00

Fuente: Liseth Cahuate
Elaborado por: Liseth Cahuate

Análisis: El total de la inversión es de \$ 32 194,00, y se cuenta con un capital propio de \$ 5 259,00; es decir que el restante que es \$26 935,00 se financiará con un préstamo a largo plazo.

5.06.01 REQUISITOS PARA PRESTAMO

- ✓ Solicitud de crédito.
- ✓ Copias legibles de cédulas y papeletas de votación.
- ✓ Copia del RUC.
- ✓ Dos referencias comerciales por escrito de clientes y/o proveedores.
- ✓ Copias de respaldos patrimoniales (si aplica).
- ✓ Certificados bancarios o copias de los tres últimos estados de cuenta.
- ✓ De acuerdo a la resolución No. JB-2009-1305 copias de las declaraciones del impuesto a la renta de los 3 últimos años.

CAPITULO VI

6.01 PRONOSTICO FINANCIERO

6.01.01 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Tabla 51

Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
Descripción	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 173.019,60	\$ 179.323,28	\$ 185.856,63	\$ 192.628,00	\$ 199.646,08
Costos Ventas	\$ 129.764,70	\$ 134.492,46	\$ 139.392,47	\$ 144.471,00	\$ 149.734,56
Utilidad Bruta Ventas	\$ 43.254,90	\$ 44.830,82	\$ 46.464,16	\$ 48.157,00	\$ 49.911,52
Gastos De Ventas	\$ 14.912,54	\$ 16.560,85	\$ 18.406,70	\$ 20.474,43	\$ 22.791,44
Sueldos	\$ 12.402,04	\$ 13.951,84	\$ 15.695,31	\$ 17.656,65	\$ 19.863,08
Publicidad	\$ 2.510,50	\$ 2.609,01	\$ 2.711,39	\$ 2.817,78	\$ 2.928,35
Utilidad Netas Ventas	\$ 28.342,36	\$ 28.269,97	\$ 28.057,46	\$ 27.682,57	\$ 27.120,08
Gastos Administrativos	\$ 6.069,73	\$ 6.477,55	\$ 6.927,09	\$ 7.418,95	\$ 7.971,28
Útiles De Oficina	\$ 100,00	\$ 103,92	\$ 108,00	\$ 108,00	\$ 116,64
Arriendo	\$ 1.800,00	\$ 1.870,63	\$ 1.944,04	\$ 2.020,32	\$ 2.099,60
Sueldo Bioquímico	\$ 2.400,00	\$ 2.699,91	\$ 3.037,30	\$ 3.416,85	\$ 3.843,84
Servicios Básicos	\$ 500,00	\$ 519,62	\$ 540,01	\$ 561,20	\$ 583,22
Útiles De Aseo	\$ 350,00	\$ 363,73	\$ 378,01	\$ 392,84	\$ 408,25
Depreciación Muebles Y Enseres	\$ 112,40	\$ 112,40	\$ 112,40	\$ 112,40	\$ 112,40
Depreciación Equipos	\$ 45,50	\$ 45,50	\$ 45,50	\$ 45,50	\$ 45,50
Depreciación Equipo De Computación	\$ 633,33	\$ 633,33	\$ 633,33	\$ 633,33	\$ 633,33
Depreciación Equipo De Oficina	\$ 14,50	\$ 14,50	\$ 14,50	\$ 14,50	\$ 14,50
Amortización	\$ 114,00	\$ 114,00	\$ 114,00	\$ 114,00	\$ 114,00
Utilidad. Operacional.	\$ 22.272,63	\$ 21.792,42	\$ 21.130,37	\$ 20.263,62	\$ 19.148,80
Gastos Financieros	\$ 2.621,47	\$ 1675,94	\$ 618,56	\$ 0,00	\$ 0,00
Utilidad Antes Del Impuesto	\$ 19.651,22	\$ 20.022,91	\$ 20.605,38	\$ 20.263,62	\$ 19.148,80
15% Utilidad Trabajadores	\$ 2.947,68	\$ 3.003,44	\$ 3.090,81	\$ 3.039,54	\$ 2.872,32
Utilidad Del Impuesto	\$ 16.703,49	\$ 17.099,00	\$ 17.435,04	\$ 17.224,08	\$ 16.276,48
Impuesto Renta	\$ 2.004,42	\$ 2.051,88	\$ 2.092,20	\$ 2.066,89	\$ 1.627,65
Utilidad Final	\$ 14.699,07	\$ 15.047,12	\$ 15.342,83	\$ 15.157,19	\$ 14.648,83

Elaborado por: Liseth Cahuate

6.01.02 FLUJO DE CAJA

Tabla 52
Flujo de Caja o Efectivo

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
Utilidad		\$ 14.699,07	\$ 15.047,12	\$ 15.342,83	\$ 15.157,19	\$ 14.648,83
Depreciación		\$ 805,73	\$ 805,73	\$ 805,73	\$ 805,73	\$ 805,73
Amortización		\$ 114,00	\$ 114,00	\$ 114,00	\$ 114,00	\$ 114,00
Gastos Financieros		\$ 2.621,47	\$ 1.675,94	\$ 68,56	\$ 0,00	\$ 0,00
Flujo Operacional		\$ 18.240,27	\$ 17.642,79	\$ 16.331,12	\$ 16.076,92	\$ 15.568,56
Inversión						
Capital Trabajo Neto	\$ 28.000,00					\$ 4.200,00
Activo Fijo	\$ 4.194,00				\$ 1.900,00	\$ 4.479,00
Flujo Neto	-\$ 32.194,00	\$ 18.240,27	\$ 17.642,79	\$ 16.331,12	\$ 14.176,92	\$ 24.247,56

Fuente: Estado de pérdidas y ganancias

Elaborado por: Liseth Cahuate

Análisis: se estima que al final del quinto año, de la inversión del capital de trabajo neto se recupere un 15 % del total. De los activos fijos se espera una recuperación del 73% ya que los activos no habrán cumplido su periodo de vida útil.

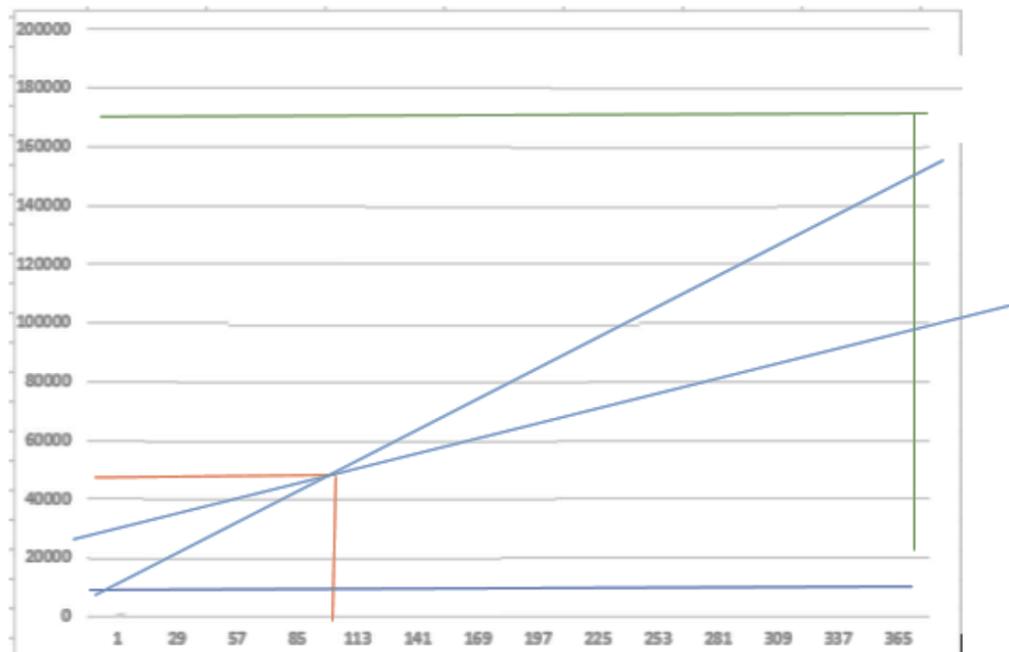
6.01.03 PUNTO DE EQUILIBRIO

$$PE(M) = \frac{CF}{1 - \frac{\$388,19}{\$480,61}}$$

$$PE(M) = \frac{\$8691,19}{1 - \frac{\$388,74}{\$480,61}} = \$45.467,21$$

$$PE(Q) = \frac{CF}{PUV - CUF}$$

$$PE(Q) = \frac{\$8691,19}{\$480,61 - \$388,74} = 94$$



6.01.04 T (MAR)

Es la tasa mínima aceptable de rendimiento y puede utilizarse como indicador de la rentabilidad de un proyecto. Ayuda a tomar la decisión de invertir o no.

Tabla 53
T (MAR)

T (MAR)		
Tasa de Interés	5,19%	0,0519
Inflación	3,41%	0,0341
Riesgo País	5,35%	0,0535
Inversionista	6,00%	0,06
TOTAL	19,95%	0,1995

Fuente: Estado de pérdidas y ganancias
Elaborado por: Liseth Cahuate

6.02 EVALUACIÓN FINANCIERA

6.02.01 VAN

Es el Valor Actual Neto es el que nos permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos, originados por una inversión.

Es usado también como un indicador de rentabilidad del proyecto:

Si el VAN es mayor a (0) el proyecto debe aceptarse

Si el VAN es menor a (0) el proyecto debe rechazarse

Si el VAN es igual (0) el proyecto no tendrá ni ganancias, ni pérdidas.

6.02.02 TIR.

El TIR es la tasa que determina la eficiencia de la inversión del proyecto y el retorno que nos da de la inversión anual.

6.02.03 PRI

Es el periodo de recuperación de la inversión, se define como el tiempo que se necesita para recuperar la inversión. Es decir los flujos netos de efectivo de una inversión para que recuperen su inversión inicial.

6.02.04 RELACION COSTO BENEFICIO

Nos permite determinar la conveniencia del proyecto mediante la enumeración y valoración posterior en términos de todos los costos y beneficios.

Tabla 54
Evaluación Financiera

EVALUACION FINANCIERA			
AÑOS	FLUJO NETO	VAN	TIR
0	\$ 32.194,00	\$ 32.194,00	\$ 32.194,00
1	\$ 18.240,27	\$ 15.206,56	\$ 12.393,45
2	\$ 17.642,79	\$ 12.262,15	\$ 8.144,97
3	\$ 16.331,12	\$ 9.462,70	\$ 5.122,70
4	\$ 14.176,92	\$ 6.848,27	\$ 3.021,53
5	\$ 24.247,56	\$ 9.764,88	\$ 3.511,34
VAN (0,1995)		\$ 21.350,57	\$ 0,00
TIR		0,4717665	47,53%
PRI		2 Años; 5 Meses; 29 días	
R B/C		1,66	

Fuente: Estado de pérdidas y ganancias

Elaborado por: Liseth Cahuate

Análisis: al realizar el análisis financiero nos da como resultado que el proyecto es factible y rentable ya que la inversión es recuperada en un plazo de 2 años y el indicador de costo beneficio resulta 1,66.

6.03 ANALISIS DE IMPACTOS

6.03.01 IMPACTO AMBIENTAL

Se describe al impacto ambiental como a las acciones de las personas sobre el medio ambiente. La preocupación por los impactos ambientales abarca varios tipos de acciones, como la contaminación de los mares con petróleo, los desechos de la

Energía radioactiva, la contaminación acústica, la emisión de gases nocivos, o la pérdida de superficie de hábitats naturales, entre otros. El proyecto no provocara impacto Ambiental.

6.03.02 IMPACTO ECONÓMICO

La decisión de promover un proyecto de inversión puede tener efectos importantes tanto en la generación de actividad económica como en la creación de

ocupación. TUFARMA PLUS, creara fuentes de empleo beneficiando a los habitantes del sector.

6.03.03 IMPACTO PRODUCTIVO

El impacto productivo tiene efectos sobre la productividad laboral derivados de la calidad del medioambiente, estos se generan, ya que en nuestro ambiente laboral se requiere de productos tecnológicos los cuales cumplirán su vida útil y serán desechados. TUFARMA PLUS encaminara dichos desechos a su lugar correspondiente y así no contaminar el medio ambiente.

CAPÍTULO VII

7.01 CONCLUSIONES

- ✓ Realizado el estudio de factibilidad se ha determinado que el proyecto tiene relación con el campo de la salud.
- ✓ La aplicación es factible ya que los indicadores financieros han arrojado resultados positivos.
- ✓ El análisis de todos estos factores importantes concluye que el mercado de la salud es muy importante en la sociedad y que la población busca tener una mejor calidad de vida satisfaciendo sus necesidades.
- ✓ En el análisis de la oferta y demanda del estudio se determinó que existe una gran demanda insatisfecha.
- ✓ La localización del proyecto estará ubicado en punto estratégico para todos los pobladores ya que se cuenta con los recursos necesarios.

7.02 RECOMENDACIONES

- ✓ TUFARMA PLUS, deberá implementar un valor agregado con sus consumidores para darse a conocer con la mayoría de los habitantes del sector.

- ✓ El proyecto se debería realizar ya que todos los indicadores son positivos y arrojará ganancias a la farmacia.

- ✓ Para el normal funcionamiento de la farmacia se tendrá que mantener un stock variado ya que eso asegurara la fidelización del cliente.

A. ANEXOS



Instituto Tecnológico Superior Cordillera

Escuela De Salud



Carrera De Administración De Boticas y Farmacia

Objetivo: Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una farmacia en el
Barrio Colinas Del Norte

Encuesta

Edad:

Marque con una x la respuesta

1. Que farmacia visita frecuentemente una farmacia.

Heidy and Willy () Farmacias Economicas ()

2. Qué tipo de productos adquiere con frecuencia en una farmacia.

Medicamentos () Cuidado Diario () Artículos Para Bebe ()

3. Cuánto gasta en una visita a la farmacia al mes

De \$1 a \$10.00 Menos de \$ 20.00 () Entre \$ 35 a \$ 55 () Mas de \$ 60 ()

4. Que tan necesario cree usted que en el Barrio Colinas del Norte se cree una
nueva farmacia

Muy necesario () Poco necesario ()

Necesario () No necesario ()

5. Le parece correcta la atención que le brindan en las farmacias de su barrio.

Si ()

No ()

6. Con que facilidad encuentra un medicamento en la farmacia de su barrio

Fácilmente ()

Con dificultad ()

No encuentra ()

7. Al momento de adquirir un medicamento prefiere

Genérico ()

de marca ()

8. los precios de los medicamentos en las farmacias del sector le parecen.

Moderados ()

Bajos ()

Altos ()

9. ¿Qué cree usted que es más importante al momento de realizar sus compras?

Precios Cómodos ()

Buena Atención ()

Variedad ()

10. ¿Consumiría usted si se creara una nueva farmacia en el sector, que brindara los beneficios que usted necesita?

Si ()

No ()

BIBLIOGRAFIA

- BANCOMUNDIAL (BC) Producto Interno Bruto [En Línea] [Consultado el 28 de mayo del 2014] Disponible en:
<http://www.bancomundial.org/es/country/ecuador>
- Revista virtual de investigación económica (ANDINA) Producto Interno Bruto [En Línea] [Consultado el 28 de mayo del 2014] Disponible en:
<http://analisiseconomico.info/index.php/opinion2/414-el-producto-interno-bruto>
- Banco Central del Ecuador (BCE) Indicadores Económicos [En Línea] [Consultado el 18 de julio del 2014] Disponible en:
<http://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion>
- Embajada del Ecuador () Crecimiento demográfico [En Línea] [Consultado el 18 de julio del 2014] Disponible en:
<http://www.ecuadorenchina.org.ec/ecuador/perfil-del-ecuador/demografia-y-sociedad-poblacion>